



COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE
GROUPE ORANGE

Bilan intermédiaire

Les tests d'adaptation de la PVC se poursuivent, l'entreprise a présenté au CCUES un point d'étape.

Sur cette partie bilan, la CFDT vous apporte un décryptage même s'il est trop tôt pour tirer des conclusions définitives des premiers résultats.

La CFDT vous apporte un décryptage sur ces tests d'adaptation de la PVC, même s'il est trop tôt pour tirer des conclusions définitives des premiers résultats.

Transformation de la posture managériale

Le projet induit une transformation profonde de la posture managériale, qui nécessite du temps pour être appliquée.

Les premières études terrain constatent un retour à de meilleures pratiques managériales sur les équipes en test. A titre d'exemple, **le brief sans chiffre** est apprécié car il permet de parler du pourquoi et du comment, et de ne plus exercer de pression négative sur les équipes.

Pour la CFDT, ce modèle tend à réconcilier Vente et Satisfaction Client.

L'Objectif Managérial

La fixation de l'Objectif Managérial mériterait d'être reprécisé pour tendre vers une harmonisation entre les différentes unités. En effet, la nouveauté de cet objectif a rendu assez complexe la pratique des managers sur le terrain, chaque unité définissant son propre mode de fonctionnement, d'où les disparités constatées. Cet objectif, censé accompagner le projet d'équipe, est parfois imposé au manager.

Pour la CFDT, les managers doivent pouvoir définir eux-mêmes l'Objectif Managérial, localement et au plus proche de l'équipe.

Poursuivre l'accompagnement des managers

Des signes manifestes d'appropriation des formations à l'évolution de **la posture managériale**, « manager coach Essentiels2020 », réputées ancrer l'Expérience Client dans les pratiques, sont observés.

La CFDT relève une application différenciée selon les équipes ou l'encadrement concerné par ces formations, responsables d'équipes en SCO, managers et adjoints en boutiques, ou managers de managers. Pour ces derniers, le virage semble parfois plus difficile à négocier.

C'est pourquoi, **la CFDT demande à la Direction de poursuivre l'accompagnement des managers**. Il coexiste en effet encore différents modèles de managers, ceux qui se focalisent sur la bonne vente pérenne et l'acte commercial, ceux qui privilégient la montée en compétence de l'équipe, ou ceux qui restent dans le contrôle.

La Direction a entendu la CFDT, et indique que la formation « manager coach Essentiels2020 », et les retours d'expériences, s'étalent justement sur 18 mois, en anticipation de cette situation.



N'hésitez pas à vous rapprocher de nos militants CFDT pour échanger avec eux sur la PVC vous concernant.



Retrouvez ce tract et nos informations CFDT sur Intr@noo / [Espace syndicats](#)

Et sur Internet:

<http://www.f3c-cfdt.fr/entreprises/orange>
<http://www.facebook.com/dsccfdt.orange>
http://twitter.com/CFDT_FTOrange



La direction doit être consciente du besoin d'explication et de démonstration sur ces sujets.

La CFDT a été entendue sur le travail pédagogique à engager et à déployer.



Les SAM et la Satisfaction Client

L'incompréhension des équipes du maintien de certains SAM, nécessite selon **la CFDT** d'insuffler une pédagogie pour rendre intelligible l'ensemble du dispositif. Il apparait nécessaire de bien réexpliquer le lien entre les SAM et la Satisfaction Client ; comment chaque SAM répond à une attente client ? et comment cela vise à améliorer l'Expérience Client ?

A titre d'exemple, le manque de confiance des équipes concernant la robustesse du SAM « promotion du digital », via l'utilisation par le Client de l'application Orange & Moi, conduit à des pratiques terrains éloignées de l'esprit d'Essentiels2020. La prise en compte de ce SAM dans la PVC des vendeurs est en effet dépendante de la saisie d'une complexité inouïe dans le SI.

La CFDT déplore ce dysfonctionnement informatique qui pénalise les vendeurs. Il est essentiel que le système informatique soit simplifié afin que les vendeurs puissent travailler sereinement en effectuant des saisies pertinentes.

Le test de PVC 100% Expérience Client

Le Smartstore de Metz devait faire l'objet d'un test spécifique de PVC 100 % Expérience Client. L'objectif était de démarrer au T3 avec quelque chose en rupture. Au final, dans le cadre de 3 barèmes selon que l'on soit Responsable de Boutique, Conseiller Commercial ou Conseiller Technique, ce test de PVC « 100% Expérience Client » repose sur 1/3 VALO collective avec seuil à 75%, 1/3 NPS collectif, puis une déclinaison par 1/6, dont KPI et SAM individuels « à booster », le tout complété par une prime individuelle pour les conseillers qui atteignent un palier VALO individuel minimum et 2 KPI individuels.

La CFDT, fait le constat d'un système relativement complexe, et se demande où et quand se déroulera le véritable test de PVC 100% Expérience Client ?

Bilan chiffré après 4 mois de tests

- ↗ Pas d'écarts significatifs sur le NPS et le taux d'expérience positive.
- ↗ Les résultats obtenus sur la Satisfaction Client sont donc un peu décevants. Mais il faut du temps pour faire évoluer les choses.
- ↗ Concernant la digitalisation et l'accompagnement client, une progression est visible sur les indicateurs en AD, mais limitée sur les indicateurs en SCO.
- ↗ Même constat sur l'activité commerciale, la VALO par conseiller est maintenue en AD, mais en baisse significative en SCO.

En conséquence, en AD la PVC moyenne distribuée au titre du test se situe au-dessus de celle des boutiques miroirs, alors qu'en SCO, les résultats sont inversés. La différence se fait essentiellement sur la VALO moyenne produite, proche en AD, mais inférieure de plus de 30% en SCO par rapport aux équipes miroirs.

Ceci étant, :

- ↗ **plus de 70 % des conseillers en tests ont une PVC T1 2016 meilleure qu'en 2015.**
- ↗ **85 % des managers en tests ont une PVC T1 2016 meilleure qu'en 2015.**

Et la suite ?!

Concernant la suite, **la CFDT** souscrit à la poursuite du test sur le S2 2016, afin de pouvoir tirer les enseignements nécessaires. Il semble en effet pertinent de conserver les mêmes conditions, même périmètre d'équipes en test, maintien de la garantie, tout en simplifiant et améliorant à la marge le dispositif, généralisation du modèle 50/50, et réduction de l'écart entre les paliers de R/O SAM.

N'hésitez pas à vous adresser à un militant CFDT pour lui signaler une problématique liée à la PVC.

Sur cette partie bilan sur le T1, la CFDT et la Direction, s'accordent à dire qu'il est trop tôt pour tirer des conclusions définitives. Les premiers résultats sur le T2 montrent des performances en amélioration et des écarts qui se résorbent.

