



PVC 2020 - GP

SUITE... ET PAS FIN!



Le nouveau modèle de part variable commerciale grand public s'appuie sur une mécanique 50 % SAM Satisfaction, Accompagnement Multicanalité, 20 % OPC Offre Prioritaire Commerciale et 30 % VIP Valo Individuelle Pérenne. Les indicateurs business et SAM seront corrélés, avec le même poids.

PAR RAPPORT À CE NOUVEAU MODÈLE, FOCOM REVENDIQUE :

1. La progressivité des indicateurs SAM en fonction de leur degré d'atteinte est l'un des points positifs du projet, car il a pour objectif de favoriser une dynamique de progression dans le travail des indicateurs. Lancer ce nouveau modèle de part variable en juillet sans cette progressivité nous apparaît inconcevable.

FOCom demande le report du lancement de cette nouvelle PVC tant que la progressivité des SAM n'y est pas intégrée (sa mise en œuvre est prévue en 2018).

2. La mécanique 50/50 qui concilie stratégie de l'entreprise et poids de l'expérience Client dans la PVC semble être un autre point positif. Mais si le principe de corrélation entre les indicateurs SAM et Valo répond à l'objectif de concilier performance économique et performance relationnelle, celle-ci ne peut être concluante que si des mesures incitatives sont mises en place.

FOCom propose la mise en place d'un système complémentaire permettant :

- d'instaurer un bonus (non soumis à la Valo) payé en fonction de l'atteinte des SAM afin de récompenser les conseillers clients des SCO et des AD qui font un très bon travail de satisfaction.
Par exemple : 3 SAM sur 4 atteints : bonus de 60 euros ; tous les SAM atteints : 100 euros
- d'instaurer un bonus déterminé par l'atteinte d'un nombre de points Valo et d'un nombre de SAM afin de récompenser les conseillers performants dans la vente tout en maintenant un haut niveau de satisfaction client.

3. Bien que la valorisation des produits et services soit fonction de la stratégie et du contexte du marché et en perpétuel mouvement, il est impératif d'instaurer de la stabilité, de la cohérence et de la transparence dans la valorisation des produits et des paliers de rémunération.

FOCom demande que les rémunérations produits et les paliers soient circonscrits sur une durée de 3 mois (ou par saison commerciale) et que toutes éventuelles évolutions soient présentées en amont. Ce qui implique :

- d'informer préalablement les personnels concernant les évolutions de la rémunération des Valo produits et des paliers de rémunération
- de présenter les objectifs du mois au plus tard le 1^{er} jour de ce mois.

4. Les équipes, conseillers commerciaux et managers, sont pénalisées sur l'atteinte des objectifs des OPC en cas d'absences imprévues (maladie, ASA) en cours de mois. Ceci a pour conséquence de tensions interpersonnelles dans les équipes.

FOCom demande que les objectifs OPC soient recalculés en fin de mois en tenant compte du temps réel de présence des conseillers clients.

5. Les éléments déterminant la rémunération variable doivent être vérifiables par les salariés. Le nouveau modèle de la part variable s'appuie pour moitié sur des indicateurs SAM.

FOCom demande à la Direction qu'elle s'engage à rendre accessible le SI (dénommé LILAS) permettant à tous les conseillers et à leurs responsables de suivre quotidiennement les SAM individuels et collectifs.

6. Concernant Orange Bank, FOCOM demande des éclaircissements et des garanties concernant les éléments de commissionnement liés aux activités bancaires.

L'indépendance
au service de tous!