

CONTRE JOURNAL FINANCIER **CLAQUE** **40**

“On domine plus facilement les peuples en excitant leurs passions qu'en s'occupant de leurs intérêts.” **Gustave Le Bon**



Le commissionnement du premier trimestre 2010 a été versé en juin et comme il fallait le prévoir, c'est la soupe à la grimace.

En deux ans la rémunération variable a été divisée par deux entraînant beaucoup de mécontentement chez les forces de vente.

Cette année, pour couronner le tout, un beau courrier émanant des Directeurs de l'Enseigne et de la Banque Postale finit de décourager définitivement les conseillers et conseillères bancaires.

Et pour cause...

La lettre

Nos responsables continuent dans la même veine : « *si cela marche mal, ce n'est pas la faute à l'entreprise, à la crise, mais aux vendeurs qui n'ont pas respecté le plan de marche (argent au quotidien et collecte nette moyen terme) et n'ont pas rempli leurs objectifs* ». En effet, dans le courrier envoyé aux commerciaux, Jacques Rapport et Patrick Werner insistent: « *le marché est en nette progression et les résultats sensiblement inférieurs, handicapent le rythme de développement de La Banque Postale* ».

Mais ce qui chagrine le plus nos vigies du commercial c'est qu'il y a « *un démarrage progressif du crédit à la consommation* ». Un doux euphémisme employé par la Direction pour signifier aux forces de vente qu'ils n'ont pas assez placé ce produit phare, lancé avec tambours et trompettes en début d'année par la Banque Postale.

Correction ... sous réserve ...

Voyant l'impact, la direction tente de renverser la tendance. Leur idée lumineuse : verser un complément de 150 euros pour les COFI, 350 euros pour les COCLI et 250 pour les CSP en juillet 2010 qui servira à « *stimuler l'appropriation par chaque conseiller-ère du crédit à la consommation* ». Ceci sera accompagné d'un doublement de la valeur des étoiles. Une opération destinée à compenser à court terme les baisses de la rémunération variable mais qui oblige les conseiller-ère-s à doubler leur vente au second semestre. Evidemment, ce complément d'acompte sera repris si les objectifs ne sont pas atteints.

Depuis des années, on nous sert du conseil qui doit correspondre aux besoins des clients. Ces principes vertueux s'effacent aujourd'hui devant la promotion forcenée des crédits à la consommation. Ce qui compte, c'est le chiffre d'affaires ! En outre, la direction ne se pose pas la question

des moyens. Doubler les ventes de crédits conso, c'est aggraver les dysfonctionnements. Aujourd'hui : 8 dossiers sur 10 reviennent incomplets chez les conseillers. Cette politique entrainera donc plus de travail sans gain supplémentaire...!

La quantité ou la qualité ?!

Choisir la quantité se fait sur le dos de la qualité. La part administrative du travail, le contrôle du risque, la recherche du conseil sont sacrifiés au rythme des rendez-vous et de l'acte de vente ; le jugement des collègues sur le professionnalisme nous confronte à une image de soi dévalorisante et l'on vit avec la peur d'être amené à faire des erreurs et à affronter les contrôles.

Il faut toujours une deuxième couche

Dans ce même courrier, la direction n'en reste pas là... Elle annonce le versement d'une part managériale à discrétion du DET pour valoriser l'action de ses conseillers bancaires en faveur du développement.

Cette part ne sera versée que si l'ensemble des objectifs en collecte nette d'un "Terrain" est atteint. Le moindre grain de sable et c'est l'assurance de voir la prime s'envoler en fumée pour tous les conseillers du « Terrain ». Encore une pression supplémentaire pour forcer les ventes.

La rémunération variable est un leurre. Avec l'enveloppe managériale, le flou sera total. La Poste et sa filiale doivent augmenter les salaires de toutes les forces de vente.

SUD PTT le dénonce depuis longtemps, les conditions de travail des forces de vente sont exécrationnelles et expliquent en grande partie la montée de l'exaspération.

Il est temps de frapper un grand coup.

Dès la rentrée, avec les autres organisations syndicales et les forces de vente, mobilisons-nous pour faire valoir nos revendications.

Retour au principe de réalité mes-sieurs les décideurs

Les conditions de travail sont depuis plusieurs années difficiles. Les Forces de Vente acceptent bien souvent de travailler avec des manques de moyens en locaux et des portefeuilles mal dimensionnés qui ne permettent pas d'atteindre l'objectif fixé. On rajoutera le manque de soutien, les pressions managériales, des "briefs et débriefs" sans fin, le contrôle des dossiers où on met en doute l'honnêteté du conseiller. Au final cela se traduit par des heures supplémentaires gratuites.

Sans oublier : les objectifs démesurés qui ne peuvent même pas être contestés, l'obligation de signer des contrats d'activités engageant le conseiller même s'il ne peut malheureusement pas toujours atteindre les termes ou encore l'abondance d'outils informatiques sur lesquels, nous sommes à peine formés. Le plus important, l'impression que le conseil n'existe plus et nous ne sommes plus que des vendeurs qui doivent être prêts à vendre n'importe quoi à n'importe qui ! La Banque Postale et l'Enseigne se tirent une balle dans le pied, dégoutent des agents qui jettent l'éponge les uns après les autres. Pourtant c'est bien les forces de ventes sur le terrain qui font le chiffre d'affaire de La Banque Postale. Les couleuvres sont de plus en plus dures à avaler ... surtout depuis l'affaire « Karcher »

