



S'ENGAGER POUR CHACUN  
AGIR POUR TOUS

# solocal

Janvier 2021

## Ensemble, bonne année 2021 !

L'an passé, l'entreprise avait un genou à terre ; après l'énorme travail de recapitalisation, le changement d'équipe dirigeante, la traversée moins grave que prévue de la crise covid et le retour au réalisme du discours de la Direction générale, nous pouvons collectivement nous réjouir de ré-envisager l'avenir à plus de 3 mois. C'est ainsi que nous, Cfdt, voulons croire au plaisir pour chacun d'entre nous de venir travailler au service des professionnels. Se réjouir du travail bien fait, du plan de comm' qui apporte du chiffre d'affaires à nos pros, de la résolution d'un problème, du recouvrement à l'amiable, de l'exactitude des prévisions, c'est possible, et c'est ce que nous vous souhaitons sincèrement à toutes et tous !

Pour autant, il y a beaucoup à reconstruire, et nous ne sommes pas tirés d'affaire. Dans le cadre d'une stratégie aux contours très flous, nous craignons une approche purement financière et « capacitaire » de l'activité. Il est plus simple d'additionner des « temps/homme/euros » que de mesurer l'intelligence qui ressort d'une action. Rappelez-vous : quand le budget des « mots-clés » a été raboté, beaucoup d'annonceurs ont annulé leurs campagnes. Et ne reviendront pas, car le marché est ouvert. C'est ainsi que nous voyons avec inquiétude la relation à nos clients et prospects se segmenter en tâches et s'exprimer en coûts. On nous compare en permanence aux vendeurs de télécom et aux prestataires de plateformes d'appels. Nous ne vendons donc plus de plan de communication, personnalisé pour chaque entreprise ? Alors que les marques courent derrière la relation one to one avec leur acheteur, nous bradons la nôtre et faisons le chemin inverse...

Dans cette démarche où il semble que l'on veuille nous faire régresser en termes sociaux, la Cfdt reste très vigilante. Nous ne jugeons pas sur les discours, aussi agréables soient-ils. Les actions, les absences d'action, et leur incidence sur la santé mentale et professionnelle des salariés sont ce que nous regardons, et il se trouve que quelques signaux nous inquiètent...

En 2021 comme toujours, la Cfdt sera à vos côtés ! Ensemble, bonne année 2021 !



## Télévente : retour sur le projet (fin 2020) d'extension des horaires de travail soir & samedis

Comme pour tout projet, nous avons étudié de près les propositions de la Direction, et conclu que l'accord actuellement en vigueur répondrait au besoin moyennant des aménagements. La Direction n'a pas retenu cette proposition : son objectif étant visiblement dès le départ non pas de négocier, mais d'imposer un cadre contraignant et sans contreparties, de type centres d'appel. Il nous apparait maintenant que le calendrier ultra serré et la rigidité de la Direction n'ont été qu'une façade destinée à susciter un refus d'accord pour justifier le recours à la sous-traitance.

A cette occasion, le Directeur de la Télévente a innové en matière de dialogue social : il a pris la peine d'écrire à tous les télévendeurs pour imputer aux négociateurs le recours à cette sous-traitance. Alors nous nous interrogeons :

Est-il sourd au point de n'avoir pas perçu la colère des télévendeurs -et autres salariés potentiellement concernés ?

La direction générale de l'entreprise apporte-t-elle son soutien à ce jeu dangereux qui consiste à discréditer les représentants du personnel ?

Au lieu de ça, la direction de la Télévente pourrait-elle prendre le temps pour plusieurs sujets qui sembleraient plus courageux/importants ?

> Donner suite à l'engagement pris par l'entreprise lors de l'instauration du contrat unique de commercial sédentaire : un processus de révision du statut, de la classification ainsi que des rémunérations des commerciaux sédentaires devait se mettre en œuvre rapidement. C'était en janvier 2019, et on attend toujours.

> Ecrire clairement à tous les télévendeurs auxquels on impose de changer de dominante prospect/client en cours de trimestre qu'il n'y aura pas de prise en compte, pour le trimestre en question, des effets du changement d'objectifs pour le calcul de leur rémunération.

**Alors que son périmètre s'élargit, l'attitude de la direction de la Télévente n'est pas de nature à « restaurer la confiance », ni à freiner les difficultés de recrutement et de motivation. Elle devrait, en ce début d'année, prendre une ou deux bonnes résolutions en ce sens.**

## Diabolocom : un grand pas en avant vers le contrôle par les machines

Petit à petit, Solocal met en place le contrôle de votre travail par les outils, au 1<sup>er</sup> rang desquels Diabolocom. Nous reviendrons sur ce sujet.

### Ponts et congés 2021

- Ponts fixes : 14 et 24 mai
- Ponts flottants (2 à choisir, en accord avec manager, sur les 4 dates) : 13 juillet ; 2 et 12 novembre ; 24 décembre

Congés : **attention aux contraintes d'été !**

Consultez sur [notre site/FAQ](#) le tableau fourni par la Direction précisant les fermetures pour chaque direction.

### Tickets restaurant

Les règles de base : vous pouvez dépenser 19€ par jour, du lundi au samedi, pour vos repas dans les commerces qui acceptent les tickets restaurant : supermarchés, boulangeries, boucheries....

Les mesures exceptionnelles liées à la crise sanitaire :

- dans les restaurants (via vente à emporter et livraison), le plafond de dépense reste à 38€ par jour, du lundi au dimanche et jours fériés.
- la validité des titres restaurants 2020 a été prolongée jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre 2021. Attention, après cette date, votre solde sera perdu.

### Pensez à télécharger votre carte de tiers payant 2021

La carte de mutuelle Vivinter (tiers payant) est dématérialisée pour 2021. Nous avons reçu un mail de Vivinter mi novembre précisant comment aller la télécharger sur leur [Espace Assuré](#) : <https://assure.vivinter.fr/connexion.html> et utiliser l'adresse email sur laquelle vous avez réceptionné le message comme identifiant lors de la saisie. Si vous la voulez au format papier, il vous faut l'imprimer ou la demander via la messagerie Vivinter.

## Relations commerciales/ force de vente terrain Acquisition

En phase avec la nécessité impérieuse de regagner des clients, la CFDT a accueilli positivement la création de la force de vente acquisition. La simplification et la sécurisation de son mode de rémunération sont un progrès non négligeable.

Dans cet esprit constructif et pour éviter de réitérer les erreurs du système actuel, les élus Cfdt ont donc adressé des recommandations complémentaires à la direction commerciale. Il s'agissait essentiellement de préciser les règles afin de ne pas donner lieu à une concurrence destructive des forces de vente. Monsieur Klipfel ayant affirmé qu'il était amateur de processus précis, nous avons été déçus de constater qu'aucune de nos recommandations en ce sens n'avait été intégrées.

Au final :

- aucun document définitif permettant de connaître les règles ne circule ;
- les commerciaux acquisition comme leurs responsables ont dû s'engager sans avoir le moindre écrit de l'entreprise sur les termes de leur rémunération ;
- des règles structurantes comme celle de la « chasse libre » divergent entre annonce et application.

**La Direction se laisse, comme d'habitude, toute latitude pour interpréter et modifier les règles a posteriori. Ce n'est vraiment pas le changement de gouvernance que nous attendions.**

## Relations commerciales/ fidélisation

L'entreprise a fait le choix d'enlever aux commerciaux terrain et télévente clients ainsi qu'aux RRC la possibilité de suivre leurs clients, notamment en cas de problème à résoudre ou de révision de la commande. Nous y voyons un grand danger, tant pour les salariés que pour le chiffre d'affaires de l'entreprise.

> Côté forces de vente, les commerciaux tous canaux ne peuvent pas traiter les modifications du plan de comm' demandées par les clients ! A quand la livraison urgente de l'outil annoncé pour fin 2019 ?

Les équipes Tradi terrain (Fidélisation & Développement) et Télévente (Prospects & Renouvellement) craignent aussi à juste titre que la Direction favorise les nouvelles équipes Acquisition pour l'allocation des ressources.

> Côté relations clients, les responsables de clientèle et leurs managers, qui absorbent des changements incessants depuis 2014 (organisation ; objectifs contradictoires) et montrent leur agilité et leur bonne volonté, vont être organisés selon des spécialités. Nous craignons que cette organisation, qui pour certains va restreindre leur champ de compétences, ne soit fragile vis-à-vis des clients.

**En enlevant aux équipes quasi toute autonomie et une grande partie du sens de leur travail, l'entreprise génère un risque psycho-social majeur, qui va inévitablement avoir des répercussions sur la santé de ces salariés.**

**Préoccupante également, cette taylorisation ne fonctionnera que si les processus fonctionnent avec une grande fluidité, ce qui n'est plus le cas depuis très longtemps. Il est essentiel de restaurer la relation à nos clients qui faisait notre exceptionnelle proximité avec les TPE-PME.**

### Assurance 2021 des véhicules de fonction, rappel

Les cartes vertes ont été transmises mi-décembre à votre domicile.

Si vous ne l'avez pas reçue, faites une demande de duplicata, en rappelant votre adresse postale, à Traxall qui se chargera de faire la demande à l'assureur. Faites la demande via l'adresse mail :

[solocal@traxall.fr](mailto:solocal@traxall.fr)

## Rétention : attention aux chiffres qui font illusion

La nouvelle gestion centralisée des intentions de chute, « le parcours rétention », nous inquiète. Faute de chiffres précis, nous ne partageons pas l'enthousiasme de la DG qui affirme qu'elle obtient « des résultats exceptionnels ». Il conviendrait en effet d'analyser avec précision ce qui entre et ce qui sort en distinguant :

- les fausses rétentions : client qui n'avait pas l'intention de chuter mais a brandi cette menace pour débloquer un problème resté trop longtemps sans réponse ; comme ni les RC ni les commerciaux n'ont plus le droit d'intervenir, elles gonflent le chiffre de la rétention.
- les rétentions avec forte dégradation du chiffre d'affaires : nous pensons qu'elles seraient mieux « sauvées » par un contact direct entre le client et le commercial d'origine, celui-ci ayant tout intérêt à défendre sa vente.

### Conseil

Si vous discutez avec la Direction d'un éventuel départ à l'amiable, ne foncez pas tête baissée : prenez le temps d'un conseil auprès d'un élu.

**Les objectifs de la rétention s'expriment en nombre de clients sauvés, et pas en montant : effet pervers en vue, qui prépare potentiellement des lendemains qui déchantent. Nous demandons la précision des chiffres.**

## Négociation «Partage de la valeur»

> La CFDT, et 3 autres syndicats, ont signé un accord pour une augmentation de capital réservée aux salariés du Groupe, à des conditions préférentielles. Cette opération devrait s'ouvrir dans les mois qui viennent, en même temps que le versement de la participation 2020.

> Toujours dans le cadre du « partage de la valeur » : le 20 janvier s'ouvre une négociation pour la mise en place d'un intéressement. Il n'y en a plus depuis 2015, date à laquelle la direction avait proposé une formule de calcul produisant un intéressement de...0 euros !

### Calendrier d'ouverture des prochaines négociations

- 20 janvier : intéressement Groupe
  - 4 février : télétravail
  - 19 mai : rémunération commerciale 2022. Il s'agira de travaux en groupes pour revoir les modalités de rémunération, sans en changer les principes contractuels.
- + GPEC : nous avons demandé à la Direction de reprendre les discussions pour arriver à un accord qui ne nous semblait pas très loin. En attente de réponse.

**Sur tous ces sujets, n'hésitez pas à venir échanger avec nous, à nous faire part de vos réflexions et de vos infos.**

**Mieux : rejoignez notre équipe en adhérant ! C'est confidentiel et ça peut aider...**

**CFDT solocal**  
Bureau : Citylights C2 2<sup>e</sup> vert

Infos et actualité sociale  
[www.cfdt-solocal.com](http://www.cfdt-solocal.com)

Nous contacter :  
[cfdt.solocal@gmail.com](mailto:cfdt.solocal@gmail.com)  
06 70 19 76 51



Nous suivre :  
**CFDT.SolocalGroup**