



Plan de Rémunération Variable 2011 « Travailler plus pour gagner moins »

La Direction des Opérations Commerciales des établissements de l'UES vient de communiquer aux élus du CCE les orientations du Pay Plan 2011.

Tout d'abord les résultats ont été présentés. Pour l'année 2010, au cumul, le chiffre d'affaire réalisé à la fin octobre est de 26 685 M€ soit 95 % du budget ; la marge brute réalisée au cumul est de 6 M€ soit 85 % du budget. **Comparée à octobre 2009, la Marge Brute a progressé de 139 %.**



▪ Objectifs POP

L'objectif POP reste (presque) inchangé. En effet, le seuil des 70 % est inchangé, le booster prospect passe de x 1,3 à x 1,2 et si le vendeur applique les services associés alors son chiffre d'affaire sera bonifié de 1,3.

A noter que la DOCBC n'a pas accepté la proposition des élus CGT, à savoir la diminution du seuil de déclenchement des primes à 50 % au lieu de 70 %.

Pourtant cette demande est complètement légitime compte tenu que + de 70 % des vendeurs n'atteignent pas le seuil d'objectif à 70 % pour toucher leurs primes.

De plus, ce phénomène est aggravé par une gestion catastrophique des reliquats.

A ce propos, lors de la réunion du CCE, les élus CGT ont mandaté à l'unanimité le secrétaire du CCE pour engager une procédure devant les tribunaux. Cette procédure portera sur le non commissionnement à cause des reliquats et certaines règles du PRV.



▪ Objectifs POS

La Direction a décidé de manière unilatérale d'augmenter la POS à 18 % de l'objectif.

Concrètement, aujourd'hui, un vendeur qui a un PDZ à 440 K€ doit réaliser 5,5 K€ de chiffre d'affaire solution pour toucher sa prime.

Demain, ce même vendeur devra réaliser 6,6 K€ pour toucher la même prime. C'est ce qu'on appelle « TRAVAILLER PLUS POUR GAGNER MOINS ».

Les élus CGT ont demandé à ce que la prime POS de 725 € soit également augmentée de 20 % mais Monsieur Dauman a refusé.



▪ Objectifs PAT

Comme les résultats le montrent, la marge a été excellente pour l'entreprise. Pour 2011 l'objectif PAT est inchangé et la marge sera toujours neutralisée pour les affaires GEO et GCN.

Espérons que les dirigeants de notre entreprise ne seront pas les seuls à être récompensés et qu'ils sauront partager le fruit de notre travail.

Enfin, les élus CGT sont intervenus pour informer des disparités entre différents établissements de l'UES à modifier les remises des MEC et des CSP. Cela a eu pour conséquences de remettre en cause des rémunérations des vendeurs.

De plus, certains Présidents d'Etablissements modifiaient à l'insu des vendeurs leurs ADR, (remise sur le CA hard et pas sur le CA logiciel).

La DOCBC s'est engagée à ce que ce genre de dérapage ne se reproduise plus.

▪ Poids de zone 2011

Les PDZ de l'ensemble des établissements seront présentés lors de la prochaine réunion de CCE qui aura lieu le 16 Décembre 2010.

Monsieur Dauman s'est engagé à modifier certains PDZ car force est de constater que la majorité des vendeurs sous productifs sont ceux qui ont un PDZ et un parc trop faibles.

Les élus CGT ont également alerté la DOCBC sur l'incidence du CRM sur les PDZ. Avec la mise en place du CRM, les comptes prospects dits « cœur de cible » pourraient être modifiés.

▪ CRM Salesforce

Il arrive...

Si le CRM devient un outil incontournable pour la force de vente, les élus CGT ont souhaité avant son application, connaître l'impact que celui-ci aurait sur les conditions de travail des commerciaux. Pour ce faire, les élus CGT ont mandaté un expert en technologie.

Après une période de test, l'expert conclut la première phase de sa mission de la manière suivante :

« Le renseignement des informations dans le CRM Salesforce constitue une charge de travail administrative non négligeable. Celle-ci est néanmoins indispensable au suivi de la démarche commerciale et à la pérennité des informations enregistrées sur les clients de l'entreprise. »

« La démarche et l'outil Salesforce peuvent contribuer à sécuriser les commerciaux ».

« C'est un changement fondamental des formes d'organisation du travail que connaissent les commerciaux ».

« Ces nouvelles formes d'organisation individualisent le travail, ce qui permet d'augmenter de manière efficace la concurrence entre les commerciaux ».

« Enfin les méthodes d'évaluation en s'appuyant sur les résultats du CRM ne développeront que du contrôle social. »

Si les membres de la CGT ne sont pas opposés à la mise en place de ce CRM, elle considère que c'est à l'entreprise de mettre en place l'outil dans son intégralité. Il faut savoir qu'il est prévu que chaque commercial ait une base renseignée de 600 fiches constituée de clients, de prospects et de suspects...

Compte tenu de la charge administrative que cela représente, il a été demandé à la direction de trouver des moyens pour que le renseignement de la base de données ne pénalise l'activité commerciale du vendeur.

Les membres du CCE ont accepté le principe du déploiement du CRM sur Canon France Nord Ouest afin de tester l'outil et de corriger les problèmes.

L'année 2011 devrait être pour les commerciaux, une année de transition et d'adaptation avec l'arrivée du CRM et doit constituer un outil facilitant le travail du commercial. Vos élus CGT veilleront à ce qu'il réponde bien à cet objectif.

Concernant le PRV, si les élus CGT ont décidé d'intervenir sur les reliquats, les commerciaux doivent soutenir les actions de leurs représentants pour faire aboutir leurs doléances.

***Avec une mission
et des objectifs,
le salaire devient superflu.***

