



OBJECTIFS



Commerciaux, Rentabilité Maximum...

Il aura fallu presque 2 ans de réflexions et d'étude, pour que la population commerciale soit équipée d'un CRM. En effet, après avoir opté en 2009 pour le CRM IRIS, la direction au final, et dans une logique européenne Canon, a choisi le **CRM Salesforce**.

Le Comité Central d'Entreprise, comme le prévoit la loi, a été consulté sur ce projet. Les membres ont mandaté un expert afin d'analyser les conséquences de la mise en place de cet outil au niveau de l'activité des commerciaux et sur leurs conditions de travail.

Les travaux du cabinet d'expertise SECAFI ont bien mis en évidence que le CRM ne constituait qu'un outil d'accompagnement au service d'une **nouvelle stratégie commerciale**. Toutefois, cette nouvelle approche, qui n'a jamais été présentée en tant que telle aux représentants du personnel, méritait d'être clarifiée.

En effet, auparavant les commerciaux devaient travailler un potentiel clientèle sur un secteur géographique donné sans ciblage particulier. Dorénavant, ces derniers devront disposer à termes de **600 fiches** qualifiées dans leur CRM, dénommées « cœur de cible » et constituées de clients, de « prospects », et de « suspects ».

Les experts ont particulièrement veillé à ce que la nouvelle démarche commerciale soit clairement définie, que l'ensemble des moyens soient déployés en termes de mise à disposition des données dans le CRM, que les rôles de la DOCBC et des RRV soient précisés et que des démarches d'accompagnement et de formation soient mises en œuvre.

Les élus CGT du CCE ont demandé à la Direction de clarifier les modalités de calcul du « poids de zone » au regard de cette nouvelle politique. Ils ont également rappelé que cet outil CRM se voulait être un outil d'accompagnement du commercial dans le cadre de son activité et qu'il ne devait en aucun cas constituer un outil de contrôle dont la finalité pourrait aboutir à des sanctions, ou à servir dans le cadre de l'Évaluation annuelle (EAE).

De plus, la direction devra veiller à ce que la mise en place et l'utilisation de cet outil ne génère pas de tensions se concrétisant par des risques psychosociaux.

Les élus CGT ont demandé à ce que les instances soient consultés dans le cas où la direction souhaiterait mettre en place un outil mobile Salesforce, de type Smartphone à la disposition des commerciaux.

Durant toute la présentation du projet, les élus CGT ont veillé à ce que cet outil, à priori attendu par un certain nombre de commerciaux, soit encadré par un maximum de garanties. Il est d'ailleurs prévu que l'expert effectue un bilan du déploiement **au mois d'octobre 2011**.

Nous invitons les commerciaux à nous faire part de leurs observations et de nous alerter si des dérives dans le cadre de l'utilisation du CRM étaient constatées.

