



## La force commerciale doit se mobiliser

**Mercredi 27 novembre  
pour faire valoir ses revendications !**

La Direction a réuni le 15 novembre 2013, les membres de commission Pay plan. Pour présenter le Pay Plan 2014, c'est monsieur Ariel Oliel qui représentait la Direction de l'entreprise. Et comme d'habitude, le Pay-Plan était déjà prêt... Pas question d'y apporter des modifications.

Monsieur Oliel n'a pas souhaité écouter les propositions de vos élus, pire, il devient sourd lorsqu'on lui parle des difficultés rencontrées par les vendeurs.

Aujourd'hui encore de nombreux commerciaux n'ont pas le parc minimum pour pouvoir réaliser leur objectif. L'outil SFDC est toujours incomplet et il incombe encore aux vendeurs de passer des heures à l'enrichir. **Le temps que passent les vendeurs à gérer des tâches administratives se font au détriment de rendez-vous en clientèle.**

Si 80 % des vendeurs n'ont pas atteint leurs objectifs au premier semestre ce n'est pas le fruit du hasard, mais bien une **incapacité de l'entreprise à motiver les vendeurs et donner une orientation** claire sur les objectifs. En modifiant les règles du pay-plan tous les 6 mois, il devient impossible aux vendeurs d'atteindre leur objectif.



La CGT préconisait pour 2014, un pay-plan à l'identique de 2013, et le retour du Super booster. Il est important de rappeler que depuis la création de ce pay-plan, jamais les commerciaux n'auront eu une partie variable aussi basse. L'entreprise ne s'étonne même plus de verser le minima conventionnel à de nombreux vendeurs.

Mais pour la Direction, il y a encore moyen de diminuer les rémunérations des vendeurs, c'est ce que propose le Pay-Plan 2014, dont voici la teneur...

La première modification consiste à remplacer une partie de la prime POS par un objectif CLIK. Cela veut dire que la POS qui représentait 30 % sera désormais composée de 20 % de service et 10 % d'objectifs klik. Quand on connaît aujourd'hui le coût pratiqué par nos concurrents, il y a vraiment de quoi s'inquiéter. La perte de rémunération est estimée à 5000 € par an.



La deuxième modification du pay-plan est de supprimer, pour les vendeurs office, les ventes des « light production » ainsi que les « Press numériques ».

Néanmoins si le vendeur fait un vœu ! Zut nous voulions dire un lead, il pourra espérer toucher une prime. Il n'en reste pas moins qu'il va falloir que la Direction recalcule tous les PDZ des vendeurs afin de compenser la perte de ces clients et prospects. En effet les objectifs de ces MFP faisaient bien partie des PDZ. La perte de rémunération est estimée à 8000 € par an.

Voici donc les grandes lignes du pay-Plan 2014. Les commerciaux apprécieront.....

**Avec la remise en cause des acquis sociaux prévus pour 2014 et la perte de rémunération annoncée, il reste comme seule alternative LA MOBILISATION**

**ALORS TOUS ENSEMBLE ET SOLIDAIRES**

**ARRETONS LE TRAVAIL LE MERCREDI 27 NOVEMBRE 2013**