



BNP PARIBAS

17/02/2016

**Campagne élections
professionnelles
(03/2017) :**

Tout comme PPC, la perfection n'existe pas, pas plus au sein de l'équipe Cfdt de Métropole que dans toute autre organisation syndicale, équipe sportive, association, famille ou entreprise... Cela, nous le savons tous et il est donc temps de rappeler brièvement nos rôles et missions, avant tout des enjeux collectifs :

Etre représentant du personnel ne signifie pas faire de la représentation ni se trouver une planque et passer du bon temps. La pression, chez nous, existe également, à travers vous, mais aussi face à nos responsabilités.

Tous les mois, se déroule la réunion des **dé-légués du personnel** et nous y présentons toutes formes de réclamations, individuelles ou collectives, à votre demande ou selon notre ressenti d'après les visites que nous effectuons 2 à 3 fois par an, ceci depuis de nombreuses années. Nous sommes la seule OS à faire cela. .../...

BORDEAUX METROPOLE FLASH...INFOS...FLASH

Préférence Client, c'est fait et n'est plus à faire ? Non, rassurez-vous, beaucoup de choses restent à faire, assurément. Au cours d'un entretien avec notre directeur de Groupe, nous avons pu échanger sur ce sujet, sur d'autres tels les incitations commerciales, l'animation, le management ou encore les effectifs. Lors de ce flash, nous évoquerons également le démarrage de la campagne électorale professionnelle (élections DP et CE prévues en mars 2017) et, hélas, ses travers, ses méthodes insidieuses....bonne lecture à toutes et tous.....

PREAMBULE

Ah, « cher Préférence Client », si tu n'existais pas.... nous te t'inventerions pas ! Si nous admettons l'inévitable virage technologique, la révolution digitale, nous avons toujours du mal avec l'accueil partagé et ses méandres. L'ex COA, la vitrine, l'emblème, la poutre de l'agence n'est plus. Bienvenue aux conseillers qui doivent endosser la cape de sauveur, du mobilisé, du disponibilisé, de l'écartelé, du dompteur et du jongleur réunis. BDDF s'est trompé sur l'importance de ce poste, c'est nous qui l'affirmons mais nous savons aussi que beaucoup d'entre vous pensent comme nous, même tout là haut.....

VUE GENERALE DU GROUPE

Rien n'est blanc, rien n'est noir, tout n'est donc pas parfait. Tout nouveau système ou nouvelle stratégie mérite une appréhension particulière et une adaptation régulière. Malgré tout, le Groupe a relevé un enthousiasme managérial autour du projet de service et du collaboratif. Ensuite et depuis, c'est plus compliqué que ce soit dans la posture, l'activité commerciale et surtout la gestion du temps. Le groupe est jeune, concentré géographiquement et est envié pour cela mais aussi pour sa situation et son prestige, bref, les places sont chères....

VUE GENERALE DE LA CFDT

Notre première remarque, comme évoqué dans le préambule est de dire que la première conséquence de PPC -accusé accueil partagé levez-vous ! - est qu'aujourd'hui, quasiment partout, on fait moins de commerce. Un comble pour un programme dont le but était précisément la satisfaction de la clientèle et donc de vendre toujours plus (toujours mieux ?) !

Notre seconde remarque d'ordre générale vise la gestion du temps évoquée par notre directeur. Et oui, moins de commerce car moins de temps pour cela : réunions, re-réunions, accueil en tant que mobilisé ou disponibilisé, gestion des mails, in fine, une surcharge de travail aboutissant à un investissement encore supérieur, des heures supplémentaires non déclarées et un surmenage garanti pour certains. Attention, danger !

.....Ces visites sont la base de tout, signifient une proximité, une envie et une nécessité de vous accompagner lors de toutes les étapes de votre vie professionnelle.

Nous avons également un rôle prépondérant en **CHSCT** (Comité Hygiène, Sécurité et Conditions de Travail). Nos deux représentantes y assument pleinement leurs fonctions et défendent vos droits, hélas, un peu seules sur le sujet.....

Enfin, en ouverture de ce flash, nous évoquons des travers et méthodes insidieuses visant à déstabiliser notre équipe.

Et oui, certains d'entre nous sont attaqués sur leur personne ou personnalité dans le seul but de décrédibiliser la Cfdt lors des prochaines élections professionnelles de mars 2017. Il est toujours plus facile de dénigrer que de construire...

Pas joli, joli....nous répondons ceci :

Perfectibles, nous le sommes tous, convaincus et volontaires, c'est déjà plus rare mais nous nous comptons dans cette catégorie. Respectueux des mandats qui nous ont été confiés, pour sûr !

Etre à votre écoute est notre métier, sachez le, nous ne sommes pas là pour la parade !

INCITATIONS COMMERCIALES—ANIMATION COMMERCIALE—MANAGEMENT—EFFECTIFS

Nous partons donc du constat commun avec la direction que PPC ne se fera pas en un seul jour, qu'un temps d'adaptation est et sera nécessaire. De concert et sans musique, nos effectifs se sont fortement réduits ces dernières années (295,70 ETP au 31/12/2010 contre 252,80 ETP au 31/12/2015), soit près de 43 ETP en moins.

Sur ce, les incitations commerciales pointent leur nez et vous êtes nombreux dans l'attente, voire la crainte de subir une perte de salaire. De plus et pour mémoire, la dernière NAO n'a pas abouti sur une mesure pérenne. Plus fort, la masse salariale a baissé de 17 %. Certes, la participation et l'intéressement sont venus redorer le tout nous dit-on....pas suffisant !

En ces temps difficiles, nous avons appuyé notre discours sur un management et une animation commerciale adaptés, avec souplesse et compréhension.

EN EFFET.....

Nous avons argumenté sur l'inéquité des fonds de commerce (mauvaise répartition CC/CP, CP avec T3, T4 ou T5, T6, pas pareil...), l'inégalité des chances (configuration immobilière PPC ou pas, temps de présence plus ou moins important à l'accueil, présence de la filière espèces ou pas, postes vacants ou pas....).

Par ailleurs, selon le flux clientèle, il est ahurissant de constater un nombre de salons de réception insuffisants et donc des délais de rendez-vous imposés aux clients, tout le contraire du concept PPC : Satisfaction du client, que deviens-tu ?

Que deviennent également les belles attitudes préconisées : Soyons attentifs, agiles et chaleureux ? Et la règle des 3 C : Conquête, Crédit et Cross-selling ?

Enfin, lorsque nous évoquons la souplesse de l'animation commerciale et le management, si nous pensons à une nécessité de ne pas confondre avec un excès de pression commerciale, nous pensons aussi au nombre de réunions bien trop importantes, redondantes, inutiles, surtout aux envois incessants de mails qui finissent par ne plus être lus. Tout ceci, nous le nous dénonçons et, pour nous, cela ne correspond en rien à de l'accompagnement digne de ce nom et ce dont les salariés ont besoin. Contre-productif !

FINALEMENT

Le directeur de Groupe a écouté notre argumentation et nous avons bon espoir d'avoir été entendus.... Celui-ci nous a d'ailleurs rappelé une communication sur les enjeux de 2016 dont voici un extrait : « **C'est tout d'abord des enjeux managériaux pour accompagner tous les changements en cours et à venir : on doit continuer à faire évoluer nos pratiques managériales afin de renforcer la performance et l'efficacité collective et individuelle** ». Bien entendu, nous n'avons rien contre cela, tout juste préciserons-nous que les synonymes du mot « performance » sont : exploit, prouesse, record....Immédiatement, un slogan Cfdt nous revient à l'esprit : OK, d'accord, compris...seulement si **salariés respectés !!!**

DÉLÉGATION Cfdt - Z02823- 40 cours du Chapeau Rouge 33050 Bordeaux Cedex.

www.cfdt.bnpparibas.com
twitter: @cfdtbnparibas
paris.irp.cfdt.delegation.nationale
@bnpparibas.com

Je suis d'accord avec l'action de la Cfdt et:

Je souhaite recevoir des informations par email

Je souhaite adhérer

Je souhaite vous rencontrer

Nom Prénom : e-mail :

tél. : Agence, entité, groupe de rattachement :

