

CHARGES DE CLIENTELE PAS DE BRAS, PAS DE RESULTATS !

**La CFDT dénonce des budgets étriqués, réduits à peau de chagrin ...
Et des Chargés de Clientèle en état d'épuisement !**

Des commerciaux « multitâches » :

- ▶ Commerciaux de La Banque Postale,
- ▶ Commerciaux de La Poste Mobile, d'Ardoiz, de Veillez Sur Mes Parents, de Ma French Bank, ..., et bientôt les nouveaux outils numériques proposés par La Poste (Digiposte, protection des données, etc...),
- ▶ Assurer les habituelles opérations courrier-colis et financières, avec le renforcement des contrôles bancaires,
- ▶ Se préparer à prendre les réclamations courrier (projet Boucle Courte),
- ▶ Tout en accompagnant les clients aux automates.... Et en assurant les missions de service public dans les MSAP (futurs MFS - Maison France Service) ou des bureaux QPV et BPS !

Bref, les chargés de clientèle du Réseau se transforment surtout en *Chargés du Chiffre d'Affaires* : toutes les branches et filières déversent leurs objectifs au Réseau sans donner les moyens nécessaires pour les atteindre.

La surchauffe n'est pas qu'une question de température !

Le trop plein d'activités diverses, à déployer dans l'urgence, avec une exigence de retours financiers immédiats, tout en respectant la « priorité bancaire » du Réseau conduit à un état de saturation que la CFDT a dénoncé en instance le 18 juin dernier (voir au verso).

Pour la CFDT, c'est simple :

Si La Poste ne donne pas les moyens suffisants pour les résultats attendus....

Alors, qu'elle n'attende... RIEN !

Et qu'elle arrête d'exiger l'efficacité, la Qualité de Service et les résultats !

**Quel est l'intérêt du Chargé de Clientèle à atteindre les objectifs,
à s'investir tant et plus ?**

**Quels que soient les résultats,
C'est toujours avec moins qu'il lui faudra faire plus !**

Et que dire des « petites expérimentations » mises en place en catimini, là encore sans aucun moyen. Exemple de la Méthode 1.2.3.4, découverte au détour de quelques bureaux de poste ! Le siège annonce qu'il ne s'agit que d'une expérimentation Picarde.

Alors... soit, la Picardie s'est étendue sans le dire à personne, soit le siège ne maîtrise pas les décisions locales,

Quant aux objectifs, ils ne sont ni Réalisables, ni Atteignables, ni Mesurables.

Or la fixation des objectifs détermine la rémunération variable...

A qui profite cette pratique ?

**DECLARATION PREALABLE
CDSP RESEAU DU 18 JUIN 2019
ATTRACTIVITE DU RESEAU**

La CFDT vous alerte sur l'état d'épuisement psychique que vivent les chargés de clientèle. Ils sont saturés. Ils ont répondu présents aux évolutions de leurs métiers, ont su faire preuve d'une grande capacité d'adaptation, et ont demandé une reconnaissance de cette implication

... Aujourd'hui, il faut tout de même poser le constat que leurs missions ne cessent de s'accroître : monter en puissance sur les produits bancaire (sont-ils les futurs cofi du Réseau ?), panel des nouveaux services (ardoiz, VMPS, etc), déploiement de Ma French Bank, commerciaux de La Poste Mobile et si la gamme a été simplifiée, il leur faut tout de même être optimum sur les affranchissements de tous ordres. Aujourd'hui, vous annoncez une formation sur les services numériques et vous les mettez au cœur de la réclamation client sur le courrier-colis. Sans compter la « Méthode 1.2.3.4 » qui leur demande un certain délai de traitement pour la « parfaite connaissance client ».

Avec quel moyen complémentaire, avec quelle reconnaissance ? Pensez-vous, réellement, que les chargés de clientèle vont pouvoir prendre tout en main ? pour rappel, le rapport social 2018 indique que sur 48851 personnes au Réseau, 20749 ont plus de 50 ans, soit 42% et qui subissent des restructurations incessantes depuis 2004.

Que constatent les Chargés de Clientèle en 2019 ? des efforts, encore et toujours. Des efforts en formation, des efforts pour vendre, des efforts à comprendre.... Et pour quelle contrepartie puisque l'atteinte, voire le dépassement des objectifs n'empêchent pas la réduction d'effectif et/ou la suppression de la force de travail variable. Cette année, plus que les autres années, ils sont pressés comme des citrons, forcés à poser leurs congés pour répondre à la notion de semaine forte ou faible. Forcés de voir leurs bureaux fermés en été pour la prise de congé, même lorsqu'il y a des CCR disponibles. V pour Victoire ou V pour Victime ?

Les adaptations commerciales ne répondent jamais aux nouvelles sollicitations que vous leur imposez.

Ils sont fatigués, démotivés et attendent un changement concret concernant :

- Des RI qui répondent à leur nécessité de prise de repos et la pose de congés sur les périodes qui les intéressent.
- La prise en compte de toutes les activités qu'on leur demande d'effectuer et qui ne sont pas comptabilisées.
- Une reconnaissance de leur adaptation : un Chargé de clientèle, il doit être à minima 2.3 et tous les experts en 3.1,
- Une vraie rémunération variable, motivante,
- Et enfin, des objectifs réalistes en adéquation avec les moyens octroyés et permettant une rémunération convenable.

Nos équipes locales sont aujourd'hui « vent-debout » contre le rôle de plante verte que vous voulez leur faire tenir via l'indicateur du logiciel FTU ...