



8 février 2005

*Fréquence client
L'arme fatale ... !*

**Fréquence client
L'ADSL de l'écureuil
Le salarié en haut débit illimité !!!**

2005, l'année de Fréquence client dans notre univers de travail.
Mais de quoi s'agit-il en fait ?

Plus qu'un concept, c'est en fait une logique de productivité et de rentabilité maximum, élaborée mathématiquement à partir de mesures d'activité chronométrées, et de statistiques de vente.

Comme dans tout système taylorien, il faut un contremaître. Ici, c'est le Directeur d'Agence qui est le garant du bon fonctionnement.

Il s'installe aux commandes d'un tableur informatique dont les variables sont :

Nombre de clients, effectif, nombre de rendez-vous, nombre d'appels, nombres de ventes, taux de réussite,... etc.

En fin d'année, toutes ces données, moulinées par le logiciel, détermineront pour chaque salarié d'une part son salaire individuel (part variable) et d'autre part son aptitude à la promotion.

(Et attention ! Campbell dit que les ordinateurs sont comme les dieux de l'ancien Testament, beaucoup de règles et pas de pitié ! !)

Avec quels moyens ?

Outil informatique : arpège (si, si, c'est vrai ! ! !), nouveau concept d'agence : pas de guichet, pas de téléphone entrant (le client ne peut plus nous joindre), automatisation, banque à distance, sélection de clientèle,

Pour quelle finalité ?

- ☞ Moins de clients, mais plus de rentabilité
- ☞ Moins de salariés, mais plus de productivité
- ☞ Moins de produits proposés, mais plus de marge.

Ce que nous impose nos dirigeants n'est rien d'autre que la sacro-sainte bataille du fric au service de quelques uns et aux dépens du plus grand nombre. L'écureuil, coté en bourse en 2007, aura un prix de marché qui tiendra compte de ce qu'il coûte et de ce qu'il rapporte. C'est un calcul à très court terme au seul bénéfice des vendeurs (Pouvoirs publics, CNCE, membres de Directoires).

A notre modeste niveau, notre science de l'entreprise est simple et à mesure humaine. Et notre analyse de la situation ne l'est pas moins :

- ☞ Nous travaillons dans une entreprise commerciale dans laquelle

**Section syndicale SUD CELDA 17 Rue Pontchardier BP 147 42012 St Etienne cédex
04.77.47.72.28
ou 06.30.04.32.87 E.Mail : sudcelda@aol.com**

nos clients, en panne de confiance, nous quittent ou, pour ceux qui restent, sont de moins en moins fidèles,



Les salariés ont de plus en plus de mal à vivre leur quotidien au travail, ne trouvent plus de sens à ce qu'on leur impose de faire, et comprennent bien qu'ils seront les premiers sacrifiés sur l'autel de la rigueur budgétaire,



Les résultats commerciaux sont catastrophiques (et pour cause ! ! !)

Dans tout commerce digne de ce nom, une politique de distribution donnant de tels résultats serait rapidement abandonnée. Chez nous, les intelligents de service persistent et signent. Pourquoi ? et surtout... pour qui ?

Et comme si cette incertitude-là ne suffisait pas, ils ont décidé, en ce début d'année de continuer la valse des effectifs. Mettant à plein régime la machine de mobilité fabriquée par les accords de mars 2004, ils s'en donnent à cœur joie.

Vie de famille, ambiance de travail, risques sur la route, connaissance des clients, ne sont pour eux que des considérations ringardes et anecdotiques. La gestion du Personnel est devenue en CE LDA un monumental foutoir ! ! !

Et, pendant ce temps-là, nos chers (oh combien ! ! !) dirigeants commencent, paraît-il, à calculer leur part variable individuelle.

En temps voulu, et pour montrer que le mot rigueur n'a pas le même sens pour tout le monde, nous communiquerons précisément sur la valeur marchande qu'ils se donnent à eux-mêmes ! ! !

Il est bien connu qu'il n'y a que dans le vocabulaire des couturiers que patron est synonyme de modèle ... !

Section syndicale SUD CELDA 17 Rue Pontchardier BP 147 42012 St Etienne cédex

04.77.47.72.28

ou 06.30.04.32.87 E.Mail : sudcelda@aol.com