

" BDDF - COMMERCE "**Déclaration FO**

Nous souhaitons encore porter l'accent sur l'accélération toujours croissante des rythmes de travail des collaborateurs de BDDF et cela, quelle que soit leur affectation ou leur fonction.

Si certains d'entre eux sont le fait d'éléments extérieurs à l'Entreprise et dictés par le marché et ses contraintes, d'autres, uniquement liés à des organisations internes ne justifient pas, à nos yeux, la cadence que vous imposez.

Tout cela pour arriver à certains paradoxes ...

Le Client, au cœur de notre dispositif, n'arrive pas dans près de 80 % des cas à joindre son commercial. Pourtant, il n'y a pas si longtemps, dans un dispositif différent on dépassait 90 % de prise d'appel et la satisfaction Client était réelle.

Lorsque nous avons abordé ce sujet à cette même commission, vous nous avez clairement dit qu'il n'était pas question de revenir en arrière ; **" dont acte "**.

Et si vous aviez tort ?...

A quoi servirait alors la mise en œuvre de la nouvelle segmentation dont l'un des objectifs est de définir une nouvelle ambition de contacts (à la hausse) pour les clients à potentiel. On constate une augmentation du nombre d'encours pouvant atteindre 5 d'OC en moins de 2 mois sur un même client. Nous avons pourtant cru comprendre que le " Plan de Sollicitation Client " était calibré pour éviter les excès dans un sens comme dans l'autre.

Et vous voulez encore en rajouter ?

Pensez vous que l'augmentation du Flux de sollicitation dans le sens Banque / Client améliorera la satisfaction Client dès lors que le sens Client / Banque est en panne ?

Regardez l'agenda de nos commerciaux, il faut se rendre à l'évidence ...

L'hyper activité de la Force de Vente chez BNP Paribas rend le commercial quasiment indisponible. Et ce n'est pas un problème d'organisation individuelle puisque c'est une remarque générale de tous les Clients ; c'est un fait collectif avéré.

Alors ne nous voilons pas la face et parlons " VRAI ".

Soit il faut changer l'organisation commerciale de BDDF, ce qui paraît déraisonnable. Soit il faut expliquer au client qu'il devra adhérer à l'idée d'avoir une réponse différée en laissant un message, ou bien être mis en relation avec le CRC ou le CRPE.

Nous n'accepterons pas qu'Optima participe comme une couche supplémentaire au stress déjà anormalement élevé du Vendeur.

Nous allons également aborder aujourd'hui le sujet des **" Business Plan "**.

Les premiers constats font état de fermetures de plus en plus nombreuses de points de vente alors que l'objectif affiché est de répondre aux attentes des clients.

N'est-ce pas là de la vraie langue de bois ?

Depuis quand la fermeture d'Agences participe t'elle à la satisfaction client ?

Quand vous êtes jeune DIA d'une agence rurale, que vous allez expliquer à vos clients que l'on baisse l'enseigne et lorsque qu'ils vous répondent : " avec les résultats que vous faites vous pourriez au moins maintenir un service minimum ... "

Vous leur répondez quoi ? ... Qu'on n'est pas La Poste ?

Monsieur le Directeur, même si la vocation de notre Entreprise n'est pas celle d'un service public, à un moment où les médias, les hommes politiques et l'opinion publique en général, n'épargnent pas le monde bancaire et BNP Paribas, il vous appartient de faire en sorte que l'intérêt particulier des Groupes d'Agences n'aille pas à l'encontre de l'intérêt général de l'Entreprise et surtout de ses clients.

L'image de marque de BNP Paribas en tant qu'Entreprise socialement responsable a un prix qu'il faut aussi savoir payer.

En ce qui concerne " Météor ", il faut avouer que le nom n'est pas vraiment bien choisi ...

Régulièrement les dossiers culottent et, depuis l'été, une nouvelle fois, les retards s'accumulent sous le double effet des rachats de prêts de nos concurrents et de la fin des avantages fiscaux. Malheureusement, sous pression, les APAC retournent dans les points de vente les « paquets A » sous des motifs pas toujours justifiés.

Pour le projet " FARH " nous assistons ici aussi à une perte des compétences.

Dans un premier temps, vous centralisez les tâches RH sur une APAC et, dans un second, il suffira de mettre en place une seconde rationalisation avec ACE.

Nous pensons que les tâches centralisées ne permettent pas au travail de garder le même intérêt. De plus nous sommes informés, ici et là, pour les Groupes déjà concernés par le projet, qu'il existe de nombreux retards dans l'exécution des tâches.

Pourtant rien n'est plus prévisible que l'évolution des effectifs RH dans les Groupes ... ici, il n'y a pas d'effets de pics de production liés aux marchés ...

Ce ne sont que quelques thèmes que nous souhaitons voir développer aujourd'hui au cours de cette réunion.

Mais, avant ces débats, nous voulons vous informer que la pression commerciale, due tant aux organisations qu'aux hommes, se situe à des sommets encore jamais atteints et nous attendons de vous que vous souleviez " le couvercle ".