

COMMISSION BDDF COMMERCE
Déclaration préalable des Élus FO

Nous commençons, ce jour, la commission commerciale sans doute la plus fournie de l'histoire de notre entreprise. Elle est à l'image des métiers qu'exercent les hommes et les femmes de BDDF ; complexe, technique et dense.

Le modèle de vente prend son rythme de croisière, orienté satisfaction " Client ". Il s'avère efficace mais sa mise en œuvre rencontre sur le terrain de nombreuses difficultés et parfois des paradoxes. Difficultés sur lesquelles nous reviendrons au travers des échanges que nous aurons tout au long de cette commission.

Nous retiendrons, entre autres, les délais de courrier, la complexité des circuits, les liaisons avec les APAC et plus généralement la taylorisation croissante des organisations. Les chaînes de traitement de plus en plus longues ne permettent plus à notre entreprise de tenir ses engagements de délais dans les accords de prêts.

Des paradoxes aussi ... Pour être commercial chez BDDF il est nécessaire d'avoir un don d'ubiquité. En effet, il doit être à la fois chez ses clients, ou bien en visite chez ses prospects et aussi devant son poste de travail pour valider sa corbeille de virements que ses clients ont généré en BAD (banque à distance). En sachant que toute absence de validation par lui-même bloque l'exécution des opérations les plus importantes alors même que la provision est disponible et que rien ne devrait empêcher son exécution.

En cas d'absence de validation, le commercial doit alors expliquer l'inexplicable à son client.

Désormais, l'orchestration de ce modèle de vente repose beaucoup sur le dévouement des Directeurs d'Entité. Ils sont sur tous les fronts et doivent faire preuve des plus grandes qualités pour animer leurs équipes. La réussite de leur mission est étroitement liée aux relations qu'ils entretiennent avec leurs états-majors.

Si la plus grande majorité des états-majors applique votre stratégie commerciale dans le respect de l'homme, il en reste, ici et là, quelques-uns dont l'exercice des prérogatives ne nous paraît pas compatible avec le respect tel que vous le décrivez dans cette instance.

Les ambitions personnelles de ces tristes sires se nourrissent du stress et des larmes des commerciaux qui ont le malheur d'être sous leur coupe. Un commercial en souffrance n'a pas d'alternative, pas de marge de manœuvre, il se tait et subit la pression.

Nous attirons donc l'attention des Directions Régionales. Sur le terrain, elles les connaissent, vous les connaissez donc.

Faut-il donc s'étonner lorsque dans la question n°12 vous répondez : *« que le modèle managérial passe par la performance et par l'émulation sans tension durable. »*

Pour vous, que signifie *« sans tension durable »* ? Est-ce que cela veut dire sans tension ou en créant une tension limitée dans le temps ?

A partir du moment où une tension est créée qui peut en arguer la durée et la perception qu'en aura la victime ?

Votre devoir, et nous vous le demandons, est non seulement de ne pas couvrir ses comportements, mais de faire cesser énergiquement ces pratiques et de faire en sorte de les prévenir.

Nous attirons également votre attention sur la mise en œuvre des Maisons des Entrepreneurs. Depuis la mise en place des Centres d'Affaires les cultures du Retail et du Corporate se sont écartées au fil du temps. Si les premiers résultats sont encourageants, nous vous demandons d'être attentifs à la bonne intégration des CAER et d'harmoniser le traitement des opérations qui sont traitées actuellement par deux back-offices différents.