



Le Maillot Cfdt

SCO IdF



Séance DP du mois de mai 2019

*Voici les questions posées par les déléguées du personnel CFDT,
et les réponses apportées par l'entreprise.*

Q1) « Si cette période peut raviver des douleurs ou générer des inquiétudes, cette époque appartient néanmoins au passé. Orange a su se transformer et déployer un ensemble de dispositions, visant à prévenir la souffrance au travail et les risques psychosociaux... Je continuerai pour ma part à être particulièrement attentif à la qualité du climat social de notre entreprise et au bien-être de chacune et chacun d'entre vous. » Nous citons, ici, Stéphane Richard.

A la lecture du rapport SECAFI qui vient de paraître, l'objectif n'est pas atteint, l'accélération ne va pas dans le bon sens et toutes les alertes des représentants du personnel se confirment et ramènent à une période sombre pour notre entreprise côté fatigue et stress. A part les hotlines de soutien psychologique 0800 85 50 50 pour les salariés et 0800 00 60 89 pour les managers et RH (qui ne seraient pas des salariés !?) quelles mesures sont prévues pour prévenir les risques psychosociaux ?



Réponse : Les mesures prévues pour prévenir les RPS sont inscrites dans le PAPRI Pact 2019 : gestion des appels difficiles, recherche d'axes d'amélioration sur les conditions de travail et de bien-être, prévenir les situations de sexisme et de discrimination, impact RPS sur l'ensemble des dossiers organisationnels (déménagements, changement de plateau ou d'organisation), accompagnement des salariés et managers dans l'aménagement des postes de travail à domicile

Commentaire : *L'inscription sera-t-elle suffisante et les mesures prévues sur le papier permettront-elles d'enchanter un personnel de plus en plus sous tension ?*

Q2)...Quelles mesures sont prévues pour apporter la reconnaissance attendue et nécessaire, au lu du rapport SECAFI 2019 ?

Q3)...Quelles mesures sont prévues pour l'amélioration des outils de travail attendus et nécessaires, au lu du rapport SECAFI 2019 ?...

Réponse 2/3: Il est important d'avoir en plus du rapport global, celui par métier et enfin celui par unité pour faire un travail de lecture complet et d'analyse et ainsi faire un travail de prévention plus abouti avec le CHSCT. En off : Il est donc trop tôt pour répondre à cette question.

Commentaire : *Mais pas trop tôt pour commencer à y réfléchir...*



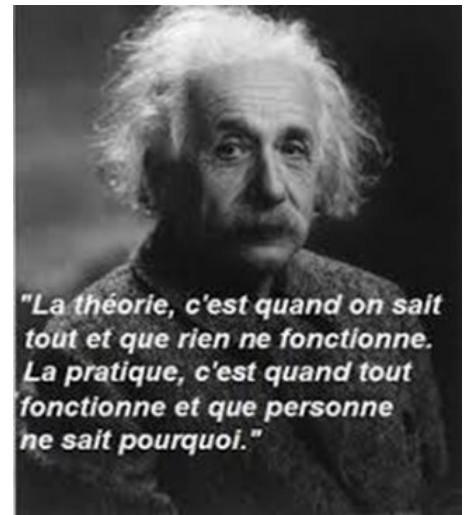
Q4) Divers aménagements et déménagements sont prévus sur le site notamment pour les soutiens, le N3 fibre, les réclamations... Les travaux devaient s'étaler d'avril à mai selon le dossier présenté en CHSCT. Compte tenu des absences liées aux fêtes de mai, le personnel souhaiterait avoir plus de précisions sur le calendrier prévu afin de se préparer dans de bonnes conditions. Le calendrier prévu est-il repoussé ou pas ? Pouvez-vous communiquer les dates attendues pour chacun des services concernés ?

Réponse : L'architecte chargé du dossier ainsi que la DIT ont réalisé un point détaillé des travaux à effectuer. La consultation des entreprises est en cours. Nous communiquerons sur le planning lorsqu'il aura été construit par l'architecte.

Q5) En avril, de nouveau, des problèmes de bandeau ont perturbé le travail des conseillers et la relation avec nos clients. Appeler le 0800 30 3000 et/ou tout éteindre, tout rallumer à répétition n'est plus une « solution » acceptable. Qu'est-ce que l'entreprise compte faire pour que le personnel retrouve le sentiment de travailler pour Orange et pas malgré Orange ?

Réponse : Il n'y a pas de nouveau depuis avril. Les dernières manipulations, pilotées par la MOA nationale avec des testeurs sur les différents SCO en vue d'améliorer l'efficacité et la fiabilité du bandeau datent du 05/03. La MOA poursuit son travail et développe de nouvelles versions pour perfectionner la fiabilité du Bandeau dont le taux de panne reste relativement faible

Commentaire : *Tout est relatif (disait Einstein ;-)).*

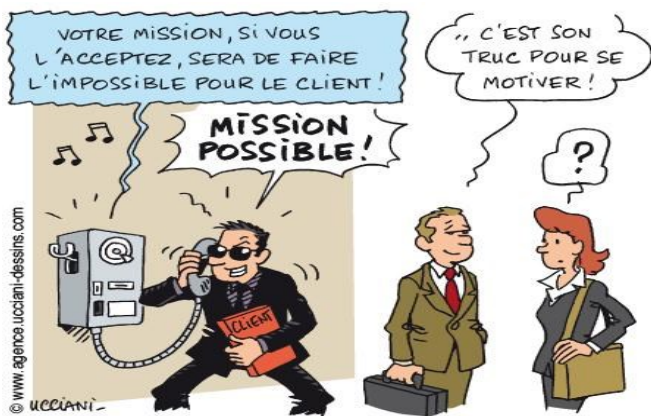


Q6) Les conseillers s'usent à répondre aux clients exaspérés. Trouvez-vous normal qu'un remboursement de répéteur wifi soit promis 3 fois, par trois personnes différentes, toujours pas fait (Casablanca), et que le client essuie plusieurs « raccrochés sauvages » en annonçant qu'il appelle pour une réclamation ?

Réponse : Non, merci de nous remonter les cas. Tous les cas clients concernant les plateaux partenaires sont remontés au pilotage des partenaires par nos RLP.

Q7)...Que comptez-vous faire pour que ces pratiques soient sanctionnées et cessent ?

Réponse : cf. réponse précédente



Q8)...Que comptez-vous faire, en attendant, pour ceux qui essuient la tempête, font le nécessaire, gardent le client et n'en tirent actuellement aucune reconnaissance décente ?

Réponse : C'est dans les missions du SCO et de ses salariés d'apporter des solutions à ces clients.

Commentaire : « *Votre mission, si vous l'acceptez...* », chère entreprise : **Apporter solutions (et reconnaissance) aux conseillers AUSSI ;-)**

Q9) De plus en plus de clients nous appellent pour se plaindre de la qualité de travail déplorable et du manque de fiabilité de nos sous-traitants techniciens. Au fil des mois, nous ne voyons pas d'action significative, ni de résultats. Est-ce que Orange a toujours l'objectif d'être un opérateur premium qui se distingue par sa qualité de service ? Si oui, comment espérer rester un opérateur crédible en n'opérant plus ni sur le terrain, ni chez les clients ?

Réponse : Nous regrettons comme vous les écarts de nos partenaires techniciens. Les dysfonctionnements sont remontés aux RLP qui échangent avec les pilotes. A noter que si des dysfonctionnements sont observés sur des dossiers clients, nous avons également des informations très positives concernant d'autres dossiers. Les services techniques partenaires sont également notés et suivis par les services internes dédiés.



Q10) Dans le même esprit, plusieurs clients demandant l'ouverture d'une ligne de téléphone simple ont signalé s'être fait raccrocher au nez (4 fois de suite pour l'un d'entre eux !). Ne pensez-vous pas que la pression PVC pour vendre de la fibre, du open ou autres produits mis en avant à grand renfort de points, peut être aussi négative que positive ? Et qu'il est temps de réfléchir à ses effets pervers ?

Réponse : La recherche de la qualité est mise en avant y compris dans la rémunération des conseillers. La PVC est un levier pour récompenser ses indicateurs qualité. Les écarts sont observés quelles que soient le mode de rémunération et les activités.

Q11) Prestations facturées à tort ou contestées, pannes plus ou moins longues... Les conseillers sont de plus en plus sollicités pour ce type de réclamations. Ils ne comprennent pas pourquoi les services techniques transfèrent les clients vers le Home pour des incidents relevant du technique et dont seul le technique à la visibilité et les tenants et aboutissants. N'est-il pas possible que chaque domaine gère ses propres réclamations ?

Réponse : Pour tous les actes, le conseiller de l'AT a toute l'autonomie pour mettre en oeuvre des gestes co ou MeFin comme tous les conseillers de l'AC et avec les mêmes plafonds (jusqu'à 100€). Pour les pannes, l'AT sait dédommager le client en fonction du temps d'indisponibilité et ne doit pas nous transférer l'appel.



Q12) Orange sonde ses clients et leur demande de s'exprimer via verbatim. Mais ces verbatim ne sont toujours pas « lus » côté Orange... pour attribuer les bons points aux bonnes personnes ! Au conseiller de faire « la manche », de bien expliquer aux clients de ne pas noter sa mauvaise expérience précédente chez Orange, mais bien lui, là, l'interlocuteur qui leur parle et qui vient de rattraper, corriger, remettre d'aplomb... Et de mettre les smileys au max, de bien écrire que... Oui, oui. OK. Et KO ! Le client faisant souvent le contraire quand il est sondé parce qu'il a oublié toutes ces subtilités ! Quel intérêt de demander un verbatim qui ne compte que pour l'hebo des services (ou un éventuel mini challenge) ?

Réponse : L'objectif est de satisfaire le client et si possible de recueillir son avis sur le traitement de sa demande. Le verbatim permet de mesurer son niveau de satisfaction et par conséquent de récompenser éventuellement le conseiller et son équipe dans la PVC et autre animation.

Commentaire : *L'objectif est connu... et les conseillers toujours pas entendus ! @ Quand les verbatim seront-ils « lus » et analysés pour attribuer reproches ou louanges à bon escient ? Et ne pas continuer de pénaliser le sauveteur, qui (se prend la colère de plein fouet et) trouve la solution, à la place de la personne à l'origine du dysfonctionnement/mécontentement ?*

Q13) Depuis l'arrivée de POPOT côté fibre, l'urgence et la priorité sont mises en avant... Et c'est le rush en fin de journée pour nettoyer les corbeilles. Enfin surtout pour certains, qui sont sollicités avec insistance pour traiter les dossiers qui restent alors qu'ils ont le sentiment d'avoir fait largement leur part. Manque d'effectifs ou de qualification, que compte faire l'entreprise pour garantir une charge de travail acceptable et équilibrée ?

Réponse : Les dossiers ont toujours eu un caractère d'urgence ou de priorité. Avant POPOT, c'était le conseiller qui devait regarder à plusieurs endroits pour gérer les priorités. Aujourd'hui, il n'a plus à le faire, c'est POPOT qui le fait automatiquement. De plus, lors de bugs, POPOT permet de mettre de côté les dossiers alors qu'avant, ils apparaissaient et chargeaient les corbeilles. En ce qui concerne le volume de dossiers, il est très variable suivant l'intensité commerciale et le fonctionnement de nos automates. Pour ce qui est de la répartition du travail entre conseillers, la C3P travaille en étroite collaboration avec les managers et nous sommes à l'écoute de vos suggestions.

Q14) Les conseillers font de plus en plus souvent face à des clients enthousiastes et dont il faut doucher les espérances, la faute à une éligibilité à la fibre annoncée trop tôt, à des boîtes aux lettres remplies illico presto et tous azimuts... alors que la fibre est juste arrivée dans le quartier mais que rien n'est encore fait dans les immeubles. Il faut expliquer qu'il y en a peut-être pour plusieurs mois selon la réactivité des copropriétés, des syndicats, des contraintes techniques et des plannings de chantier... Et qu'on ne pourra pas rappeler le client, même s'il nous le demande, quand tout sera vraiment OK ! Tout cela contribue à associer Orange avec « lenteur et pas sérieux » ☹ Pouvez-vous envisager des mesures pour des flyers plus clairs ou des distributions moins précipitées ?



Réponse : Les actions de communication vers les clients éligibles sont importantes et doivent être menées tôt pour éviter des départs vers d'autres opérateurs plus réactifs. Ces actions se font en 3 phases, lorsque la fibre arrive dans le quartier, plus dans la rue et enfin dans l'immeuble. Une fois arrivée il y a également un délai de commercialisation. Tout ceci peut paraître long pour le client mais il est également nécessaire de mener ces actions de communication en amont pour préparer et réussir les prises de commande avant les autres opérateurs. De plus, Orange n'est pas toujours l'opérateur réseau de la ville et ne peut dans ce cas maîtriser toute la communication autour de l'éligibilité.

Adhérez !!!

**Pour être toujours informé,
pour ne plus subir,
pour ne plus être seul,
pour chacun, dans l'intérêt de tous...**



;-) Première information offerte :

La cotisation syndicale donne droit à une réduction d'impôt égale à 66% des sommes versées. En cas de déclaration des frais réels, la totalité de votre cotisation est prise en compte.



Je souhaite avoir des informations sur la CFDT. Je souhaite adhérer à la CFDT

NOM, PRENOM :

Adresse :

Téléphone :

Mail :

Entreprise / Etablissement :

CFDT Télécoms Prestataires Ile de France
7-9 rue Euryale Dehaynin
75019 Paris
Tél : 01 42 03 89 45

Cfdt:



CDFT, le syndicat qui change mon quotidien.

