

Conditions de travail des forces de vente :

Agenda, Infantilisation.

La gestion d'un agenda

Pour nos édiles, un agenda est au mieux une fixation, au pire une obsession. Pas de demi mesure dans ce domaine puisque la seule que nos responsables considèrent est le « temps utile des commerciaux », ce temps oh combien sacré et surtout consacré (dans tous les sens du terme !!!) à répondre aux besoins des clients, à les suggérer pour les créer, bref, du sacro saint temps à dédier à des activités à haute valeur ajoutée...



Et donc, pas de temps à perdre avec des activités à faible valeur ajoutée, donc toujours recentrer les conseillers sur l'essentiel. En clair et pour bien gérer un agenda il suffit simplement de hiérarchiser un tant soit peu ses activités :

- ⚡ ce qui est important et urgent ;
- ⚡ ce qui est urgent et non important ; ce qui est non urgent et important ;
- ⚡ ce qui est non urgent et non important.....
- ⚡ et toujours garder une marge de manœuvre pour gérer l'imprévu.

Fastoche non ?



Le principe est tellement évident qu'il est donc demandé au conseiller de programmer l'activité sur les deux semaines suivantes ! Il doit alors jouer au chef d'orchestre tant sont nombreuses les tâches à « agender » qui accompagne ses RdV.

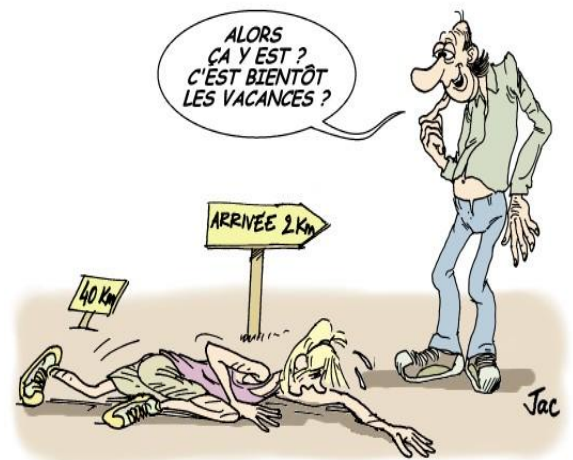
☞ **Entre** savoir bien gérer son temps, évaluer son calendrier chaque jour, caser ses RdV dans des créneaux horaires bien identifiés, en tenant compte des travaux préparatoires à réaliser en amont pour l'entretien...

☞ **entre essayer** de rentabiliser chaque minute de son temps de travail, ne pas négliger sa mise à jour, se laisser une **marge de manœuvre** pour le rendre flexible et y **arranger** un « impromptu »,

☞ **sans oublier** de le rendre compréhensible d'un coup d'œil et pour les autres et pour soi même afin qu'il colle aux **objectifs** et autres **priorités**, qu'il permet d'**estimer** le temps et la quantité de travail

☞ **le tout** en évitant la procrastination tout en **essayant** de suivre son rythme naturel de vie et de travail.....

...alors oui, la tenue de l'agenda du conseiller s'apparente vraiment à courir un marathon en pleine crise d'asthme !!!



De plus, rien n'empêche que l'on vous avertisse de décaler des rendez-vous pour cause de réunion phoning ou bien encore plan de rattrapage.

Sans compter les grandes messes et autres raouts obligatoires sur l'art et la manière de chercher le fric dans les poches des clients dispensés par nos grands décideurs directionnels et qui bouffent autant le temps de travail que celui disponible du cerveau du conseiller !!!

La sphère d'autonomie du conseiller commence à manquer sérieusement d'oxygène et il comprend alors toute la détresse du poisson hors de l'eau !!!



26.09.07

Infantilisation

Les outils 3.0 vous disent ce qu'il faut penser, SUD vous a déjà dit ce qu'il en pensait du 3.0, mais si l'infantilisation vient d'une application informatique abstraite, parfois elle vient hélas aussi d'une application humaine bien réelle.



Le DS dit au conseiller quoi faire, quoi traiter, les campagnes commerciales disant ce qui est prioritaire de ce qui ne l'est pas ! Et chaque année une note est donnée, comme à l'école pour être évalué sur la capacité à avoir effectué ce que l'on vous dit de faire.

Certains directeurs, sont des produits du néo management bien en cours dans les sphères dirigeantes de nos boutiques qui mettent en avant leur « capacité » à intégrer leurs personnels (sic !) dans la stratégie « postalo-Wahliene », qu'ils sont chargés de démultiplier auprès de leurs ouailles. Une stratégie, mais qui n'est finalement qu'un fantasme sur leur volonté de former en série des conseillers à leur image.



Ca ressemble à du clonage, un conseiller interchangeable, sans aspérité, ni particularité et surtout pas individualiste ou pire, collectif. Ca risquerait de faire désordre dans le bureau !!!



Très souvent les directeurs sont passés par des modules de formation type gestion du stress, gestion des conflits, protocole d'adhésion, harmonisation des équipes, affirmation de soi et autres « prêt à manager » clé en mains, formations très prisées dans les entreprises nipponnes et anglo-saxonnes que les français ont très vite adoptées pour ne pas passer pour des ploucs et qui font la fortune d'agences en conseils et management en tout genres !

Pour eux le but suprême c'est que le conseiller devienne un militant de son entreprise !!

Mais ont-ils toujours le bon diagnostic d'une situation donnée, d'un problème lié à l'organisation ou à une personne, ont-ils connaissance ou conscience de nos demandes en matière de motivation, de développement de nos compétences, de toutes ces attentes qui, nous permettraient de mieux traiter les enjeux et de venir travailler avec le sourire ?



Et surtout, ont-ils la reconnaissance de notre valeur et de notre expérience ?

Confiance, liberté, respect, pouvoir travailler dans un environnement professionnel qui permet de développer une réelle identité de conseiller et une relation positive à soi même, voilà en résumé, bien plus que des revendications, des aspirations que les conseillers demandent depuis longtemps.

Faire confiance à ses conseillers, leur laisser une sphère d'autonomie qui leur permet de conduire leur carrière et non de la subir serait de la part de nos managers une juste reconnaissance de notre professionnalisme.

Conditions de travail des Forces de Vente : parutions précédentes :

- Avril 2016 *Que la Force soit avec toi !*
- Juin 2016 *Le SAV*
- Juin 2016 *Le 3.0*
- Juillet 2016 *Picasso ou Barbouillage*



Syndicat SUD APT 13
BP 90055
13202 Marseille Cedex 02
Site internet : www.sudptt13.org
Facebook : www.facebook.com/sudapt13
Tél : 04.91.11.63.30 / Fax : 04.91.11.63.39
Marseille, le 31 08 2016

Contacts Forces de Vente : Xavier Rossi 06 70 22 35 01