

CONTRE JOURNAL FINANCIER CLAQUE



ligne conseil bancaire

Cap Client 3.0... Cap Bonne Espérance !

■ Lentement mais sûrement Cap Client 3.0 s'inscrit dans le paysage des conditions de travail de la ligne conseil bancaire ■ Initié en 2015, ce nouvel outil de travail, au-delà de permettre aux conseiller-ères bancaires de "simplifier" la relation client, devra avant tout rapporter du PNB ■ Car in fine, l'objectif de La Banque Postale est, ni plus ni moins, d'augmenter encore la productivité et l'efficacité commerciale...

Cap Client 3.0 : mission, produire !

Lancé en juin 2015, le projet Cap Client a deux objectifs, plutôt louables. L'outil a vocation à améliorer la prise en charge des clients et donc augmenter leur satisfaction, et dans le même temps il doit faciliter l'activité des conseiller-es bancaires.

Mais ça n'est pas la véritable intention des dirigeants de la Banque et du Réseau. L'objectif central et autoritaire est bien l'efficacité commerciale au service du PNB, et de la maîtrise des charges !

CAP Client 3.0 se met en place, étape par étape pour atteindre son "apogée" mi 2019. Ainsi, tous les conseillers-ères bancaires seront dotés de cette merveille de la technologie moderne pour mieux doper leurs portefeuilles dans une stratégie de conquête (PACS 2018)... pour "le meilleur des mondes" !

Il n'y en aura pas pour tout le monde !

Au fil des déploiements des différentes phases du projet, les outils s'empilent, se superposent. Les processus sont loin de se simplifier, le système d'information ralenti, les bugs et les blocages polluent le quotidien de la ligne-conseil bancaire. En cause, un réseau informatique qui n'est pas en mesure de supporter les ambitions technologiques de la Banque.

La direction nous promet qu'elle travaille à son amélioration... mais pas pour tout le monde. Seuls les bureaux "Expert" pourraient bénéficier de ces travaux, de quoi encore une fois creuser les inégalités entre les conseiller-es.

Fracture bancaire.

La signature électronique devrait débarquer dans les bureaux des conseiller-es à partir de la fin du mois de mai. Cela passe par l'installation d'un réseau Wifi et de tablettes. Mais là encore tout le monde ne sera pas logé à la même enseigne, puisque ces installations ne concernent que les bureaux "Expert". En revanche les normes et objectifs se déploient sur tous les Secteurs. C'est sans doute la version Banque Postale de la fracture numérique !

On ne voit toujours rien venir...

Cap Client devait contribuer à l'amélioration des conditions de travail des conseiller-es bancaires. Tout comme l'accord signé par l'ensemble des organisations syndicales sauf Sud. Et nous ne nous y sommes pas trompés ! Les normes et objectifs, comme les reportings font toujours partie du quotidien. L'un des exemples les plus criants est la RAD/VAD. Officiellement dans les accords il n'existe aucune norme, et pourtant les 40% des RAD/VAD refont surface dans la prose interne. Il n'en faudra pas plus pour que ces 40% deviennent un objectif local. Aussi on voit fleurir les journées "Conquistador", 3 jours par mois il est désormais impossible de rencontrer physiquement un-e conseiller-e dans certaines DR. Le seul but de ces journées est bien de faire progresser ce fameux taux de relation à distance, coûte que coûte, sans tenir compte ni des clients ni de la Ligne Conseil Bancaire. La direction et les syndicats signataires avaient promis autonomie et quotidien facilité. On est toujours bien loin du compte !



Fédération syndicale
des activités postales et de télécommunications

25/27 rue des Enverges 75020 Paris

Téléphone : 01 44 62 12 00 - Télécopie : 01 44 62 12 34

Site : www.sudptt.org - courriel : sudptt@sudptt.fr

Risques maîtrisés ?

L'outil mis au service des conseillers-ères bancaires a pour but également de faire descendre au plus près du terrain, la prise de décision, mais également la prise de risque... C'est en suivant cette logique que la Direction décide de faire traiter directement par les Coclis, CGP, RCPart, CSP, CODI et CSPDI les opérations soumises à décision. Ce sera donc désormais à elles et eux de décider d'accepter ou de refuser le paiement de prélèvements et/ou chèques. Une activité supplémentaire à gérer chaque jour, qui selon la direction ne prendrait qu'un petit quart d'heure et en plus offrirait de formidables opportunités de contact. Dans la pratique il s'agit surtout d'une charge de travail supplémentaire, suivie, et qui devra produire des résultats. Avec toujours plus de pression et de flicage !

Par ces nouvelles pratiques, les Centres Financiers sont progressivement éliminés et leur personnel avec, en tant que centres de décisions et d'analyse du risque.

Le culte du chiffre d'affaires !

En contrepartie de toutes ces "avancées" technologiques, les conseiller-es devront se concentrer, se focaliser uniquement sur le chiffre d'affaires à produire.

D'ailleurs, les dirigeants leur rappelleront qu'ils/elles ont à disposition aujourd'hui un outil performant à même de répondre aux attendus métiers sous forme sonnante et trébuchante. Désormais plus d'excuses possibles ! L'équation est simple : CAP Client 3.0 signifie plus de production commerciale...



Intelligence Artificielle : Quel avenir pour les métiers du conseil bancaire ?

Si le projet Cap Client représente une évolution numérique importante, d'autres acteurs du marché bancaire sont bien plus avancés en termes de digitalisation.

L'un des modèles du genre est la toute jeune Orange Bank et son conseiller virtuel dénommé "Djingo". Cet agent conversationnel, autrement appelé Chatbot, est aujourd'hui en mesure de répondre à bon nombre de questions des client-es. Il pourra prendre en charge de plus en plus de demandes, grâce à un apprentissage permanent.

La Société Générale suit le même chemin puisqu'elle a annoncé le lancement de "Sobot", qui pourrait rapidement traiter 1/3 des demandes clients.

Développé par IBM, le logiciel Watson devrait très rapidement remplir des fonctions commerciales, en proposant des crédits à la consommation chez Orange Bank.

Si l'intelligence artificielle répond aux attentes d'une certaine clientèle, c'est surtout un levier de productivité jamais vu pour les patrons de banque. Les déclarations de Stéphane Richard, PDG d'Orange, ne font que le confirmer : "Watson ne fait pas le pont ni les 35 heures. L'avenir c'est l'IA. Je ne sais pas ce qu'il restera du conseiller bancaire dans 10 ans".

Si ces technologies peuvent apporter des points positifs, elles doivent avant tout permettre de diminuer des activités très administratives et permettre aux conseiller-es de plus se consacrer au cœur de leur métier, la relation client. Ces technologies ne peuvent être imposées, ni aux conseiller-es ni à la clientèle.

Pour Sud, ça ne doit pas être une nouvelle aubaine pour les directions d'accentuer la pression et augmenter les objectifs commerciaux. Elles ne peuvent pas non plus servir à "se débarrasser" d'une partie des client-es de LBP. Ces technologies doivent servir à améliorer les conditions de travail des conseiller-es.

Sud réaffirme ses revendications :

- ★ Suppression des normes et objectifs individuels
- ★ Réelle autonomie des actrices et acteurs du conseil bancaire
- ★ Réduction du temps de travail, avec maintien de la rémunération.

La Banque Postale proclame dans toute sa stratégie marketing qu'elle se veut citoyenne. Mais dans la réalité, elle cherche surtout à doper ses résultats en reniant sa mission d'intérêt général. Cap Client 3.0 est le fer-de-lance de cette politique ! Il ne doit pas dégrader les conditions de travail. Il ne doit pas pousser les conseiller-es bancaires à la course au chiffre d'affaires.

Pour SUD, la mission citoyenne de La Banque Postale passe bien par l'accessibilité bancaire pour toutes et tous, et par le maintien du service public postal.