



Centricité Clients 2013

FO LCL souhaite une révolution culturelle

www.fo-lcl.fr

N° 870 - mercredi 2 mars 2011

Crescendo 1 et 2 ont été les plans de la reconquête à tout va. Les nouveaux clients ont été nombreux grâce notamment à l'attractivité de la nouvelle marque, accompagnée d'une communication externe très efficace.

Revers de la médaille, l'effectif des salariés en constante diminution, n'a pu faire face à notre clientèle et lui rendre un service de qualité. Le constat est là : en terme d'image et de satisfaction clientèle, **LCL se situe à la 7ème place sur 11***, loin derrière les 2 premiers (Crédit Mutuel et La Banque Postale) mais aussi derrière BNPP et SG (la marche forcée dictée par l'IPC serait-elle contradictoire avec la satisfaction client ?).

Ce ressenti se traduit par une perte de clients plus importante que celle de nos concurrents. **Selon la direction, il y aurait environ 325.000 clients (5,4%) en attrition et 400.000 réclamations clientèle par an.**

La direction, après de nombreuses études, a donc découvert qu'il faut satisfaire ses clients ! : « *l'Indice de Recommandation Client (IRC) devient notre indicateur de la qualité de service et de la satisfaction, ce sera le cœur de réacteur de la centricité* ». Régulièrement, nos clients seront sollicités afin de recueillir leurs avis (par téléphone et/ou Internet).

| Etude « Le Revenu » Octobre 2010 | Position de LCL parmi 11 banques sélectionnées |
|-------------------------------------|---|
| Tarifs | 4 |
| Transparence | 10 |
| Votre conseiller financier | 9 |
| Stabilité des effectifs | 11 |
| Votre agence | 8 |
| Consultation Internet | 3 |
| Satisfaction globale | 7 |

* enquête Le revenu d'octobre 2010

Pour **FO LCL**, cette enquête prouve qu'outre le rapport qualité/prix du produit ou service, la relation entre l'entreprise et son client est primordiale. Une nouvelle philosophie commerciale s'impose.

Pourquoi **FO LCL** n'a pas voté contre le plan « Centricité clients » ?

- **Création de 550 emplois** : 1ère rupture puisque cela fait de nombreuses années que nous subissons des plans destructeurs d'emplois, dégradant les conditions de travail et le service rendu à la clientèle.

Un syndicat peut-il être contre plus d'emplois ?

- **Ouverture de 90 agences** dans 18 grandes agglomérations. Enfin, nous allons nous développer ! **FO LCL** restera cependant vigilante sur le maintien de la présence de LCL en secteur rural.

Un syndicat peut-il être contre « plus d'agences » ?

Ce plan « Centricité Clients » marque une rupture avec les plans précédents (arrêts des plans successifs de suppressions d'emplois, fin de réduction du réseau d'agences physiques, ...). C'est pourquoi nous ne pouvons exprimer un avis négatif. **FO LCL, prudente, s'est donc abstenue.** Car si conquérir ou reconquérir la confiance de notre clientèle est un bel objectif, la direction s'en donnera-t-elle les moyens ? Est-ce sa réelle volonté ?

Notre point de vue au verso

Retour **officiel** en agence du contact téléphonique avec le client. Les agences ne seront plus dérivées. Un nouveau système de téléphonie TOIP « intelligent » identifiera l'appel, l'orientera chez le conseiller puis, si non disponible, chez les collègues, enfin vers la messagerie ou ACL le cas échéant.

Un syndicat peut-il être contre l'arrêt de l'hypocrisie ? Car combien de conseillers communiquaient aux clients leur numéro direct ?

Si certes, cela va dans le sens de la satisfaction clientèle, dès connaissance des résultats (avril/mai) des expérimentations de ce système, vos élus **FO LCL** des CHS-CT en appréhenderont l'application locale, les impacts sur vos conditions de travail, le cas échéant, demanderont des « renforts ».

- Mise en place de l'Assistant Métier Intégré afin d'organiser les tâches.
- 3 C et OSCAR remplaceront OGRE
- Refonte de l'IFC afin d'enrichir tous les contacts quel que soit le canal utilisé (ACL, agence, ...)
- Réduire le nombre d'O2C pour plus de pertinence et donc d'efficacité

Un syndicat peut-il être contre plus de confort, de simplicité d'utilisation et d'optimisation des outils ?

Pourquoi **FO LCL** n'a pas voté positivement le plan « Centricité Clients » :

Si nous ne pouvons qu'être satisfaits de la (re)création de 550 emplois, nous nous inquiétons pour le devenir du back office. 503 postes y seront supprimés en faveur de :

- 120 en middle off.
- 150 en hors agence
- 80 en réseau

Quant à la suppression de 70 postes dans les fonctions centrales, quels services seront impactés ?

Même si la direction nous a affirmé qu'il n'y aurait **aucune mobilité contrainte, géographique ou fonctionnelle, que les reconversions se feraient sur la base du seul volontariat**, nous ne

pouvons admettre que la direction dise en CCE : « *ils (salariés en UTP) sont aujourd'hui à 2.403 et seront 1.900 à horizon du plan, soit une nouvelle efficacité de 503* » ! Pour la direction, efficacité serait-elle synonyme de suppression de postes ?

Parce qu'il a su le premier se remettre en cause, adapter volontairement à la banque un comportement et un discours basés sur des valeurs telles le respect, l'humanité, **le Crédit Mutuel semble être la banque la plus appréciée des usagers voire de ses salariés.**

FO LCL demande à la direction d'engager une **véritable révolution culturelle**, de rompre avec les pratiques décriées de la profession et devenir ainsi la banque préférée des français.

Pour **FO LCL**, cela nécessite :

- de passer d'un **management d'autorité**, basé sur la compétition permanente qui entraîne pression commerciale, division, à un **management « intelligent » d'accompagnement, de solidarité, participatif et convivial.**
- d'arrêter définitivement l'approche « produit », résultat du culte du tout puissant IPC, à une **réelle** approche « client ». Cela induit une réforme totale du système de rémunération favorisant le qualitatif, un pilotage commercial privilégiant le conseil et le relationnel, l'arrêt du « flicage » permanent.
- **de redonner le sourire aux salariés** en améliorant sensiblement leurs conditions de travail, en leur redonnant un sens et le goût au travail, en encourageant l'épanouissement professionnel, en leur offrant des perspectives de carrière, en les reconnaissant et en les respectant.

L'ambition de « Centricité Clients » est d'avoir **plus de clients en plus et moins de clients en moins** : conquérir tout en fidélisant. Joli dessein mais avez-vous quatre bras ? L'ambition de **FO LCL** est de contribuer à faire de notre Maison une Maison respectable et respectée tant par ses clients que par ses salariés. Il y a du travail !

Lutter contre l'attrition, pour FO LCL, doit être l'objectif numéro 1. Si nous privilégions nos clients, les satisfaisons, alors, oui, tout naturellement, ces clients nous recommanderont. Les idées les plus simples ne sont-elles pas les plus efficaces ? Qu'en pensez-vous ?

| Secteurs d'activité | Effectif fin 2010 | Projection fin 2013 | Variation | Dont reconversions |
|---------------------------|-------------------|---------------------|--------------|--------------------|
| Réseaux | 13.737 | 14.453 | + 726 | + 80 |
| DdR | 12.967 | 13.664 | + 697 | + 80 |
| GIP | 36 | 53 | + 17 | |
| Entreprises | 724 | 736 | + 12 | |
| Réseau hors agence | 548 | 786 | + 238 | + 150 |
| Dont e.LCL | 50 | 58 | + 8 | |
| Middle office | 176 | 296 | + 120 | + 120 |
| Back office | 2.403 | 1.900 | - 503 | - 350 |
| Marchés | 462 | 501 | + 39 | |
| Part/Pro | 193 | 223 | + 30 | |
| Banque Privée | 109 | 112 | + 3 | |
| BDEF | 160 | 166 | + 6 | |
| Fonctions Support | 2.354 | 2.284 | - 70 | |
| Total | 19.670 | 20.220 | + 550 | |

Accueil : Si toutes les suppressions de postes liées à l'automatisation systématique des agences ont été faites alors que le programme est loin d'être achevé, ce dernier est maintenant remis en cause. Des caisses automatiques et kiosques automates vont fleurir.

Si **FO LCL** est satisfaite de voir ressurgir l'accueil client, les renforts seront-ils suffisants ? Nous en sommes très sceptiques. N'est-ce pas simplement rattraper les suppressions faites trop à la hâte ?

DAB : Des conseillers d'accueil vont devenir des spécialistes de la maintenance. Si c'est une bonne idée, **pour FO LCL**, la pénibilité et la spécificité de ce travail doivent être reconnues.