

Guide des bonnes pratiques chez Proservia (suite)

Mentir sciemment en réunion au directeur général...

De nouveaux commerciaux Proservia sont arrivés dans le sillage de notre « sauveur », M. J.F.G.

Autant certains font bien leur travail, d'autres sont par contre de vraies caricatures vivantes du jeune cadre aux dents longues.

Prêts à tout, ils déploient tous leurs efforts pour se mettre en avant.

Notre « sauveur » estime qu'une personne en inter-contrat est un problème à solutionner.

Le petit caniche commercial à son pépère ne va surtout pas le détromper.

En réunion, il n'hésite pas devant les membres de la direction, à parler de nos collègues en inter-contrat en forçant le trait et à critiquer :

- Le physique des salariés en des termes peu flatteurs (discrimination physique) ;
- Leur façon de s'habiller (rebelote) ;
- Leurs compétences (de façon non objective, et surtout sans avoir travaillé auprès des personnes concernées) ;
- Leurs supposés liens d'amitié avec un élu CGT (ingérence dans la vie privée + discrimination syndicale) ;
- Et cerise sur le gâteau, mentir en affirmant leur proposer des missions dont pourtant les intéressés n'ont jamais entendu parler !

Quid de la charte éthique Manpower ?

La CGT gage qu'elle n'a pas dû leur être fournie, ou bien qu'il n'ont pas suivis les formations Manpower dites obligatoires.

L'exemple cité dans l'article suivant démontre que le nécessaire n'a vraiment pas été fait.

...Falsifier le C.V. d'un salarié lors d'un RDV avec un client...

Pour ces personnes de mauvaise compagnie, le summum de leur art, reste la falsification du CV.

Plusieurs collègues nous ont raconté avoir découvert en face du client, qu'ils ont été surpris par rapport à leur parcours professionnel.

Exemple : « Mon commercial m'a vendu comme étant administrateur système et Exchange, alors qu'avant je faisais juste de la création de compte Windows ou de boîte à lettres ».

Certains salariés sont obligés de mentir aux clients (qui finissent tôt ou tard par découvrir le pot aux roses), d'autres disent la vérité (et se font accuser d'avoir saboté leur entretien).

La CGT rappelle que selon l'article 441-1 du code pénal :

« Le faux et l'usage de faux sont punis de trois ans d'emprisonnement et de 45 000 euro d'amende ».



...Laisser couler la hotline d'un client important (ex : l'Oréal)...

Les chiffres qui nous ont été remontés parlent d'eux-mêmes et sont édifiants.

Pour l'année 2017, au sein de la prestation helpdesk basée à Lille pour le client l'Oréal, 60 % des effectifs ont été renouvelés.

Ce taux de turnover est l'un des plus élevés au sein de Proservia.

Outre le fait d'avoir pour conséquence de nuire à la qualité de la prestation proposée au client, il fait aussi effet de boule de neige pour les collègues qui restent et essaient de maintenir le navire à flot.

Ces derniers essaient tant bien que mal à continuer de former des vagues de nouveaux arrivants, pour les voir partir au bout de quelques mois, voir quelques semaines...

Et compte tenu que Proservia est très frileux à l'idée de récompenser les efforts de ses salariés, ces derniers finiront eux-aussi à un moment donné par avoir la réaction suivante :



La CGT ne comprend pas que la direction ne s'alarme pas d'un taux de départ si élevé.

**Si le contrat l'Oréal a un tant soit peu d'importance pour Proservia, il est impératif de stopper cette hémorragie.
A commencer par donner des salaires décents !**

...Et ne pas lire les contrats que l'on signe !

Le summum a été atteint lors de la négociation avec l'Oréal (et oui, encore ce contrat !).

En effet, personne chez Proservia n'a lu en détail les engagements qui étaient pris, dont l'obligation pour le helpdesk de décrocher le téléphone au bout de 20 secondes lorsqu'un utilisateur appelle.

En quoi est-ce un problème ?

Tout simplement lorsqu'un utilisateur l'Oréal appelle sa hotline, il tombe d'abord sur une boîte vocale dont la durée du message dure un peu plus de 20 secondes.

La CGT espère que suite aux alertes effectuées par le management local, quelqu'un a pris la peine de corriger la copie.

« Quelle est la différence entre un bon et un mauvais commercial ? »

Le mauvais commercial, il voit un truc... Il signe !



Le bon commercial, il voit un truc, il signe... Mais... C'est un bon commercial...

« Ceux qui luttent ne sont pas sûrs de gagner, mais ceux qui ne luttent pas ont déjà perdu. » (B. Brecht)

Nous avons besoin de vous, rejoignez la CGT !

Contactez-nous : cgt-proservia@proservia.fr, un élu prendra contact avec vous.

Notre site internet : <http://proservia.reference-syndicale.fr>