



HOT TENSION

Numéro spécial Janvier 2016

Numér' hic ?

Numéro spécial digitalisation

Voici le 41ème numéro de "Hot Tension", le journal national de la Fédération Sud Ptt des centres d'appel.

Son but est de créer du lien entre les salarié-es des différents centres d'appel sous-traitants (TP, Arvato, CCA, Armatis, B2S, Sitel, Acticall...) dont les conditions de travail et de salaire sont similaires. Ce trimestriel sert à faire circuler nos analyses et nos propositions ainsi que l'actualité du secteur (convention collective, négociations...).

Si vous avez aimé ce journal, si vous avez des commentaires, des questions ou si vous voulez nous rejoindre, vous syndiquer, n'hésitez pas à nous contacter (sudptt@sudptt.org).

En attendant, bonne lecture à toutes et tous !

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) nous enivrent et sont largement utilisées. Cela bouscule nos modes de vie, les entreprises « digitalisent » massivement et l'ivresse du mouvement vers la numérisation devrait nous emporter... La « digitalisation » et ses nouveaux modes de fonctionnement ne sont pas « à jeter », mais le syndicat SUD s'interroge quant aux conséquences pour les salarié-es et les populations. Le débat est ouvert et SUD fait des premières propositions. Vous pouvez retrouver en dernière page une définition de ce que tout le monde appelle « la digitalisation »

Quand la digitalisation vient nous emb(a)rasser

Dans nos vies privées, dans les entreprises, dans les administrations, le numérique bouleverse les fonctionnements. Le nombre de smartphones, multiplié par six depuis 2008, vient illustrer cette digitalisation accélérée de la société. Le gain de temps et l'abolition des distances entraînent un nouveau rapport au travail et aux loisirs.

La e-administration se développe (impôts, carte grise, CAF...) et le web est de plus en plus utilisé dans les loisirs et les achats. Les agendas sont partagés, on « tchat » pour le travail ou dans notre vie personnelle.

Une des conséquences est le mélange des temps dédiés au travail et à la vie privée. Aussi, il ne s'agit pas d'accepter le numérique comme la panacée. La « modernité » doit profiter à toutes et tous, pas seulement aux entreprises ou à quelques privilégié-es.

La dématérialisation, ce n'est pas pour tout le monde !

La mise en avant de la digitalisation n'est pas virtuelle pour tout le monde. Les salarié-es des services clients et ceux qui sous-traitent les documents à numériser sont soumis à des contraintes de productivité extrêmes. En centres d'appel, les contacts via chat, sms, forums, voir robots automatique ne cessent de croître ce qui provoque une baisse de volume au niveau des appels.

Les entreprises délocalisent les développements logiciels dans des pays où les salarié-es ont des droits et des rémunérations dérisoires. La grande majorité des équipements physiques (terminaux, smartphones, serveurs) est fabriquée en Asie où les ouvrier-ères travaillent dans des conditions proches de l'esclavage. Les matières premières des composants sont extraites et transformées sans se préoccuper ni d'environnement ni de la dignité et de la santé des travailleurs.

... Mais elle détruit des emplois

Entre 1980 et 2012, environ 1,4 million d'emplois ont été détruits par l'automatisation. Même si d'autres emplois sont créés, ils ne remplaceront pas ceux qui sont détruits, ni en terme de compétences, ni surtout en nombre. L'exemple le plus frappant reste la banque où les guichets disparaissent peu à peu au profit des applications (après une première réduction des effectifs au profit des centres d'appels).

Digitalisation c'est quoi ?

La digitalisation consiste à faire passer un contact humain, un service, un document, une prestation... via un outil informatique, smartphone, tablette ou ordinateur... La relation entre les personnes, l'accès aux services, et l'organisation du travail se font alors via un support numérisé, un traitement et un enregistrement informatiques.

Conséquences sur la santé

Devant un smartphone ou un ordinateur, le cerveau est très sollicité : il doit lire, comprendre, trier, agir, etc. Les mails, tchats, réseaux sociaux et autres SMS interrompent fréquemment notre activité, entraînant un « zapping » permanent. Chaque consultation de mail ou de SMS, chaque appel téléphonique crée une demande à notre cerveau voire une émotion. Ainsi, l'utilisation intensive de ces outils entraîne une fatigue et du stress. Par ailleurs, le travail peut être à présent fini à la maison, au détriment du temps personnel, et engendrer de la culpabilité ou des tensions dans la vie privée. Certains commerciaux ou responsables de plateaux suivent par exemple l'activité de plateaux à distance et ce même le week-end. Ils ne décrochent plus du travail ce qui ne fait qu'accroître la pression sur le management puis sur les conseillers. Au final, selon **Sud**, l'utilisation des outils numériques peut être facteur de risques psychosociaux accrus.

Les libertés en danger

Avoir accès à l'information et l'utiliser à bon escient, peut rapporter gros. Le traitement en masse d'informations personnelles à « l'insu de notre plein gré » permet d'envoyer la bonne publicité à la bonne personne au bon moment. Si par exemple vous cherchez sur Google un code du travail vous allez avoir sur Facebook une publicité... Le tracé de nos activités permet de prévenir les risques sanitaires mais surtout d'observer les mouvements de populations. C'est aussi une nouvelle marchandise qui génère de nouveaux profits. Les activités se dématérialisent mais nos données personnelles nous échappent car elles sont stockées dans le « cloud ». Pour le coup, il devient essentiel de maîtriser son « identité numérique » : les traces qu'on laisse sur internet et les réseaux sociaux peuvent être connues de tous, y compris l'employeur.

Valoriser ses données !

Le modèle économique des acteurs majeurs du Web (Google, Amazon, Facebook, Twitter) repose en partie sur l'exploitation des données personnelles des utilisateurs (big data). Google réalise 95 % de son chiffre d'affaires grâce aux données de ses utilisateurs revendus à des fins publicitaires. La valeur des données personnelles est estimée à 280 milliards d'euros. D'ici à 2020, le big data devrait représenter près de 1000 Mds € de revenus. On a même calculé la « valeur de vie personnelle » d'un européen : 600 € !

Arvato et la digitalisation !

La multiplication des écrits dans les contacts traités en centre d'appel bouleverse aussi les besoins en compétence. La gestion des e-mails, tchat et autres médias dits "sociaux" amène les entreprises à prendre en compte la qualité d'expression à l'écrit (orthographe et grammaire) des salarié-es. La maîtrise du français devient logiquement un critère de qualité pour les donneurs d'ordres. C'est dans ce sens que l'entreprise Arvato a mis en place sur le site de Metz une plateforme d'e-learning (nommée 'Orthodidacte') afin d'améliorer la qualité de l'écrit de ses salarié-es. Cette formation d'adaptation à l'évolution de notre métier a permis de rendre plus autonome les conseillers clientèle et donc d'alléger les recours à une cellule de « correcteurs ». Selon l'entreprise, la moyenne des notes aux tests pratiqués a évolué de 17 à 20% ! Un cursus de formation de 6 mois (une heure par semaine) a été réalisé par les salarié-es. Ce genre de formation est encore l'exception dans un secteur où bien souvent la formation sert juste à maîtriser la dernière offre commerciale à vendre...

Centre d'appel : un secteur en évolution !

Il y a encore quelques années plus de 90% des contacts traités en centres de contacts étaient sous forme d'appels. Aujourd'hui avec l'évolution des techniques et la digitalisation des contacts le secteur est profondément modifié. Selon une étude réalisée par un des leaders mondiaux du secteur qui ont d'ailleurs disparu du marché français (Transcom) l'évolution en volume devrait être :

- * 2013 : 9% en digital, 25 % en « non-voix » et 66% en voix
- * 2015 : 10% en digital, 26 % en « non-voix » et 64% en voix
- * 2020 : 30% en digital, 20 % en « non-voix » et 50% en voix

Le canal voix ne représentera plus que 50 % des interactions clients en 2020 ! Le reste proviendra des canaux digitaux (web tchat, réseaux sociaux...) et de l'e-mail. Mais que l'on se rassure selon la même étude le canal voix restera pour les sous-traitants le principal pourvoyeur de valeur et de travail... L'évolution se fera surtout sur le type d'acte qui sera donc de plus en plus complexe et aussi plus long en terme de temps de traitement.

Xérox enfonce le clou :

Selon une étude Xérox, 47% des clients télécoms ayant appelé leurs opérateurs auraient préféré utiliser un autre canal d'assistance. 37% des sondés auraient préféré passer par un assistant virtuel ou le tchat et seulement 10% ont admis que l'idéal était de se rendre dans un magasin physique. Quand on sait que les télécoms représentent encore 50% du chiffre d'affaires des centres d'appels cela promet une véritable évolution de notre métier que beaucoup estiment figé et sans évolution possible.

Exemple : Avec une baisse de 38% des interactions avec les clients, Orange estime que ses besoins en effectif seront réduits de 23% à l'horizon 2020

Direction «digitalisation»



L'application qui nous ubérise : Directly

L'application Directly est sans doute la première tentative d' "Ubériser" la relation client ! Pour rappel, Uber met en relation, en quelques secondes, des personnes qui ont besoin d'être transportées, avec des personnes qui disposent d'un moyen de transport approprié et localisées au plus près du lieu de la demande. Directly fait la même chose afin de remplacer les autres clients en centres d'appels. D'un côté on a les personnes qui ont besoin de résoudre un problème (relatif au produit ou au service dont ils sont clients), avec des personnes qui savent résoudre ce problème et identifiées comme des "experts" du sujet. En gros, il s'agit de mettre les forums Internet d'assistance entre clients comme Free sous forme d'une application permettant une mise en relation... Si cette application se développe on peut penser que SFR ou Orange verseront une commission à des "experts" qu'ils auront identifiés pour leur intervention. À la différence de certains forums où la résolution des problèmes est faite gratuitement par des utilisateurs de la marque, les experts identifiés par Directly sont rémunérés en fonction de leur activité.

Pour être plus précis sur le fonctionnement : un client pose une question comme il le ferait auprès de n'importe quel service client. Cette question est analysée par les serveurs informatiques et transmise à des spécialistes de la question qui reçoivent une notification. A la fin, vous pourrez - comme sur 'blablacar' - noter les réponses apportées...

A noter que les réponses sont réalisées de manière "collaborative" puisque plusieurs experts apporteront une partie de la solution ou la compléteront jusqu'au diagnostic final (jusqu'à 6 experts). Selon Directly, les clients ont une réponse, en moyenne, en moins de 4 minutes ce qui est loin d'être ridicule pour un service client... AirBnb a déjà fait le choix de travailler avec cette application...

EDF digitalise les appels pour économiser

A la demande de ce donneur d'ordre, les conseillers clientèle sont incités à "éduquer" les clients afin de les rendre autonomes. Il faut donc leur apprendre à naviguer sur leur espace client et à faire eux-mêmes leurs modifications bancaires ou administratives... A société Webhelp va même jusqu'à objectiver (comprenez mettre une prime) les salarié-es sur le nombre "d'espaces clients "souscrivent ou "de factures électronique" misent en place. Le but final d'EDF est bien entendu de réduire la voilure en terme de besoin de service client humain et d'envois de courriers...

Quelle organisation du travail ?

Equiper les salarié-es d'ordinateurs portables ou de smartphones permet à l'entreprise de s'assurer de leur capacité à rester connecté-es le soir, le week-end ou en congés... Et effectuer certaines tâches normalement faites au bureau (lire ses mails, finaliser un compte-rendu, répondre à sa hiérarchie, etc.). Les cadres sont les premier-es concerné-es, mais 72% d'entre eux-elles travaillent dans des entreprises qui n'ont pris aucune mesure de régulation des communications via les outils numériques. Dans les centres d'appels, afin de forcer les salariés à se "digitaliser", certains patrons - comme Tele-performance, veulent carrément interdire tout usage du papier et du stylo sur les plateaux, expliquant que ceux qui ne peuvent pas s'adapter n'ont qu'à changer de métier !

Un mode projet pour tou-tes...

Les entreprises, toujours en quête d'économies, y compris sur l'immobilier profitent du développement du nomadisme et du télétravail pour modifier les espaces de travail et de « co-working ». Le fonctionnement en « mode projet » bouscule le calcul du temps de travail hebdomadaire. Ainsi, les 47% de cadres français qui sont au « forfait jours », malgré les repos supplémentaires attribués, effectuent des semaines de 46,4 heures en moyenne. Nonobstant une charge de travail plus difficile à évaluer, le forfait-jour pourrait être étendu, au grand bénéfice des entreprises.

Le recrutement prédictif

La digitalisation intervient dans les RH, avec des algorithmes qui sont utilisés pour l'embauche et les promotions. Ces programmes, présentés comme quasi-parfaits, ne prendraient « que les variables vraiment pertinentes ». Les données des salarié-es sont analysées : parcours professionnel, performances, critères à privilégier en fonction des objectifs, etc. Des centres d'appels les utilisent déjà en testant la résilience des candidat-es à un travail rébarbatif grâce aux réseaux sociaux...

42%

Au sein du marché de l'emploi français, 42% des activités pourraient être automatisées du fait de la numérisation de l'économie. Les métiers automatisables ne seront pas uniquement les métiers manuels. Des tâches intellectuelles de plus en plus nombreuses sont prises en charge par les outils numériques.

Faire travailler les client-es !

La digitalisation, c'est aussi s'informer sur un produit en cherchant sur le net, mettre en service son produit via une application, signaler une panne, renseigner un autre consommateur sur un forum... La contribution des utilisateurs est amplifiée et est utilisée par certaines entreprises afin de réduire au maximum leurs besoins en salarié-es pour leur service client. Pour les entreprises, ce sont des gains de productivité et des économies de salaires, de locaux ou de frais généraux.

Des pistes pour le futur...

Le développement du self-care, la digitalisation des instruments de travail, leur automatisation et l'emploi des terminaux mobiles diminuent l'utilisation des supports téléphoniques. Le client devient indépendant, ne sollicitant plus vraiment d'accompagnement lors des opérations simples. Sur le fond cela peut être un atout, pour nos métiers et les faire monter en qualité et professionnalisme.

Des besoins en formation !

En parallèle, de nouveaux modes de contacts comme le tchat ou le web-call-back émergent pour assister le client dans son parcours en ligne... Le métier de conseiller clientèle en centre d'appel évolue et nécessite une adaptation aux nouveaux outils de travail. C'est dans cette vision qu'il est essentiel d'y introduire des formations. Le nouveau conseiller doit alors maîtriser l'écrit (e-mail, tchat...) car c'est devenu le moyen de communication indispensable pour entrer en contact avec le consommateur en dehors du téléphone.

Sortir de la rentabilité extrême !

L'indicateur de référence pour nos patrons reste le nombre d'appels pris par heure... dans le but de rentabiliser les centres. Cette approche robotise la relation client alors même qu'un opérateur bien vivant est au bout du fil. Emblème des grandeurs heures de l'industrialisation de la profession, il n'est plus un indicateur de résultat fiable. La satisfaction client devrait s'imposer dans les années à venir notamment grâce au tri réalisé par la digitalisation. A terme, nous devons sortir des phrases obligatoires et autres mots noirs pour aller vers une relation client humaine et où la satisfaction client est la seule finalité. La performance d'un centre n'est pas dans la durée moyenne de traitement mais dans le savoir-faire pour obtenir une solution à la problématique client, quitte à sortir des livres de procédure. Il faut une nouvelle approche qui devrait largement dé-robotiser nos métiers (et au passage améliorer nos conditions de travail) : c'est largement possible grâce aux marges de rentabilité tirées de la digitalisation de milliers d'actes.

Augmenter les salaires, reconnaître les qualifications

Les gains de productivité annoncés légitiment également les augmentations de salaires que **Sud** réclame. Les nouvelles qualifications acquises par les salarié-es pour accompagner les évolutions du travail doivent être reconnues. Le métier demandant de plus en plus de compétence, il serait temps que tout cela se retrouve dans la grille de classification de notre Convention Collective et de nos accords d'entreprise. Est-il est logique qu'un salarié-e débutant, et traitant seulement des appels, soit rémunéré comme un autre gérant des appels complexes sur un tchat etc. ? Pour **Sud**, il est temps d'adapter les salaires et les classifications aux nouveaux outils que nos patrons commencent à nous imposer.

Mesurer la charge de travail !

La mesure de la charge de travail doit confirmer la réalité de tout le travail des salarié-es, pour qu'il soit rémunéré à sa juste valeur. Certains centres fonctionnant avec des primes "à l'acte" doivent revoir leur copie et s'adapter à l'évolution de notre métier. Encore une fois la qualité de la réponse ne se mesure pas aux nombres d'appel pris, et surtout traiter 10 clients en tchat ou en e-mail ne peut pas être mis sur le même pied d'égalité qu'un appel pris... Dans le même sens, il est inconcevable de subir le mélange voix / Tchat / e-mail... en fonction des heures de la journée. Nous devons limiter les aller-retours entre les genres de contacts traités afin que le conseiller client puisse contrôler au mieux son activité et gérer la fatigue que tout cela entraîne.

Et...

Tout cela entraîne aussi des changements importants comme sur les moments de traitements des contacts, les pauses... La lubie patronale d'annualiser nos vies pour les mettre à 'son' rythme, de précariser nos conditions de travail doit cesser. L'augmentation de la valeur ajoutée des actes traités doit et devra s'accompagner d'une remise en cause totale des pratiques. **Sud** milite pour la modernisation de la Convention Collective en prenant non seulement en compte l'évolution de nos métiers mais aussi les bénéfices de nos entreprises afin que les richesses soient mieux partagées.

Il n'y a aucune raison de laisser s'enrichir encore plus les 1 % de la population qui détiennent déjà 50 % du patrimoine mondial, pendant que les plus démunies-pataugent dans une misère grandissante.

De nouvelles publications sont programmées :

- les intentions des entreprises en matière d'économie d'emplois et les négociations entamées avec les partenaires sociaux autour de la numérisation.
- Les remises en cause du temps et ou lieux de travail, du mode de rémunération appellent des revendications... Les droits à la déconnexion, les conditions du télétravail, les garanties pour la rémunération du travail... Le rôle des algorithmes qui pilotent l'usage de nos données et les exigences quant à leur usage...

...autant de sujets pour les prochaines publications.

Digitalisation