



TCM
Comunicaciones

Orange

Adherida a



Informe

Comisión Comercial

Madrid, 28 de Marzo de 2011

El día 28 de Marzo **UGT** se reunió con la empresa en el seno de la **Comisión Comercial**.

Desde **UGT** hemos querido dejar claro que **para nosotros y nosotras esta comisión es algo más que plazas de parking y portátiles**.

Hemos seguido insitiendo en el documento que trasladamos en su día a la empresa dónde pretendemos plasmar las **iniciativas que pueden hacer que el área mejore su productividad, que las y los comerciales puedan realizar mejor su trabajo, etc...**

En este sentido hicimos entrega a la empresa de varios puntos a tratar empezando por **los despidos que se están produciendo** y expresando que **no es de recibo que se cargue siempre en los y las comerciales los malos datos**, ni el clima que se ha generado entre la fuerza comercial, quienes dicen sentir temor, estrés y mucha incertidumbre de cara a mediados de año.

Se solicitó nuevamente a la empresa el **listado de áreas con vinculación comercial**, el cual nos entregaron, **para poder llegar a cada grupo** con el fin de tener conversaciones para poder **elaborar un documento global que llegue a todas las personas** que tienen que ver con esta actividad ya que no todo es Empresas.

Trasladamos igualmente en el documento nuestra preocupación porque **a 1 de Marzo no teníamos el cierre del H2-2010 ni asignados los objetivos del H1-2011, se asignan objetivos H1 sobre productos de los que se recibe la formación a finales de Marzo, etc...**

Pero es que **sobre objetivos debemos insistir**, y así lo hemos trasladado en la reunión, **en que son inalcanzables y desmotivadores** (sobre todo en la parte del fijo), se ha eliminado la equivalencia de portabilidad del 1,5, seguimos sin herramientas de apoyo para llegar a esos objetivos, etc...

La evolución del área es preocupante viendo como **en sólo un año, 2010, se han cambiado 14 Gerentes/Directores** con la repercusión en el trabajo, planificación y demás de los y las comerciales, aunque **luego es a ellos y ellas a quienes se castiga si el área no va bien**.

Para terminar, hemos vuelto a insistir en cosas obvias y reiteradas, necesitamos:

- Telemarketing, herramientas, bases de datos ...
- Generación de demanda Leads
- SLAs más cortos en fijo
- Pool de plazas de parking dónde hay dificultades.
- Acciones de lobby de Dirección sobre el prospect durante la negociación.
- Carteras entregadas con datos correctos.

Un saludo.

UGT - Orange