

**NextiraOne France**  
84, Rue Charles Michels  
93284 – SAINT DENIS Cédex

## **PLAN DE VARIABLE 2009**

### **des Commerciaux de NextiraOne France**

## SOMMAIRE

<b>1.</b>	<b>PRINCIPES GENERAUX :</b> .....	<b>4</b>
1.1	<i>Principe directeur :</i> .....	4
1.2	<i>Participants :</i> .....	4
1.3	<i>Période :</i> .....	4
1.4	<i>Commandes :</i> .....	4
1.5	<i>Objectifs cibles :</i> .....	5
1.6	<i>Définition des objectifs :</i> .....	5
1.7	<i>Cadencement des trimestres :</i> .....	6
1.8	<i>Principe de calcul du variable :</i> .....	6
1.9	<i>Avances variables :</i> .....	6
1.10	<i>Trop perçu variable :</i> .....	7
1.11	<i>Primes opérateurs :</i> .....	7
1.12	<i>Règles de partage :</i> .....	7
1.13	<i>Règles particulières :</i> .....	8
1.14	<i>Rémunération en cas d'absence</i> .....	9
1.15	<i>Mesure en faveur de l'égalité de traitement homme / femme :</i> .....	10
1.16	<i>Mesures en faveur de l'intégration des nouveaux commerciaux :</i> .....	11
<b>2.</b>	<b>PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC PE :</b> .....	<b>13</b>
2.1	<i>Poids du variable pour chaque objectif :</i> .....	13
2.2	<i>R/O majorés ou minorés:</i> .....	13
2.3	<i>R/O réels projet et marge :</i> .....	14
2.4	<i>Primes trimestrielles :</i> .....	14
2.5	<i>Coefficients de pente:</i> .....	15
<b>3.</b>	<b>PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC PME :</b> .....	<b>18</b>
3.1	<i>Poids du variable pour chaque objectif :</i> .....	18
3.2	<i>R/O majorés ou minorés:</i> .....	18
3.3	<i>R/O réels projet et marge :</i> .....	19
3.4	<i>Primes trimestrielles :</i> .....	20
3.5	<i>Coefficients de pente:</i> .....	20

<b>4.</b>	<b>PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC ME :</b>	<b>23</b>
4.1	<i>Poids du variable pour chaque objectif :</i>	23
4.2	<i>R/O majorés ou minorés:</i>	23
4.3	<i>R/O réels projet et marge :</i>	25
4.4	<i>Primes trimestrielles :</i>	25
4.5	<i>Coefficients de pente :</i>	25
<b>5.</b>	<b>PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC GE/GC :</b>	<b>28</b>
5.1	<i>Poids du variable pour chaque objectif :</i>	28
5.2	<i>R/O majorés ou minorés:</i>	28
5.3	<i>R/O réels projet et marge :</i>	29
5.4	<i>Primes trimestrielles :</i>	30
5.5	<i>Coefficients de pente :</i>	30
<b>6.</b>	<b>PLAN DE VARIABLE CATEGORIES IRC :</b>	<b>33</b>
6.1	<i>Ingénieurs Relation Clientèle :</i>	33

## 1. PRINCIPES GENERAUX :

### 1.1 Principe directeur :

La stratégie de l'entreprise en 2009 s'inscrit de façon volontariste dans la poursuite de la croissance de l'année 2008.

L'objectif est de confirmer en 2009 l'accroissement de notre volume de commande et nos volumes de marge sur des marchés que nous considérons aujourd'hui matures :

- Notamment en data, en sécurité, en vidéo et en visio.
- De conquérir de nouveaux comptes,
- D'accompagner comme en 2008 de façon cohérente la rémunération des commerciaux à ces objectifs par un dispositif de R/O (réalisé sur objectif) accéléré ou minoré en fonction du type de solution vendue.
- De renforcer notre présence sur le segment petites entreprises au travers d'une offre simple, packagée en location service avec la vente d'un service opérateur.
- De renforcer la fidélisation de nos clients aux travers de la reconnaissance de la pluri annualité des contrats de maintenance pour les commerciaux.

Le plan de variable de la force de vente NextiraOne France pour l'année 2009 est donc orienté vers un système d'intéressement calculé sur l'atteinte et le dépassement de 3 objectifs nominaux :

- 1 objectif de volume de commande projet
- 1 objectif de volume de marge produits et services non récurrents
- 1 objectif de contrats récurrents en volume pluri-annuel

### 1.2 Participants :

Ces principes généraux concernent les ingénieurs commerciaux terrain, il est décliné en 4 volets adaptés à chacune des catégories commerciales suivantes :

- IC PE
- IC PME
- IC ME
- IC GC/GE

Un chapitre en fin de document traite la rémunération variable des IRC.

### 1.3 Période :

Ce plan est applicable du 1<sup>er</sup> Janvier au 31 décembre 2009.

### 1.4 Commandes :

Une commande est matérialisée par un bon de commande signé par le client. Pour être valable, elle doit être ferme et écrite (les lettres d'intention de commande ne sont pas prises en compte).

Elle doit avoir été enregistrée dans le système d'information de la société NextiraOne France, dans le respect des conditions générales de vente, des tarifs en vigueur, après contrôle crédit et contrôle de gestion.

Lorsqu'on passe par un organisme financier, la prise en compte se situe à la commande de ce dernier (notification ou ratification du dossier).

La validité d'une commande est placée sous la responsabilité du Directeur d'Agence Commerciale DAC ou DAR, ce qui signifie que le Directeur d'Agence Commerciale peut refuser la prise en compte d'une commande ou d'un contrat dans le réalisé d'un commercial si elle ne remplit pas les conditions de validité définies ci-dessus.

Le paiement d'un montant de variable mensuel supérieur à 7 500 € est soumis à la validation de la Direction, le paiement de la part du montant au delà des 7 500 € interviendra dans le mois suivant le paiement du variable principal.

### 1.5 Objectifs cibles :

Les objectifs cibles pour chaque catégorie commerciale sont définis comme suit pour l'année 2009 :

Catégories commerciales	Obj Projet cible 2009	Obj marge cible 2009	Obj nouveaux contrats en valeur annuelle cible 2009	Nombre * d'années moyen par catégorie
IC GC marchés publics	1,9 m€ à 3 m€ et +	16%	+/- 150 k€ à moduler	1
IC GC	1,8 m€ à 3 m€ et +	20%	+/- 150 k€ à moduler	2
IC GE	1,5 m€ à 2,5 m€ et +	20%	+/- 100 k€ à moduler	2
IC ME	780 k€ à 1,1 m€	23%	+/- 80 k€ à moduler	3
IC PME	600 à 800 k€	25%	+/- 50 k€ à moduler	3
IC PE	500 à 600 k€	28%	+/- 30 k€ à moduler	4

\* Ces durées s'appliquent sur l'objectif de conquête contrat et de renouvellement des contrats non renouvelables du secteur privé. Concernant les contrats non renouvelables signés avec les clients du secteur public la durée à appliquer sur le renouvellement est d'une année comme pour les IC GC.

### 1.6 Définition des objectifs :

#### 1.6.1 Le volume de commande projet comprend :

- L'ensemble des commandes de matériels et de services non récurrents générés sur le secteur du vendeur.

Sont exclus :

- Les contrats récurrents (services faisant l'objet de contrats de maintenance ou de services d'exploitation).
- Les demandes services « One-shot ».

#### 1.6.2 Le volume de marge projet comprend :

- Le volume global de marge sur le prix de revient commercial ou prix de revient commercial négocié.
- Les marges VIP Cisco selon le programme du constructeur Cisco, sur remontées des commerciaux auprès des gestionnaires des outils commerciaux de leur secteur.

#### 1.6.3 Le volume pluriannuel de contrat comprend :

- le volume pluriannuel des nouveaux contrats (volume annuel x nombre d'années vendues)
- le volume pluriannuel des contrats renégociés corrigé des éventuels restants dus.

**Exemple :**

Un commercial cascade un contrat de maintenance sur lequel il restait 18 mois d'engagement et signe un nouveau contrat pour une durée ferme de 5 ans :

Volume pris en compte dans le réalisé contrat :

$$(\text{Volume nouveau contrat} \times 60 \text{ mois}) - (\text{volume contrat existant} \times 18 \text{ mois})$$

**Remarques :**

- Un contrat ne peut être renouvelé qu'une fois dans l'année civile.
- Les conditions générales de vente de la société précisent que la facturation des contrats de service s'entend « terme à échoir ». Les nouveaux contrats ou contrats renégociés « à terme échu » ne seront valorisés qu'à 80% de leur valeur .
- Cas des contrats renégociés après la date d'échéance de renouvellement :
  - Si un contrat est renégocié plus de 3 mois après son échéance, diminution de 50% du volume du contrat pour le commercial,
  - Si un contrat est renégocié plus de 6 mois après son échéance, annulation du volume contrat pour le commercial,après validation par le service qualité et le management.

**1.7 Cadencement des trimestres :**

Pour les objectifs projet, marge et nouveaux contrats l'objectif sera trimestrialisé de la façon suivante :

- **Q1 : 24% / Q2 : 27% / Q3 : 22% / Q4 : 27% \***
- Le cadencement de l'objectif contrat à échéance pourra être personnalisé sur la base du portefeuille de chaque commercial.

**1.8 Principe de calcul du variable :**

Le variable sera calculé chaque fin de mois sur la base des réalisés et des objectifs cumulés fin de période depuis le début de l'année. Il sera alors versé une avance de variable correspondant à ce calcul cumulé moins le variable perçu depuis le début de l'année.

**Le commercial dispose d'un délai d'un mois pour vérifier les éléments dans l'outil de calcul de variable ComOne et remonter les demandes de modifications au gestionnaire des outils commerciaux de son secteur.**

**1.9 Avances variables :**

Une avance variable correspondant à 50% du variable mensuel théorique sera versée au titre des 2 premiers mois de l'exercice et tant que l'outil de commissionnement ne sera pas disponible avec les nouveaux paramètres 2009, cette avance sera ensuite régularisée par le calcul au réel des résultats. En cours d'exercice, possibilité de bénéficier d'une avance variable exceptionnelle si elle est justifiée par le portefeuille et validée par le management.

### **1.10 Trop perçu variable :**

Le variable et les primes calculés et versés tout au long de l'année le sont au titre d'avances qui feront l'objet d'une régularisation en fonction de la performance réelle en fin d'année.

Le solde correspondant au variable calculé sur l'année, plus les différentes primes attribuées moins toutes les avances perçues sera versé au mois de janvier.

Dans le cas où le solde s'avèrerait négatif (trop perçu de variable suite à une baisse de performance par exemple), l'avance variable serait reportée sur l'année suivante et resterait due à l'entreprise en cas de départ du salarié.

Il sera tenu compte des minima sociaux prévus par la convention collective si le montant de la rémunération annuelle du fait de cette réfaction se trouvait à un niveau inférieur. Dans ce cas, une prime d'ajustement du variable annuel serait payée à concurrence du minima requis.

### **1.11 Primes opérateurs :**

#### **1.11.1 Définition :**

Des coefficients majorateurs ont été introduits dans le calcul du réalisé boosté de certaines catégories commerciales afin de rémunérer la vente de services 9SFR associés à la vente d'une installation Voix NextiraOne, ces modalités sont présentées dans les plans spécifiques aux catégories impactées. En revanche, si un commercial NextiraOne fait une vente de services 9SFR dissociée de la vente d'une installation voix, il peut prétendre à la rémunération suivante :

- Offre 9 SFR en mode de distribution directe
  - Prime de 3% du volume de la commande opérateur de la première année
  - Prime plafonnée à 300 € par affaire

Sont exclus de cette rémunération les projets vendus en mode Co-vente

#### **1.11.2 Paiement des primes Opérateurs :**

Les primes Opérateurs seront renseignées trimestriellement dans ComOne à T+1 après remontée chez NextiraOne par notre partenaire Opérateur des commandes donnant lieu au versement de ces primes.

### **1.12 Règles de partage :**

#### **1.12.1 Affaires sur le territoire de plusieurs commerciaux :**

Ces affaires comportent des installations couvrant le territoire de plusieurs commerciaux :

- Affaire prise par un commercial gestionnaire de compte ou d'un secteur pour une installation en dehors de son périmètre de responsabilité
- Partage 70/30 soit :
  - 70% pour le « preneur » de la commande
  - 30% pour le « receveur »

Cette règle s'applique à la seule exception des deux cas de figure suivants :

### **1.12.2 Liste de comptes centralisés :**

Il s'agit de comptes dont le processus de décision est totalement centralisé avec l'intervention d'un seul et unique IC NextiraOne (100% du variable est attribué à l'IC concerné).

Cette liste est disponible sur simple demande auprès du management commercial national.

### **1.12.3 Liste de comptes multi sites :**

Certains comptes multi sites demandent plusieurs niveaux d'intervention:

- Décisions centralisées au niveau DSI/DG du siège de l'entreprise
- Travail de lobbying local important auprès des opérationnels clients, sur leur site d'appartenance.
- Exigence du client sur des référencements de prix, méthodologie de déploiement et de maintenance de nos solutions.

Ce type de compte exige un IC référent qui assure la relation DSI/DG et informe ses collègues, des IC locaux qui prospectent, soumettent les offres au client, informent l'IC référent des actions qu'ils mènent à l'échelon local.

Les commandes dans ce cas seront partagées selon la règle 70/30, 70% pour le preneur de la commande en local et 30% pour l'IC central ayant assuré le lobbying, règle susceptible d'être adaptée après approbation d'A Watissée et/ou JL Nguyen Van Mai.

Cette liste de comptes multi sites est disponible sur simple demande auprès du management commercial national.

## **1.13 Règles particulières :**

### **1.13.1 Annulation de commande :**

Toute annulation de commande implique le retrait total des réalisés de commande et de marge liés à cette affaire

### **1.13.2 Reprise de matériel :**

Toute reprise de matériel, qu'il soit en vente ou en location entretien, vient en déduction du montant de la commande et de la marge pour une valeur correspondant au montant de la reprise.

### **1.13.3 Vente de matériel d'occasion :**

Ces ventes seront intégrées au réalisé de commandes, la marge retenue pour le calcul de commission est plafonnée à 35% pour les matériels d'occasion dont le coût ne serait pas valorisé.

### **1.13.4 Résiliation de contrat :**

Pour toute résiliation d'un contrat avant son échéance, ayant incrémenté dans l'année le réalisé d'un commercial, le montant du contrat résilié restant dû sera déduit du réalisé en volume contracté.

### 1.13.5 Cas particulier de cascading :

#### ➤ **Cascading d'un contrat de location entretien**

Toute reprise de matériel en location entretien doit respecter la politique commerciale de l'entreprise, à savoir :

**Critère 1** : un contrat de location peut faire l'objet d'un cascading dans les 2 dernières années du contrat dont la durée initiale est  $\geq 5$  ans.

**Critère 2** : Le volume annuel du nouveau contrat de service récurrent doit au minimum être équivalent au contrat existant.

**Critère 3** : La marge commerciale globale de l'affaire doit être au minimum de 25 %.

**Critère 4** : La valeur de rachat ne doit pas excéder 30 % du prix de vente global de l'affaire.

Tout ajout de matériel ne rentrant pas dans ce cadre doit être traité sous forme d'avenant.

Si pour des raisons exceptionnelles et après validation du management national et du contrôle de gestion, un cascading ne répondant pas à ces critères devait néanmoins être proposé et accepté par un client, le commercial bénéficierait dans le calcul de son variable des seuls éléments suivants :

- volume de la commande décrétementé de la valeur de rachat résiduelle.
- volume total de la marge.
- Volume pluri-annuel du contrat vendu moins le volume résiduel du contrat existant (valeur annuelle x durée restant à courir)

#### ➤ **Cascading d'un contrat de services**

La prise en compte d'un matériel complémentaire dans un contrat récurrent n'ayant pas d'échéance dans l'année, doit être traitée sous forme d'avenant au pro-rata de la période restant à courir.

Si pour des raisons exceptionnelles et après validation du management national, un cascading était fait sur le contrat de service global, le commercial bénéficierait dans le calcul de son variable du seul élément suivant :

- Volume pluri-annuel du contrat vendu moins le volume résiduel du contrat existant (valeur annuelle x durée restant à courir)

## 1.14 Rémunération en cas d'absence

### 1.14.1 Gestion des secteurs d'activités en cas d'absence :

- Sur une courte période (inférieure à 1 mois), les actions commerciales menées sur le secteur de l'IC absent et débouchant sur des commandes ou la création de nouveaux devis sont affectées à ce dernier.
- En cas d'absence prolongée (plus d'un mois), le secteur sous la responsabilité du Directeur d'Agence est mis en gérance. Les affaires issues de l'activité commerciale des IC disposant momentanément du secteur leur sont affectées.

Lors de l'arrivée d'un nouvel IC, celui-ci prend l'intégralité de son secteur en compte.

Cependant, une liste de réservation d'affaires peut être établie et limitée en quantité aux seules affaires en phase de conclusion. Il en va de même à la suite de changements de secteur. Dans tous les cas, la période de biseau entre 2 IC ne pourra excéder 1 mois sauf en cas de dérogation accordée par le management national sur proposition du management local.

A son départ définitif de l'Entreprise, l'IC ne peut prétendre qu'au paiement du variable calculé sur la base des commandes enregistrées avec accusé de réception durant sa présence dans l'Entreprise.

#### **1.14.2 Rémunération en cas d'absence pour maladie - accident du travail ou trajet :**

**En cas d'arrêt de travail, l'intéressé perçoit une indemnisation de rémunération calculée de la façon suivante :**

- indemnité versée par la Sécurité Sociale limitée au plafond S.S.
- Indemnité complémentaire supportée par l'employeur ou les organismes de prévoyance.

*Afin de compenser le manque à gagner sur la part variable de son salaire, il lui sera attribué, à partir d'une période de neutralisation de dix jours calendaires par arrêt de travail, une prime calculée d'après la formule suivante :*

$$\frac{\text{Variable des 12 derniers mois d'activité précédent l'arrêt de travail} \times (\text{Nbre a} - 10)}{365}$$

Nbre a = nombre de jours d'absence, en jours calendaires.

Cette compensation prendra en compte les revenus de remplacements (salaires, IJSS, Complémentaire, MV4...) perçus pendant l'arrêt de travail.

Cette prime sera plafonnée à 100% du variable mensuel ramené au nombre de jours.

#### **1.14.3 Rémunération en cas d'absence pour congés payés :**

Il est prévu deux modes de calcul de cette indemnité, entre lesquels la DRH retient le plus favorable au salarié :

- le calcul en fonction de la rémunération annuelle acquise pendant la période de référence - du 1/06 au 31/05 de l'année précédente - y compris la partie variable du salaire (règle du 1/10e),
- le calcul en fonction de la partie fixe du salaire qui serait perçu pendant les congés si le salarié continuait à travailler (règle du maintien du salaire).

La comparaison entre les deux modes de calcul s'effectue à chaque prise de congés.

En conséquence, l'IC percevra en cas d'absence pour congés payés, une indemnité calculée avec la règle du 1/10e qui est la plus favorable.

#### **1.15 Mesure en faveur de l'égalité de traitement homme / femme :**

En cas d'absence pour congés maternité, l'intéressée percevra une indemnisation de rémunération qui lui assurera l'intégralité de traitement variable à 100% sur la période concernée.

Cette indemnisation s'entend pour la seule période de maternité prévue par la sécurité sociale.

Ceci assure à l'intéressée l'application d'un traitement à 100% (fixe + variable), déduction faite des indemnités versées par la SS ou indemnités complémentaires supportées par l'employeur ou les organismes de prévoyance.

## **1.16 Mesures en faveur de l'intégration des nouveaux commerciaux :**

### **1.16.1 Progressivité de l'objectif :**

Afin d'accompagner les nouveaux Ingénieur Commerciaux intégrant la force de vente NextiraOne par recrutement externe ou mobilité interne, il sera appliqué une période de progressivité dans les objectifs calculés sur l'objectif minimum de la catégorie commerciale concernée et selon la règle ci-dessous :

- 1er mois de présence dans le poste : Obj = 0% de l'obj mensuel mini de la catégorie.
- 2ième mois de présence dans le poste : Obj = 25% de l'obj mensuel mini de la catégorie
- 3ième mois de présence dans le poste : Obj = 50% de l'obj mensuel mini de la catégorie
- 4ième mois de présence dans le poste : Obj = 75% de l'obj mensuel mini de la catégorie

A partir du 5<sup>ème</sup> mois de présence dans le poste : Obj = 100% de l'obj mensuel mini de la catégorie

En cas de surperformance durant cette période de montée en charge, l'objectif du nouveau commercial sera adapté de manière à plafonner sa performance à 100% sans toutefois que l'objectif ainsi modifié ne dépasse un objectif plein.

### **1.16.2 Garantie de variable :**

Afin de les accompagner dans la prise en main de leur nouveau secteur ou métier, les nouveaux Ingénieurs Commerciaux bénéficieront au cas par cas d'une avance variable garantie qui ne pourra être inférieure à 3 mois ni excéder les 6 premiers mois de leur activité.

Cette avance variable garantie leur restera acquise quelque soit leur performance à l'issue de l'exercice.

PLAN DE VARIABLE  
CATEGORIE IC PE  
ANNEE 2009

## 2. PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC PE :

### 2.1 Poids du variable pour chaque objectif :

En 2009 pour la catégorie PE, le variable est ventilé de la façon suivante :

Objectifs catégorie PE	Poids du variable
Projet	40%
Marge	40%
Contrats en volume pluriannuel	20%

### 2.2 R/O majorés ou minorés:

Afin que le plan de variable reflète la stratégie de l'entreprise sur ce segment de marché, des coefficients majorateurs et minorateurs sont mis en œuvre en 2009 sur le réalisé en volume de commande et volume de marge produits et services non récurrents.

Ces coefficients sont liés à deux paramètres :

#### 2.2.1 Le type de vente :

- |   |             |            |
|---|-------------|------------|
| - Location entretien avec notre partenaire BPLG | Coefficient | <b>1,1</b> |
| - Vente au client final                         | Coefficient | <b>0,9</b> |

Dans le cas où un dossier initialement proposé en location serait traité finalement en vente au client final après avoir été refusé par notre partenaire BPLG, un coefficient de **1** s'appliquerait sur les volumes de commande et de marge générés sous réserve de :

- justifier du refus du loueur
- obtenir un acompte de 30% du montant de la commande pour gestion du risque financier.

#### 2.2.2 Vente du service opérateur SFR 9Office :

Lorsqu'une vente neuve de matériel de télécommunication Voix ou Voix sur IP NextiraOne s'accompagnera de la vente d'un service opérateur SFR 9 Office, les volumes générés de commande et de marge de la solution NextiraOne seront valorisés par un coefficient majorateur. Dans le cas contraire, un coefficient minorateur impactera ces volumes :

- |   |             |     |
|---|-------------|-----|
| - Vente d'une installation neuve avec service SFR 9Office : | Coefficient | 1,2 |
| - Vente d'une installation neuve sans service SFR9Office :  | Coefficient | 0,9 |
| - Vente d'adjonctions                                       | Coefficient | 1   |

Dans le cas où une installation neuve serait vendue à un client déjà sous contrat 9Office avec notre partenaire SFR, un coefficient de **1** s'appliquerait sur les volumes de commande et de marge générés sous réserve de :

- Justification que le client est également client SFR 9Office, (copie de la facture de l'opérateur au client final sur laquelle ce service devra apparaître clairement).

### 2.2.3 Application des coefficients majorés ou minorés:

Les coefficients majorateurs ou minorateurs sont cumulatifs, c'est à dire qu'ils se multiplient entre eux avant d'impacter les volumes de commande et de marge, exemple :

#### **Exemple 1 :**

Un IC PE vend une solution OmniPcx Office de 5 k€ à 1500 € de marge avec service SFR 9Office en location entretien, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

$$\begin{aligned} \text{Commande} &: 5\,000 \text{ €} \times 1,2 \times 1,1 = 6\,600 \text{ €} \\ \text{Marge} &: 1\,500 \text{ €} \times 1,2 \times 1,1 = 1\,980 \text{ €} \end{aligned}$$

soit une prise en compte de 132% du volume vendu

#### **Exemple 2 :**

Un IC PE vend une solution OmniPcx Office de 5 k€ à 1500 € de marge sans service opérateur en vente traditionnelle, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

$$\begin{aligned} \text{Commande} &: 5\,000 \text{ €} \times 0,9 \times 0,9 = 4\,050 \text{ €} \\ \text{Marge} &: 1\,500 \text{ €} \times 0,85 \times 0,9 = 1\,215 \text{ €} \end{aligned}$$

soit une prise en compte de 81% du volume vendu

### 2.3 R/O réels projet et marge :

Les R/O réels projet et marge, par opposition aux R/O boostés impactés par les coefficients, seront pris en référence dans les 3 cas suivants :

- la mesure de la performance
- les classements dans les challenges

### 2.4 Primes trimestrielles :

Les primes trimestrielles portent sur l'atteinte d'un objectif en nombre de machines neuves Oxo ou Oxe vendues sur le trimestre.

L'objectif sera déterminé en début d'année et sera ventilé avec la même proportionnalité que les autres objectifs (24% / 27% / 22% / 27%).

L'atteinte de l'objectif en nombre de machines vendues permet l'obtention d'une prime correspondant à 2% du variable annuel par trimestre, soit 8% du variable annuel si l'objectif est atteint sur l'exercice.

Le calcul est fait chaque trimestre au plus favorable pour le trimestre ou au cumulé fin de période.

## 2.5 Coefficients de pente:

### 2.5.1 Coefficients de pente pour un R/O < 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés et permettent de déterminer le variable ainsi calculé.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 0 à 50%	0	0%
R/O de 50% à 80%	linéaire de 0 à 70%	$(R/O-50%)*7/3$
R/O de 80% à 100%	linéaire de 70% à 100%	$(R/O-80%)*1.5 + 70%$

#### Exemple :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 80% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (80\% - 50\%)*7/3 = \mathbf{70\%}$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \text{partie fixe} : 60\% + \text{partie variable} : 40\% \times 70\% = \mathbf{88\%}$$

### 2.5.2 Coefficients de pente pour un R/O > 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés. Ils sont appliqués de manière indépendante R/O par R/O dès lors que l'objectif annuel concerné (projet, marge ou contrat) est dépassé (R/O réel > 100%) et sans condition de réalisé dans les autres objectifs.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 100 à 200%	linéaire de 100 à 275%	$(R/O-100%)*1.75 + 100\%$
R/O > 200%	Prime négociée	

#### Exemple 1 :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 120% dans les 3 critères, et sous réserve que ses objectifs annuels soient atteints, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (120\% - 100%)*1.75 + 100\% = \mathbf{135\%}$$

Primes trimestrielles :  $2\% \times 4 = 12\%$  du variable annuel (sous réserve d'atteinte de l'objectif en nombre de machines vendues)

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \text{fixe} : 60\% + \text{variable} : 40\% \times 135\% + \text{primes Trim} : 8\% = \mathbf{122\%}$$

**Exemple 2 :**

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 180% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (180\% - 100\%) \times 1.75 + 100\% = \mathbf{240\%}$$

Primes trimestrielles :  $2\% \times 4 = 8\%$  du variable annuel (sous réserve d'atteinte de l'objectif en nombre de machines vendues)

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \mathbf{fixe : 60\%} + \mathbf{variable : 40\% \times 240\%} + \mathbf{primes Trim : 8\%} = \mathbf{164\%}$$

PLAN DE VARIABLE  
CATEGORIE IC PME  
ANNEE 2009

### 3. PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC PME :

#### 3.1 Poids du variable pour chaque objectif :

En 2009 pour la catégorie PME, le variable est ventilé de la façon suivante :

Objectifs catégorie PME	Poids du variable
Projet	40%
Marge	40%
Contrats en volume pluriannuel	20%

#### 3.2 R/O majorés ou minorés:

Afin que le plan de variable reflète la stratégie de l'entreprise sur ce segment de marché, des coefficients majorateurs et minorateurs sont mis en œuvre en 2009 sur le réalisé en volume de commande et volume de marge ( produits et services non récurrents ou produits seuls).

Ces coefficients sont liés à trois paramètres :

##### 3.2.1 Le type de vente :

- |   |             |             |
|---|-------------|-------------|
| - Location entretien avec notre partenaire BPLG | Coefficient | <b>1,1</b>  |
| - Vente au client final                         | Coefficient | <b>0,95</b> |

Dans le cas où un dossier initialement proposé en location serait traité finalement en vente au client final après avoir été refusé par notre partenaire BPLG, un coefficient de **1** s'appliquerait sur les volumes de commande et de marge générés sous réserve de :

- justifier du refus du loueur
- obtenir un acompte de 30% du montant de la commande pour gestion du risque financier.

##### 3.2.2 Vente d'un service opérateur SFR 9Office :

Lorsqu'une vente neuve de matériel de télécommunication Voix ou Voix sur IP NextiraOne s'accompagnera de la vente d'un service opérateur SFR 9 Office, 9IPnet ou 9IPnetTOIP, les volumes générés de commande et de marge de la solution NextiraOne seront valorisés par un coefficient majorateur. Dans le cas contraire, un coefficient minorateur impactera ces volumes :

- Vente d'une installation neuve avec services SFR 9Office/9IPnet/9IPnetTOIP : Coefficient 1,15
- Vente d'une installation neuve sans service SFR9Office/9IPnet/9IPnetTOIP : Coefficient 0,95
- Vente d'adjonctions Coefficient 1

Dans le cas où une installation neuve serait vendue à un client déjà sous contrat avec notre partenaire SFR, un coefficient de **1** s'appliquerait sur les volumes de commande et de marge générés sous réserve de :

- Justification que le client est également client SFR 9Office ou 9IPnet ou 9IPnetTOIP, (copie de la facture de l'opérateur au client final sur laquelle l'un des services devra apparaître clairement).

### 3.2.3 Coefficients selon les business lines vendues :

Des coefficients majorateurs et minorateurs sont mis en œuvre en 2009 sur le réalisé en volume de commande et volume de marge produit selon les solutions vendues.

- Produits de la famille : « Data/Sécurité/Vidéo/Visio » : coeff 1,3
- Produits de la famille : « Voix traditionnelle, TDM » : coeff 0,9
- Par défaut, l'ensemble des autres produits : coeff 1
- Produit enregistré en Divart : fonction de la BL du Divart  
(Sous réserve que la référence du produit n'existe pas au catalogue)

Pas de coefficient sur les services d'implémentation ou récurrents, les services sont tous à 1.

Définition de la famille « Data/Sécurité/Vidéo/Visio » :

- Data Alcatel, Cisco, Nortel, Juniper, Allied, Extreme, Newbridge, divers Data
- Storage HDS, HP,
- Sécurité Cisco, Nortel, Checkpoint, TrendMicro, Sonicwall, Nokia, Rainfinity, Security Dynam., divers Sécu
- Vidéo sur IP Sony, VisioWave, Mavix, divart vidéo
- Visio conféréncing, solutions Polycom, Tandberg.
- Wifi Alcatel, Nortel, Cisco, Ucopia
- Faisceaux Hertzians

### 3.2.4 Application des coefficients majorés ou minorés:

Les coefficients majorateurs ou minorateurs sont cumulatifs, c'est à dire qu'ils se multiplient entre eux avant d'impacter les volumes de commande et de marge, exemple :

#### **Exemple 1 :**

Un IC PME vend une solution Data de 20 k€ à 5 000 € de marge en location entretien, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

$$\begin{aligned} \text{Commande : } & 20\,000 \text{ €} \times 1,3 \times 1,1 = 28\,600 \text{ €} \\ \text{Marge : } & 5\,000 \text{ €} \times 1,3 \times 1,1 = 7\,150 \text{ €} \end{aligned}$$

soit une prise en compte de 143% du volume vendu

#### **Exemple 2 :**

Un IC PME vend une solution voix tdm de 10 000 k€ à 3 000 € de marge en vente traditionnelle, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

$$\begin{aligned} \text{Commande : } & 10\,000 \text{ €} \times 0,9 \times 0,95 = 8\,550 \text{ €} \\ \text{Marge : } & 3\,000 \text{ €} \times 0,9 \times 0,95 = 2\,565 \text{ €} \end{aligned}$$

soit une prise en compte de 85,5% du volume vendu

### 3.3 R/O réels projet et marge :

Les R/O réels projet et marge, par opposition aux R/O boostés impactés par les coefficients, seront pris en référence dans les 3 cas suivants :

- la mesure de la performance
- les classements dans les challenges

### 3.4 Primes trimestrielles :

Les primes trimestrielles portent sur l'atteinte d'un objectif de volume de commande en conquête. L'objectif conquête a été déterminé pour l'année 2009 à 25% de l'objectif projet et sera ventilé avec la même proportionnalité que les autres objectifs (24% / 27% / 22% / 27%).

L'atteinte de cet objectif permet l'obtention d'une prime correspondant à 3% du variable annuel par trimestre, soit 12% du variable annuel si l'objectif est atteint sur l'exercice et sous réserve d'atteinte au minimum de 50% de l'objectif réel de marge annuel.

Le calcul est fait au plus favorable pour le trimestre ou au cumulé fin de période.

Les commandes entrant dans le réalisé conquête seront identifiables au niveau de la vue commande de ComOne avec le statut conquête.

Le réalisé conquête sera visible dans ComOne au niveau de la vue résultat dans le compteur conquête (complètement à droite de la vue).

La définition d'une vente en conquête est la suivante :

La conquête ne concerne que l'ouverture de nouveaux comptes. Sera comptabilisé dans le compteur du réalisé conquête tout projet vendu ou loué à un prospect n'ayant pas de contrat actif chez Nxo et n'ayant pas passé de commande de projet ou de contrat dans les 18 derniers mois.

Les commandes projets vendues à un nouveau client bénéficieront du statut de vente en conquête durant toute la durée de l'exercice 2009.

Une nouvelle filiale d'un compte parc est considérée en parc.

Une nouvelle technologie vendue sur un compte parc est considérée en parc.

### 3.5 Coefficients de pente:

#### 3.5.1 Coefficients de pente pour un R/O < 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés, et permettent de déterminer le variable ainsi calculé.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 0 à 50%	0	0%
R/O de 50% à 80%	linéaire de 0 à 70%	$(R/O-50%)*7/3$
R/O de 80% à 100%	linéaire de 70% à 100%	$(R/O-80%)*1.5 + 70%$

#### Exemple :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 80% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (80\% - 50\%)*7/3 = \mathbf{70\%}$$

Dans un modèle 60/40 où la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \mathbf{\text{fixe}} : 60\% + \mathbf{\text{variable}} : 40\% \times 70\% = \mathbf{88\%}$$

### 3.5.2 Coefficients de pente pour un R/O > 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés. Ils sont appliqués de manière indépendante R/O par R/O dès lors que l'objectif annuel concerné (projet, marge ou contrat) est dépassé (R/O réel > 100%) et sans condition de réalisé dans les autres objectifs.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 100 à 200%	linéaire de 100 à 275%	$(R/O-100%)*1.75 + 100\%$
R/O > 200%	Prime négociée	

#### Exemple 1 :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 120% dans les 3 critères, et sous réserve que ses objectifs annuels seraient atteints, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (120\% - 100\%)*1.75 + 100\% = \mathbf{135\%}$$

$$\text{Primes trimestrielles} : 3\% \times 4 = 12\% \text{ du variable annuel}$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \mathbf{fixe} : 60\% + \mathbf{variable} : 40\% \times 135\% + \mathbf{primes Trim} : 12\% = \mathbf{126\%}$$

#### Exemple 2 :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 180% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (180\% - 100\%)*1.75 + 100\% = \mathbf{240\%}$$

$$\text{Primes trimestrielles} : 3\% \times 4 = 12\% \text{ du variable annuel}$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \mathbf{fixe} : 60\% + \mathbf{variable} : 40\% \times 240\% + \mathbf{primes Trim} : 12\% = \mathbf{168\%}$$

PLAN DE VARIABLE  
CATEGORIE IC ME  
ANNEE 2009

#### 4. PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC ME :

##### 4.1 Poids du variable pour chaque objectif :

En 2009 pour la catégorie ME, le variable est ventilé de la façon suivante :

Objectifs catégorie ME	Poids du variable
Projet	30%
Marge	40%
Contrats en volume pluriannuel	30%

##### 4.2 R/O majorés ou minorés:

Afin que le plan de variable reflète la stratégie de l'entreprise sur ce segment de marché, des coefficients majorateurs et minorateurs sont mis en œuvre en 2009 sur le réalisé en volume de commande et volume de marge ( produits et services non récurrents ou produits seuls). Ces coefficients sont liés à trois paramètres :

###### 4.2.1 Vente d'un service opérateur SFR 9Office :

Lorsqu'une vente neuve de matériel de télécommunication Voix ou Voix sur IP NextiraOne s'accompagnera de la vente d'un service opérateur SFR 9 Office, 9IPnet ou 9IPnetTOIP, les volumes générés de commande et de marge de la solution NextiraOne seront valorisés par un coefficient majorateur.

- Vente d'une installation neuve avec services SFR 9Office/9IPnet/9IPnetTOIP : Coefficient 1,1
- Vente d'une installation neuve sans service SFR9Office/9IPnet/9IPnetTOIP : Coefficient 1
- Vente d'adjonctions : Coefficient 1

Dans le cas où une installation neuve serait vendue à un client déjà sous contrat avec notre partenaire SFR, un coefficient de 1 s'appliquerait sur les volumes de commande et de marge générés .)

###### 4.2.2 Coefficients selon les business lines vendues :

Des coefficients majorateurs et minorateurs sont mis en œuvre en 2009 sur le réalisé en volume de commande et volume de marge produit selon les solutions vendues.

- Produits de la famille : « Data/Sécurité/Vidéo/Visio » : coeff 1,2
  - Produits de la famille : « Voix traditionnelle, TDM » : coeff 0,9
  - Par défaut, l'ensemble des autres produits : coeff 1
  - Produit enregistré en Divart : fonction de la BL du Divart
- (Sous réserve que la référence du produit n'existe pas au catalogue)

Pas de coefficient sur les services d'implémentation ou récurrents, les services sont tous à 1.

Définition de la famille « Data/Sécurité/Vidéo/Visio » :

- Data Alcatel, Cisco, Nortel, Juniper, Allied, Extreme, Newbridge, divers Data
- Storage HDS, HP,

- Sécurité Cisco, Nortel, Checkpoint, TrendMicro, Sonicwall, Nokia, Rainfinity, Security Dynam., divers Sécu
- Vidéo sur IP Sony, VisioWave, Mavix, divart vidéo
- Visio conféréncing, solutions Polycom, Tandberg.
- Wifi Alcatel, Nortel, Cisco, Ucopia
- Faisceaux Hertziens

#### 4.2.3 Commande en conquête ou en parc :

Tout volume de commande et de marge signé sur un compte considéré comme prospect sera valorisé par un coefficient majorateur

- |  |                  |
|--|------------------|
| - Volume de commande et de marge en conquête : | Coefficient 1,1  |
| - Volume de commande et de marge en parc :     | Coefficient 0,95 |

La définition d'une vente en conquête est la suivante :

La conquête ne concerne que l'ouverture de nouveaux comptes. Sera considéré éligible au coefficient conquête tout projet vendu ou loué à un prospect n'ayant pas de contrat actif chez Nxo et n'ayant pas passé de commande de projet ou de contrat dans les 18 derniers mois.

Les commandes projets vendues à un nouveau client bénéficieront du coefficient conquête durant toute la durée de l'exercice 2009.

Une nouvelle filiale d'un compte parc est considérée en parc.

Une nouvelle technologie vendue sur un compte parc est considérée en parc.

#### 4.2.4 Application des coefficients majorés ou minorés:

Les coefficients majorateurs ou minorateurs sont cumulatifs, c'est à dire qu'ils se multiplient entre eux avant d'impacter les volumes de commande et de marge, exemple :

##### **Exemple 1 :**

Un IC ME vend une solution Data de 50 k€ à 15 000 € de marge en conquête, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

Commande :	50 000 € x 1,2 x 1,1 = 66 000 €
Marge :	15 000 € x 1,2 x 1,1 = 19 800 €

soit une prise en compte de 132% du volume vendu

##### **Exemple 2 :**

Un IC ME vend une solution voix tdm de 80 000 k€ à 20 000 € de marge en parc, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

Commande :	80 000 € x 0,9 x 0,95 = 68 400 €
Marge :	20 000 € x 0,9 x 0,95 = 17 100 €

soit une prise en compte de 85,5% du volume vendu

#### 4.3 R/O réels projet et marge :

Les R/O réels projet et marge, par opposition aux R/O boostés impactés par les coefficients, seront pris en référence dans les 3 cas suivants :

- la mesure de la performance
- le calcul des primes trimestrielles
- les classements dans les challenges

#### 4.4 Primes trimestrielles :

Les primes trimestrielles portent sur l'atteinte des R/O réels projet et marge :

- si R/O marge  $\geq$  100% et R/O projet  $\geq$  100% : prime de 3% du variable annuel par trimestre
- si R/O marge  $\geq$  100% et R/O projet  $<$  100% : prime de 1% du variable annuel par trimestre
- si R/O marge  $<$  100% : 0%

L'atteinte de ces objectifs permet l'obtention d'une prime correspondant à **3%** du variable annuel par trimestre, soit 12% du variable annuel si les objectifs sont atteints sur l'exercice.

Le calcul est fait au plus favorable pour le trimestre ou au cumulé fin de période.

#### 4.5 Coefficients de pente :

##### 4.5.1 Coefficients de pente pour un R/O $<$ 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés et permettent de déterminer le variable ainsi calculé.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 0 à 50%	0	0%
R/O de 50% à 100%	linéaire de 0 à 100%	$(R/O - 50\%) * 2$

#### Exemple :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 90% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (90\% - 50\%) * 2 = 80\%$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \text{partie fixe} : 60\% + \text{partie variable} : 40\% \times 80\% = 92\%$$

#### 4.5.2 Coefficients de pente pour un R/O > 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés. Ils sont appliqués de manière indépendante R/O par R/O dès lors que l'objectif annuel concerné (projet, marge ou contrat) est dépassé (R/O réel > 100%) et sans condition de réalisé dans les autres objectifs.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 100 à 200%	linéaire de 100 à 275%	$(R/O - 100\%) * 1.75 + 100\%$
R/O > 200%	Prime négociée	

#### Exemple 1 :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 120% dans les 3 critères, et sous réserve d'avoir atteint ses objectifs annuels, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (120\% - 100\%) * 1.75 + 100\% = \mathbf{135\%}$$

$$\text{Primes trimestrielles} : 3\% \times 4 = 12\% \text{ du variable annuel}$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \text{fixe} : 60\% + \text{variable} : 40\% \times 135\% + \text{primes Trim} : 12\% = \mathbf{126\%}$$

#### Exemple 2 :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 180% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (180\% - 100\%) * 1.75 + 100\% = \mathbf{240\%}$$

$$\text{Primes trimestrielles} : 3\% \times 4 = 12\% \text{ du variable annuel}$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \text{fixe} : 60\% + \text{variable} : 40\% \times 240\% + \text{primes Trim} : 12\% = \mathbf{168\%}$$

PLAN DE VARIABLE  
CATEGORIE IC GE/GC  
ANNEE 2009

## 5. PLAN DE VARIABLE CATEGORIE IC GE/GC :

### 5.1 Poids du variable pour chaque objectif :

En 2009 pour la catégorie GE/GC, le variable est ventilé de la façon suivante :

Objectifs catégorie ME	Poids du variable
Projet	30%
Marge	40%
Contrats en volume pluriannuel	30%

### 5.2 R/O majorés ou minorés:

Afin que le plan de variable reflète la stratégie de l'entreprise sur ce segment de marché, des coefficients majorateurs et minorateurs sont mis en œuvre en 2009 sur le réalisé en volume de commande et volume de marge ( produits et services non récurrents ou produits seuls). Ces coefficients sont liés à deux paramètres :

#### 5.2.1 Coefficients selon les business lines vendues :

Des coefficients majorateurs et minorateurs sont mis en œuvre en 2009 sur le réalisé en volume de commande et volume de marge produit selon les solutions vendues.

- Produits de la famille : « Data/Sécurité/Vidéo/Visio » : coeff 1,2
- Produits de la famille : « Voix traditionnelle, TDM » : coeff 0,85
- Par défaut, l'ensemble des autres produits : coeff 1
- Produit enregistré en Divart fonction de la BL du Divart  
(Sous réserve que la référence du produit n'existe pas au catalogue)

Pas de coefficient sur les services d'implémentation ou récurrents, les services sont tous à 1.

Définition de la famille « Data/Sécurité/Vidéo/Visio » :

- Data Alcatel, Cisco, Nortel, Juniper, Allied, Extreme, Newbridge, divers Data
- Storage HDS, HP,
- Sécurité Cisco, Nortel, Checkpoint, TrendMicro, Sonicwall, Nokia, Rainfinity, Security Dynam.,divers Sécu
- Vidéo sur IP Sony, VisioWave, Mavix, divart vidéo
- Visio conférencing, solutions Polycom, Tandberg.
- Wifi Alcatel, Nortel, Cisco, Ucopia
- Faisceaux Hertziens

### 5.2.2 Commande en conquête ou en parc :

Tout volume de commande et de marge signé sur un compte considéré comme prospect sera valorisé par un coefficient majorateur

- |  |                 |
|--|-----------------|
| - Volume de commande et de marge en conquête : | Coefficient 1,1 |
| - Volume de commande et de marge en parc :     | Coefficient 1   |

La définition d'une vente en conquête est la suivante :

La conquête ne concerne que l'ouverture de nouveaux comptes. Sera considéré éligible au coefficient conquête tout projet vendu ou loué à un prospect n'ayant pas de contrat actif chez Nxo et n'ayant pas passé de commande de projet ou de contrat dans les 18 derniers mois.

Les commandes projets vendues à un nouveau client bénéficieront du coefficient conquête durant toute la durée de l'exercice 2009.

Une nouvelle filiale d'un compte parc est considérée en parc.

Une nouvelle technologie vendue sur un compte parc est considérée en parc.

### 5.2.3 Application des coefficients majorés ou minorés:

Les coefficients majorateurs ou minorateurs sont cumulatifs, c'est à dire qu'ils se multiplient entre eux avant d'impacter les volumes de commande et de marge, exemple :

#### **Exemple 1 :**

Un IC GE vend une solution Data de 150 k€ à 30 000 € de marge en conquête, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

$$\begin{aligned} \text{Commande : } & 150\,000 \text{ €} \times 1,2 \times 1,1 = 198\,000 \text{ €} \\ \text{Marge : } & 30\,000 \text{ €} \times 1,2 \times 1,1 = 39\,600 \text{ €} \end{aligned}$$

soit une prise en compte de 132% du volume vendu

#### **Exemple 2 :**

Un IC GE vend une solution voix tdm de 200 000 k€ à 45 000 € de marge en parc, la prise en compte des volumes de commande et de marge dans ses résultats sera la suivante :

$$\begin{aligned} \text{Commande : } & 200\,000 \text{ €} \times 0,9 \times 1 = 180\,000 \text{ €} \\ \text{Marge : } & 45\,000 \text{ €} \times 0,9 \times 1 = 40\,500 \text{ €} \end{aligned}$$

soit une prise en compte de 90% du volume vendu

### 5.3 R/O réels projet et marge :

Les R/O réels projet et marge, par opposition aux R/O boostés impactés par les coefficients, seront pris en référence dans les 3 cas suivants :

- la mesure de la performance
- le calcul des primes trimestrielles
- les classements dans les challenges

#### 5.4 Primes trimestrielles :

Les primes trimestrielles portent sur l'atteinte des R/O réels projet et marge :

- si R/O marge  $\geq$  100% et R/O projet  $\geq$  100% : prime de 3% du variable annuel par trimestre
- si R/O marge  $\geq$  100% et R/O projet  $<$  100% : prime de 1% du variable annuel par trimestre
- si R/O marge  $<$  100% : 0%

L'atteinte de ces objectifs permet l'obtention d'une prime correspondant à **3%** du variable annuel par trimestre, soit 12% du variable annuel si ces objectifs sont atteints sur l'exercice.  
Le calcul est fait au plus favorable pour le trimestre ou au cumulé fin de période.

#### 5.5 Coefficients de pente :

##### 5.5.1 Coefficients de pente pour un R/O $<$ 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés et permettent de déterminer le variable ainsi calculé.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 0 à 50%	0	0%
R/O de 50% à 100%	linéaire de 0 à 100%	$(R/O - 50\%) * 2$

##### Exemple :

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 90% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (90\% - 50\%) * 2 = 80\%$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \text{fixe} : 60\% + \text{variable} : 40\% \times 80\% = \mathbf{92\%}$$

##### 5.5.2 Coefficients de pente pour un R/O $>$ 100% :

Les coefficients de pente sont appliqués sur les R/O boostés. Ils sont appliqués de manière indépendante R/O par R/O dès lors que l'objectif annuel concerné (projet, marge ou contrat) est dépassé (R/O réel  $>$  100%) et sans condition de réalisé dans les autres objectifs.

R/O annuels boostés	Variable	Formule
R/O de 100 à 200%	linéaire de 100 à 275%	$(R/O - 100\%) * 1.75 + 100\%$
R/O $>$ 200%	Prime négociée	

**Exemple 1 :**

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 120% dans les 3 critères, et sous réserve de l'atteinte de ses objectifs annuels, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (120\% - 100\%) * 1.75 + 100\% = \mathbf{135\%}$$

$$\text{Primes trimestrielles} : 3\% \times 4 = 12\% \text{ du variable annuel}$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \mathbf{fixe} : 60\% + \mathbf{variable} : 40\% \times 135\% + \mathbf{primes Trim} : 12\% = \mathbf{126\%}$$

**Exemple 2 :**

Un commercial dont le R/O boosté global en fin d'année (prise en compte des coefficients cumulatifs) serait de 180% dans les 3 critères, verrait la part variable de sa rémunération calculée de la façon suivante :

$$\text{Variable annuel} = (180\% - 100\%) * 1.75 + 100\% = \mathbf{240\%}$$

$$\text{Primes trimestrielles} : 3\% \times 4 = 12\% \text{ du variable annuel}$$

Dans un modèle 60/40 ou la part variable représente 40% de la rémunération théorique, sa rémunération annuelle serait donc de :

$$\text{Rémunération annuelle} = \mathbf{fixe} : 60\% + \mathbf{variable} : 40\% \times 240\% + \mathbf{primes Trim} : 12\% = \mathbf{168\%}$$

PLAN DE VARIABLE  
CATEGORIES IRC  
ANNEE 2009

## 6. PLAN DE VARIABLE CATEGORIES IRC :

### 6.1 Ingénieurs Relation Clientèle :

Les missions et objectifs des IRC sont reconduits à l'identique de l'année 2008, à savoir :

➤ **Missions :**

- Collaboration avec les IC terrains pour leur permettre de se concentrer sur la conquête et la data.
- Une liste d'IC terrain est confiée à chaque IRC
- Suivi du parc clients sur demande des IC terrain
- Devis et traitement des adjonctions et remplacement de petites installations téléphoniques.
- Mission de partenariat commercial avec les IC terrain.

➤ **Objectifs et variable**

Les IRC auront la part variable de leur rémunération calculée sur la base de 4 objectifs nominaux :

- |   |     |
|---|-----|
| ○ Objectif de commande projets de l'agence ou de la région de rattachement. | 30% |
| ○ Suivi et renouvellement du parc des contrats <2k€                         | 30% |
| ○ Objectif de productivité mensuelle en nombre de devis et commandes        | 30% |
| ○ Contribution qualitative  | 10% |
- 
- Respect des reportings
  - Esprit d'équipe
  - Mutualisation en interne
  - Participation aux webinars

Les 4 paramètres définis ci-dessus seront linéaires de 0 à 130% en fonction des résultats.  
Par exemple, 120% de R/O sur le critère 1 donnera 120% de rémunération des 30% de variable correspondant à ce critère.

➤ **Booster**

Un booster annuel d'atteinte des résultats du périmètre régional ou agence considéré est défini ci-dessous :

- Si le R/O annuel du périmètre > 100% prime de 1000 €
- Si le R/O annuel du périmètre > 102% prime de 1500 €

Les R/O seront définis sur la base des résultats de commande projets de l'agence ou de la région de rattachement.

- **Avances sur variable :** Possibilité, sur simple demande, d'une avance de 50% du variable mensuel pendant les 3 premiers mois de l'exercice au plus favorable entre les avances cumulées et le calcul du variable cumulé.