

Fonction

BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHÉ IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHÉ IV.C \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.A \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.B \(H/F\)](#)
- [CHARGE D ETUDES MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [CUSTOMER DATA ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING INNOVATION IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

La/le business développeur développe de nouveaux business models et explore de nouveaux marchés.

Elle/il a pour mission d'orienter et de détecter les opportunités de croissance pour l'entreprise, de mettre en œuvre de nouveaux projets, et de gagner de nouveaux clients et partenaires.

Elle/il participe à la stratégie de l'entreprise en présentant à la direction des propositions de développement identifiées.

Son activité entrepreneuriale est un levier de croissance pour l'entreprise.

Missions

PARTICIPER A LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU GROUPE

Mettre en place une stratégie de développement et concevoir de nouveaux business models

- Elle/il analyse le marché sous un angle stratégique à la recherche de nouveaux business qu'elle/il pourra transformer en opportunités et construire des business plans (Business Design, Plans de développement, plans d'affaires, etc.).
- En lien avec les équipes commerciales et marketing, elle/il assure la conception, la négociation et le suivi de nouveaux projets visant à développer de nouvelles activités pour le Groupe.
- Pour cela, elle/il favorise l'expérimentation et utilise des méthodes et outils de créativité pour faire preuve d'innovation et de différenciation dans ses propositions, et ainsi démarquer le Groupe La Poste de la concurrence

Conquérir de nouveaux territoires et développer le chiffre d'affaires

- Elle/il identifie les risques du marché et détecte les opportunités de croissance et les signaux faibles du secteur (attentes non satisfaites, marchés inexploités, etc.).
- Elle/il conçoit et pilote la réalisation de projets de bout en bout (cadrage, test, livrable) afin de développer les ventes et le chiffre d'affaires de manière directe (nouveaux clients et nouvelles offres) ou de manière indirecte (marketing, communication).
- Elle/il porte l'innovation de l'offre en termes de développement et travaille étroitement avec les écosystèmes de startups (Business Angels, incubateurs, etc). Elle/il recherche en permanence de nouveaux partenariats / investisseurs auxquels s'adosser pour développer ses activités.

Connaître et anticiper les tendances de marché

- Elle/il est à l'écoute du marché (national et international), se tient informé(e) des tendances et réalise des études de marché afin d'anticiper les évolutions (changement de législation, arrivée d'un concurrent, ouverture d'un marché, etc.).
- Elle/il supervise une veille technologique, technique et concurrentielle afin d'identifier des opportunités, enrichir les méthodes et les outils de développement et stimuler l'innovation (notamment l'innovation radicale).

GUIDER / ENCOURAGER LE CHANGEMENT

- Elle/il sait faire la promotion de ses projets via des techniques de story-telling pour favoriser l'appropriation de ses projets.

Maîtriser la gestion de projet

- Elle/il maîtrise les méthodologies inhérentes à la gestion de projet et sait prendre des risques. Elle/il maîtrise également les outils de communication et de ventes (promotion, storytelling, analyse de prospects, négociation, etc.).
- Elle/il sait fédérer des équipes pluridisciplinaires et motiver l'adhésion de chacun autour d'un projet.

Compétences

Communication et marketing

Mise en marché d'offres

Etre capable de lancer, animer et sécuriser des offres qui répondent aux besoins client, garantir leur faisabilité de mise en oeuvre, animer le pilotage et la diffusion des offres auprès des parties prenantes et s'assurer de la bonne adaptation des approches en fonction des canaux et des cibles.

Stratégie marketing

Savoir élaborer une stratégie marketing à moyen et long terme en évaluant les opportunités d'un marché, en définissant le positionnement des offres et en déterminant les axes de développement en fonction des canaux et des cibles.

COMPORTEMENTALES

Culture du changement et de l'innovation

Encourager et accompagner le changement et les initiatives d'amélioration dans un environnement complexe et incertain. Expérimenter, tester, évaluer en s'appuyant sur de nouvelles méthodes, y compris numériques. Comprendre et susciter l'innovation en remettant en question les usages et en osant être pionnier. Etre dans une dynamique d'identification et d'apport de nouveautés dans son activité en osant sortir du cadre pour penser le problème en dehors de ses limites et de ses moyens lorsque la situation le demande.

Orientation stratégique

Comprendre les enjeux de son environnement et les impacts opérationnels au long terme de la stratégie de l'entreprise dans son quotidien. Savoir l'expliquer, lui donner du sens et l'intégrer dans son activité pour accroître la performance globale de l'entreprise. Etre capable de définir des priorités à court et moyen terme, de les mettre en perspective et de les hiérarchiser en intégrant les éléments stratégiques de l'entreprise.

Comportementales Socles

Coopération et ouverture

Construire et faire vivre des réseaux informels ou structurés d'individus ou de groupes en s'appuyant sur les outils collaboratifs comme les réseaux sociaux internes. Participer individuellement à l'atteinte d'un résultat collectif en favorisant l'entraide et le partage de connaissances. Savoir fédérer les parties prenantes d'un projet autour d'un objectif commun et établir des partenariats. Faire preuve d'écoute active vis-à-vis de ses interlocuteurs et prendre en compte leurs problématiques et les objections émises dans ses actions et prises de décision. Etre ouvert(e) d'esprit et curieux(se) au sein de son environnement.

Orientation résultats

Engager des actions et mobiliser en toute autonomie des ressources (financières, matérielles, techniques, numériques et humaines) pour atteindre des performances durables dans le respect des principes éthiques, de qualité de vie et de RSE. Savoir être proactif et fixer, pour soi et/ou pour d'autres, des objectifs ambitieux et exploiter des opportunités pour aller au-delà des attendus.

Orientation client

Enrichir l'expérience client en adoptant une posture de service et de conseil et développer une relation de confiance durable. Anticiper, analyser, comprendre les besoins et attentes de ses clients pour apporter des réponses personnalisées. S'appliquer à améliorer la satisfaction client et mesurer son niveau de satisfaction.

MANAGEMENT

Promouvoir l'innovation

Favoriser la veille des collaboratrices, collaborateurs et identifier les pratiques exemplaires Encourager les prises d'initiative des collaboratrices, collaborateurs suite à leurs observations et prise de recul, tout en acceptant le droit à l'essai. Favoriser la mise en place d'un temps et d'un espace dédiés pour : -

Développer la créativité individuelle et collective, - Proposer des idées innovantes dans un objectif d'amélioration continue Considérer l'innovation sous l'angle de l'impact non seulement financier mais aussi social, sociétal et environnemental Exemples d'illustrations non exhaustives : mettre en place un tableau blanc ou une boîte à idées, organiser des réunions dédiées, organiser des challenges, un teambuiding solidaire, un partage de ressources dans teams, des participations à des salons, etc.

Reconnaître

Valoriser la performance, l'autonomie et l'engagement en faisant des feedbacks constructifs fréquents sur les réussites et les éléments de progrès du collaborateur. Faire le point sur les feedbacks réalisés lors des entretiens d'appréciation et entretiens intermédiaires et partager les actions de développement. Formuler ces retours sur la base de faits réels afin de soutenir et d'encourager la progression des collaboratrices et collaborateurs. Valoriser l'engagement des collaboratrices et collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux dans le cadre professionnel.

Accompagner le développement professionnel

Identifier avec chaque membre de l'équipe, ses forces, ses axes de progrès et ses leviers de motivation, au regard à la fois du projet de la personne et des enjeux stratégiques de l'entreprise (performance économique, RSE, numérique....) Etre à l'écoute des collaboratrices, collaborateurs en réalisant des points réguliers pour recueillir les besoins et attentes, en veillant à leur bien-être au travail. Enrichir l'expérience collaborateur en co-construisant avec chacun un parcours de développement personnalisé à court et moyen terme pour favoriser l'acquisition de nouvelles compétences, renforcer son expertise et développer ainsi l'employabilité. Proposer à ses collaboratrices, collaborateurs une évolution professionnelle la plus adaptée à ses motivations, souhaits et expertises. Mettre en place les conditions favorables à l'engagement de ses collaboratrices, collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux proposés par l'entreprise (ex : Déclic)

Responsabiliser

Définir de façon claire et personnalisée les missions et les objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (SMART) de chaque collaborateur. Rendre autonomes et responsables ses collaborateurs : - en les accompagnant dans la priorisation de leurs tâches, - en encourageant les prises de décision et initiatives, - en valorisant le droit à l'essai, - en déléguant dans un cadre clair et partagé. Partager le pilotage de l'activité et le suivi des réalisations de chacun et de l'équipe pour rendre les collaborateurs responsables. Mettre en oeuvre tous les moyens pour atteindre voire dépasser les objectifs individuels et collectifs.

Donner du sens

S'approprier et partager la stratégie, les enjeux de performance globale et l'ambition du Groupe en sa qualité d'entreprise à mission, rentable et responsable. Décliner la stratégie du Groupe au niveau des missions et projets de l'équipe en intégrant notamment les enjeux sociaux, sociétaux, et environnementaux et de gouvernance. Définir le périmètre d'actions des collaboratrices et collaborateurs dans le Groupe et présenter l'impact de leurs activités sur les résultats collectifs, de l'entité et du Groupe. Utiliser les leviers de motivation (exemples : développement des compétences, appartenance, autonomie, reconnaissance, motivation financière, etc.) de chacun pour engager les équipes dans l'atteinte des objectifs.

Etre centré client

Mettre la satisfaction des clients internes ou externes au coeur des activités de l'équipe. Comprendre et anticiper les besoins des clients internes ou externes pour apporter des réponses personnalisées intégrant les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux. Accompagner les collaboratrices et collaborateurs dans l'écoute et la compréhension des demandes clients (ex. : savoir questionner, pratiquer l'écoute active). Favoriser l'identification des axes d'amélioration de la relation de service à mettre en place. Mesurer et évaluer les impacts des actions sur les clients afin de prendre les décisions les mieux adaptées.

Coopérer

Favoriser la collaboration et l'entraide au sein de l'équipe et entre équipes en travaillant avec l'ensemble des partenaires présents dans son écosystème. Exemples : présentation des contraintes de chaque service sur un projet commun - organiser des vis-ma-vie entre services, etc Donner et poursuivre des objectifs communs et présenter les liens entre services pour fédérer les collaborateurs et les sensibiliser sur l'importance de travailler ensemble. Guider les pratiques de son équipe pour offrir un espace de travail dans lequel le collectif est favorisé et valorisé. Exemples d'illustration (non exhaustifs) : entraide entre pairs, ateliers d'amélioration continue, résolution collective de problèmes, affichage de l'avancement des tâches ou projets, etc.

Système d'excellence

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine

compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Management du système d'excellence

Mettre en ?uvre un management global et intégrateur de l'amélioration continue. Favoriser l'apprentissage et l'appropriation des procédures et standards au poste. Faire partager une vision de l'amélioration continue qui ait du sens pour chacun et développer ses équipiers par l'apprentissage de la résolution de problèmes. Créer les conditions pour aider celui qui réalise le service auprès des clients, pour bien faire du premier coup et apprendre de ses erreurs. Manager la transformation, définir et accompagner la mise en ?uvre du contrat d'objectifs. Garantir la maîtrise du nominal en recherchant le juste équilibre des attentions entre le Client, le Postier et l'Entreprise.

Prérequis

- Etre capable de naviguer dans un environnement incertain
- Profil d'entrepreneur
- Etre à l'aise avec la prise de risques

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □
Services-Courrier-Colis
- □
Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9