

Fonction

CHARGE DE CLIENTELE TELEMARKETING BANCAIRE II.3 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.1 II.1 \(H/F\)](#) 
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.2 II.2 \(H/F\)](#) 
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.3 II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ESPACE DE VENTE MULTI ACTIVITES 3.1 III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE APPUI BANCAIRE 3.1 III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE REMPLACANT II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE REMPLACANT II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE REMPLACANT III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ADE II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ADE II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ADE III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SERVICE RELATION CLIENT IMMOBILIER II.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CLIENTS PROFESSIONNELS DE PROXIMITE III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CLIENTS PROFESSIONNELS DEVELOPPEUR D' AFFAIRES III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CLIENTS PROFESSIONNELS EXPERT DU MARCHE PRO III.3 \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans la ligne du plan stratégique de La Banque Postale, « L'intérêt du client d'abord, prouvons la différence », et du plan marketing de La Banque Postale, le chargé de clientèle télémarketing bancaire contribue à la fidélisation des clients et à la pérennité de la relation quelque soit le canal de traitement (téléphone, mail, courrier....)

Le Chargé de clientèle télémarketing bancaire réalise au quotidien des appels entrants et des appels sortants

Missions

Le Chargé de clientèle télémarketing bancaire réalise au quotidien des appels entrants et des appels sortants.

Sur appels entrants :

sure l'accueil téléphonique / renseignements :

- Accueille le prospect au téléphone, selon la méthode à laquelle il a été formé et qualifie la demande de celui-ci ,
- Prend en charge les appels des clients et prospects résultants des actions de communication (grands média, dépliants...) ,
- Identifie la demande du client et le renseigne ou l'oriente vers le bon interlocuteur ,
- Pour les demandes de souscriptions à distance : information produits et services et envoi de documentations et formulaires de souscription aux clients ,
- Prend en charge les demandes d'information et de souscription des clients ou prospects déposées sur Internet.

Prend des rendez-vous pour les conseillers des lignes conseil bancaire :

- Prend des rendez-vous pour la force de vente ,
- Saisit toutes les informations qui lui sont communiquées à l'occasion du contact ,
- Enrichit et fiabilise les bases de données clients.

Web call back – Formulaire :

- Envoie des demandes de souscription aux clients : couplage Internet / téléphone (« Web call back ») ,
- Centralise et traite les formulaires PDF de souscription avant transmission au Centre financier.

Assure l'assistance Banque en ligne :

- Prend en charge les appels et les courriers électroniques de premier niveau liés à l'assistance banque en ligne et fait un transfert d'appel ,
- Accompagne vers la plate-forme de deuxième niveau.

Propose des compléments d'informations commerciales aux clients :

- Quel que soit le canal, propose des compléments d'informations et/ou réalise des propositions commerciales, après avoir identifié le besoin du client , transfère l'appel ou propose un rendez-vous avec un conseiller.

Accompagne le client dans la constitution du dossier en ligne :

- Dans le cadre de campagne commerciale ou de lancement de nouveaux produits, informe le client, fait une proposition de rendez-vous systématique, et peut-être amené à aider le client à constituer le dossier en ligne.

Selon l'organisation, assure l'administration commerciale :

- Prépare et envoie les contrats pré-remplis et les brochures et documentations commerciales suite à une proposition commerciale

Dans les limites de ses délégations de responsabilité, selon l'organisation, peut être amené à effectuer le traitement des demandes clients et notamment :

- Les relèvements de plafonds de cartes bancaires ,
- L'autorisation de dépassement d'achats cartes ,
- Les déclarations de perte ou de vol de chéquier et de carte ,

Etc.

Sur appels sortants :

Réalise des opérations de télémarketing :

- Contacte les clients dans le cadre des actions nationales de télémarketing, en vue de la prise de rendez-vous,
- Apporte des rendez-vous et réalise des transferts qualifiés aux différents acteurs commerciaux bancaires,
- Réalise des enquêtes de mesure de satisfaction auprès d'une cible clientèle ,
- Saisit toutes les informations qui lui sont communiquées à l'occasion du contact, et met à jour en direct le dossier client,
- S'assure de la qualification de ses contacts clients et réalise des campagnes d'identification de clientèle ,
- Contribue à la qualification des fichiers lors des opérations de phoning.

Réalise des opérations de télévente dans le cadre du plan de sollicitation et en assure l'administration commerciale :

- Développe l'argumentaire de vente prévu pour chaque action de télévente auprès des clients ,
- Conclut l'équipement à distance ,
- Effectue une relance téléphonique, si besoin, dans la semaine qui suit la fin de la campagne auprès des clients qui n'ont pas retourné leur(s) contrat(s).
- Prépare et envoie les contrats pré-remplis et les brochures et documentations commerciales suite à l'accord du client ,
- Assure le suivi dans l'outil adapté avec les acteurs concernés (chargés du ciblage base de données, etc...) / regarde dans un second temps la saisie des contrats.

Traite les renseignements clients dépôts et épargne en appels sortants :

- Suite à une demande du client après appel, traite les demandes de renseignements des clients sur les produits et services de La Banque Postale ,
- Fournit des informations aux clients sur les procédures à suivre pour toute modification qui nécessite une preuve écrite et met en avant le 3639 ,
- Réalise le transfert de certains appels vers les services concernés ou vers d'autres partenaires (IARD, Santé...).

Réalise des activités de web call back :

- Envoie les demandes de souscription aux clients : couplage internet / téléphone (web call back) ,
- Centralise et traite les formulaires PDF de souscription avant transmission au Centre financier.

Participe à l'entraide :

- Peut être amené à fournir à ses collègues des réponses techniques ou des informations qu'il détient et dont ils ont besoin pour travailler ,
- Participe à l'entraide avec ses collègues ,
- Peut être amené à renforcer un autre service sur des activités relevant de sa compétence.

Participe au renouvellement des connaissances sur son domaine d'activités :

- Développe son niveau d'expertise dans son domaine ,
- Effectue une veille dans son domaine d'activité : évolutions des produits, de la réglementation, évolutions des outils...

Compétences

Banque de détail

Epargne

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits d'épargne. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Argent au quotidien

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ouverture de compte et les moyens de paiement. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Réclamations (SAV)

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de l'offre et des modalités de traitement des dossiers de Réclamations (SAV). Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

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.

Comportementales Socles

Culture RSE

Acquérir et/ou développer des connaissances sur la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et connaître les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

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.

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 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.

Digital et Data

Qualité des données

Mettre à jour les données client et les fiabiliser. Détenir une connaissance de la gestion des données.

Outils, bureautique, applicatifs et logiciels

Maîtriser les applicatifs et logiciels de son domaine d'activités, y compris les processus dématérialisés et les modes de fonctionnement afférents (workflows de validation, outils collaboratifs, etc.). Respecter ou garantir les règles de confidentialité selon son niveau de responsabilité.

Efficacité professionnelle

Environnement et processus internes

Acquérir des connaissances de son environnement interne et externe, des process inter / intra branches de bout en bout, d'un secteur d'activité et d'un domaine fonctionnel pour apporter des préconisations. Adopter les nouveaux usages, y compris numériques, dès lors qu'ils sont préconisés. Respecter les règles et méthodologies liées aux processus internes dans le cadre de son activité. Comprendre son rôle dans la chaîne de valeur et avoir une vision de bout en bout du processus.

Relation Client

Entrée en relation

Accueillir et prendre en charge les clients dès la phase d'attente dans l'espace de vente ou à distance. Porter une attention au client, l'accueillir de manière personnalisée, l'écouter et prendre en charge son besoin.

Traitement personnalisé des demandes

Construire une relation de service attentionnée et personnalisée avec son client dans la durée, quel que soit le canal. Aller chercher l'information au bon endroit et donner les explications et les solutions au client. Faire face aux situations exceptionnelles ou imprévues. Gérer la diversité des demandes et leur complexité.

Recherche de solution

Mettre en oeuvre tous les moyens à sa disposition pour apporter une solution au client. Accompagner le client de manière individualisée. Assurer une traçabilité et un suivi des demandes.

Services en ligne et offre digitale

Connaître la gamme de produits et services en ligne. Maîtriser les applicatifs et outils utilisés dans la relation à distance avec la clientèle. Pour les fonctions commerciales, être en mesure de commercialiser la gamme de produits et services digitaux.

Orientation adaptée

Prendre en charge directement le client interne ou externe et traiter ses sollicitations sur différents canaux ou l'orienter vers le bon interlocuteur afin de mieux satisfaire ses besoins.

Risques et Conformité

Fraude et lutte contre blanchiment et financement du terrorisme

Détecter les fraudes et remonter les alertes. Appliquer le dispositif LCB FT sur son domaine d'activité et connaître l'organisation et les moyens mis en place au sein du Groupe.

Vente

Détection du potentiel commercial

Mener une découverte approfondie du client par un questionnement approprié et une écoute active. Identifier son potentiel commercial à partir des informations recueillies afin de développer son portefeuille client, dans une perspective de conquête et de fidélisation. Ajuster le temps passé au potentiel commercial du client.

Ventes à distance

Adapter les techniques de vente et les postures à une relation commerciale à distance et faire des propositions commerciales adaptées aux besoins et aux projets du client. Prendre des décisions au cas par cas et savoir refuser en expliquant pourquoi. Savoir identifier l'expert adapté au besoin du client et l'intégrer dans le processus de conseil ou de vente.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9