# Fonction
# CHARGE D'ETUDES COMMERCIALES IV.A (H/F)

## Évolutions possibles

### Au sein du métier

- DIRECTEUR MARKETING IV.C (H/F)
- RESPONSABLE MARKETING IV.B (H/F)
- RESPONSABLE TERRITORIAL ETUDES CLIENTS ET GEOMARKETING IV.A (H/F)
- RESPONSABLE MARKETING IV.B (H/F)
- CHARGE D'ETUDES COMMERCIALES IV.A (H/F)
- CHEF DE MARCHE IV.A (H/F)
- RESPONSABLE DES ETUDES MARKETING IV.A (H/F)
- RESPONSABLE MARKETING IV.A (H/F)
- RESPONSABLE MARKETING IV.B (H/F)
- DIRECTEUR MARKETING IV.B (H/F)
- MARKETING - GROUPE B IV.B (H/F)
- POSTE MK-CO SIEGE - GROUPE B IV.4 (H/F)

## Compétences

### Communication et marketing

Communication interne
: Accompagner les transformations du Groupe en élaborant des outils et éléments de langage afin de mobiliser et susciter l'adhésion de l'ensemble des collaborateurs.

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.

Analyse et discernement
: Pouvoir apprécier, décomposer avec justesse et clairvoyance, une situation observée ou des faits vérifiés et distinguer les éléments marquants à partir du réel pour faciliter la prise de décision. Savoir faire preuve de remise en question, de sens critique, de mise en perspective et de jugement.

### Comportementales Socles

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.

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.

Culture RSE

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

## Digital et Data

Culture digitale

Connaître l'environnement et les enjeux du digital pour un usage personnel ou professionnel, par une veille régulière. Être conscient(e) de l'impact du numérique sur les méthodes de travail et les relations avec la clientèle. Faire preuve de curiosité et d'adaptabilité face aux évolutions digitales (nouveaux outils et usages).

Réalisation de contenus digitaux

Etre capable de concevoir des documents numériques (textes, présentations, création schémas, tableurs etc.), produire des supports audiovisuels et développer des contenus de communication digitale.

Réseaux sociaux et e-réputation

Savoir appliquer les règles de communication propres aux échanges sur les réseaux sociaux et autres communautés digitales, relayer l'information à bon escient, et évaluer les conséquences possibles des informations partagées et mises en ligne et de ses prises de parole sur internet. Être acteur(rice) d'un réseau social en construisant, animant et interagissant au sein de l'écosystème digital.

Culture Data & IA

Connaitre la politique data du Groupe et l'écosystème d'un projet data. Comprendre les concepts clés, les enjeux (gagner en efficacité et accélérer la prise de décision, améliorer les performances de l'entreprise, créer de nouvelles opportunités business, mieux connaitre les clients, mieux les cibler et améliorer l'expérience client) ainsi que les risques liés à la data et à l'intelligence artificielle. Savoir identifier les usages possibles dans l'entreprise. Faire preuve de curiosité et se tenir informé de l'actualité de la data et de l'intelligence artificielle.

## Efficacité professionnelle

Analyse et traitement de l'information

Recueillir / synthétiser de l'information, savoir mettre en place, cadrer et piloter / réaliser des études qualitatives et/ou quantitatives en tirant des enseignements des résultats obtenus.

Réaliser une veille sur les réglementations et/ou innovations

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions réglementaires, technologiques et des innovations en vigueur dans son domaine d'intervention en lien avec les enjeux de l'entreprise et attentes des clients / partenaires et à les intégrer dans son activité. Analyser les impacts et communiquer auprès des acteurs concernés.

## Pilotage et gestion de l'activité

Relation partenaires / fournisseurs

Sélectionner un partenaire/fournisseur en respectant la politique définie (sourcing, orientation make or buy, . . .). Piloter la relation (modes de fonctionnement, communication, gouvernance de pilotage. . .), anticiper les litiges, gérer les crises et alerter en cas de nécessité. Assurer le suivi contractuel de la relation avec les fournisseurs (contrats de projet, contrat de service, contrats fournisseurs internes, fournisseurs externes,. . .) et réaliser et analyser un bilan QCD (Qualité, Coûts, Délais).

## Projet

Méthodes et outils de créativité

Maîtriser et appliquer des méthodes agiles et d'innovation (ex: Design Thinking, Test&Learn, SCRUM. . .) dans son activité et faire preuve de créativité.

## Famille

## Filière

## Métier

## Répartition des effectifs

- Banque postale
- Bgpn reseau

## Effectif de la fonction

De 1 à 9