

Fonction

CHARGE DE CLIENTELE ET D'APPUI III.1 (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 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CLIENTS PROFESSIONNELS 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 \(H/F\)](#)
- [RELATIONS CLIENTELES SFRGP II-3 II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE CREDIT IMMOBILIER II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE CREDIT IMMOBILIER II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE CREDIT IMMOBILIER III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE TELEMARKETING BANCAIRE II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE TELEMARKETING BANCAIRE II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE TELEMARKETING BANCAIRE II.3 \(H/F\)](#)
- [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 \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie de La Banque Postale et des objectifs qui lui sont fixés, le chargé de clientèle et d'appui est un acteur essentiel des services clients qui contribue à la satisfaction et la fidélisation des clients en apportant une réponse de qualité à leurs demandes, quel que soit le canal utilisé (téléphone, courrier, mail...).

Il contribue également au développement du PNB de La Banque Postale en identifiant les besoins du client, en réalisant la vente de produits et services bancaires. Il oriente et accompagne le client vers les services dédiés à son besoin.

Il exerce ses activités dans le respect des règles déontologiques et de la charte du contrôle interne de La Banque Postale, ainsi que de la réglementation bancaire et financière.

Missions

Accueille, conseille et répond aux besoins des clients

- Assure l'accueil et le traitement des besoins des clients sur tous les canaux
- Questionne et analyse le besoin du client pour prendre en compte sa situation globale à travers une découverte client complète et qualitative
- Apporte une réponse adaptée au besoin du client
- Est proactif dans la recherche d'accroches commerciales et transmet, le cas échéant, la demande au service adapté
- Renseigne et met à jour le système d'information de la Banque Postale

Transmet son savoir-faire en matière de relation client

- Participe et/ou assure les tutorats qui lui sont confiés par le chef d'équipe
- Vient en appui de ses collègues pour traiter les appels difficiles
- Est en soutien, en cas de besoin ou à la demande du chef d'équipe, pour répondre aux demandes des clients

- En cas de demandes complexes, il analyse la demande, réalise les recherches nécessaires pour répondre au besoin du client, en synergie avec les autres services, et rappelle le client ultérieurement si nécessaire
- Alimente le suivi des demandes complexes
- Identifie et remonte les éventuels besoins de montée de compétence des chargés de clientèle auprès du chef d'équipe

Accompagne la maîtrise des nouveaux outils et usages

- Appuie les chargés de clientèle dans la connaissance de l'environnement, des outils et nouveaux usages des clients liés au digital
- Aide les chargés de clientèle à la compréhension des besoins des clients liés à ces nouveaux usages

Compétences

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.

Adaptabilité

S'adapter aux évolutions et aux aléas des situations et de son environnement de travail dans les délais adéquats en faisant preuve de souplesse. Savoir gérer ses priorités en intégrant les événements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

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.

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 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

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).

Processus dématérialisés

Connaître les processus numériques et comprendre les enjeux en lien avec la dématérialisation (impacts juridiques, archivage à valeur probante, signature électronique, etc.).

Efficacité professionnelle

Précision et rigueur

Être précis(e) dans l'exécution de ses tâches pour ne pas faire d'erreur. Contrôler son propre travail pour réduire le risque d'erreur et fiabiliser les résultats.

Synthèse

Savoir trier, analyser et isoler les informations essentielles des informations accessoires. Consolider des informations pour réaliser une synthèse.

Transfert de compétences

Maîtriser l'ensemble des techniques et outils et les leviers d'action permettant de faire preuve de pédagogie. Savoir transmettre des connaissances.

Polyvalence multi métiers

Connaître et promouvoir les offres du groupe La Poste et de ses partenaires. Changer d'activité et adapter les modalités de service selon les besoins du client. Favoriser les apports d'affaires croisés.

Projet

Gestion événementielle

Organiser différents types d'événements dans le cadre de son activité et connaître / maîtriser les techniques pour animer de façon transversale des réunions.

Relation Client

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.

Amélioration de la satisfaction du client

S'assurer en permanence de la satisfaction du client en prenant en compte son avis à chaque étape de la relation. Faire preuve d'agilité en adaptant en temps réel sa posture aux attentes et besoins du client. Faire preuve de proactivité et d'initiative pour renforcer le lien avec le client.

Risques et Conformité

Éthique et déontologie

Connaître et appliquer les règles de déontologie, de confidentialité et d'éthique (orientée client).

Vente

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.

Environnement de travail

Centre Financier

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Banque postale

- □

Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 10 à 49