Fonction
CHARGE DE CLIENTELE III.2 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- CHARGE DE CLIENTELE III.2 (H/F)

Raisons d'être

Le chargé de clientèle assure la prise en charge des relations commerciales des clients de son portefeuille.

Il assure le pilotage, la mise en œuvre et le suivi des solutions adaptées aux besoins des clients.

Il contribue au suivi de l'activité opérationnelle en veillant à l'application des procédures, à la maîtrise des coûts et au respect du besoin du client.

Missions

- Assure le front office au quotidien des demandes des clients de son portefeuille : « guichet unique ».
- Rassemble toutes les informations permettant d'appréhender la nature et l'évolution des besoins du client.
- Est force de proposition pour des plans d'amélioration (performance, prix, qualité) des services rendus aux clients ou de l'offre de service de son entité.
- Assure la communication sur les offres de service auprès des clients
- Participe à l'élaboration d'une proposition commerciale chiffrée avec les pôles d'expertise et à la réalisation de devis
- Prend en charge la planification, la gestion et le suivi des actions et des événements spécifiques demandés par les clients
- S'assure que le contrat se passe dans les conditions prévues (délai, QS…) et tient régulièrement informé le client.
- Accompagne les clients dans l'appropriation des procédures de commande relatives aux offres de service
- Assure la supervision du SAV sur les dossiers spécifiques et stratégiques
- Traite les réclamations en faisant appel en cas de besoin aux expertises nécessaires et déclenche des actions correctives
- Assure le reporting sur les opérations et sur la qualité de service auprès des clients
- Garantit la bonne prise en compte dans le SI des flux logistiques
- Analyse les stocks dédiés aux opérations particulières

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.

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 accroitre 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.

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 évènements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

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)

Risques et Conformité

Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité

Appliquer, transmettre ou faire respecter les consignes spécifiques et générales à son poste de travail. Signaler à sa hiérarchie les situations de travail dangereuses et les problèmes de sécurité. Utiliser les moyens de locomotion dans le respect des normes d'utilisation.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Groupe - siege
- Services-Courrier-Colis

- Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 1 à 9