Fonction
CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.1 II.1 (H/F) Viviers

Évolutions possibles

Au sein du métier

- CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.1 II.1 (H/F) V
- CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.2 II.2 (H/F) V
- 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)
- 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 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)
- CONSEILLER CLIENTS PROFESSIONNELS EXPERT DU MARCHE PRO III.3 (H/F)

A compétences proches

- CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.2 II.2 (H/F) V
- CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.3 II.3 (H/F)
- CONSEILLER RELATION CLIENTELE II.3 (H/F)
- CONSEILLER RELATION CLIENTELE II.2 (H/F)
- CONSEILLER RELATION CLIENTELE II.1 (H/F)

Raisons d'être

Dans son plan stratégique le Groupe La Poste a exprimé l’ambition d’être, à l’horizon 2030, la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale. Il fait du client grand public une priorité et place la qualité de service rendue aux clients au cœur de sa transformation. C’est pour relever ce défi que la branche Grand Public et Numérique a été créée avec l’ambition de devenir le plus grand distributeur omnicanal, capable de démontrer son excellence commerciale fondée sur des offres attractives et des parcours clients adaptés et revisités.

A la BGPN, dans le cadre de cette relation omnicanale multi activités, le chargé de clientèle en secteur est le premier interlocuteur de tous les clients. Il est amené à accueillir tous les clients du secteur, conseiller et vendre tous les produits et service de son périmètre de commercialisation et à accompagner les clients vers les usages numériques. C’est un acteur majeur dans la mise en œuvre de 2 des défis stratégiques que sont l’expérience client remarquable et la performance commerciale

Missions

MISSION SOCLE 1 : Maîtriser la relation client omnicanale

Assurer de manière pro-active l’accueil, l’identification et la prise en charge différenciée de tous les clients particuliers et professionnels du secteur, en face à face et à distance, quel que soit le canal de contact et selon les besoins identifiés des clients

Assurer une gestion optimisée des flux clients et développer les réponses immédiates aux clients et la solution au 1er contact

Découvrir les besoins clients, conseiller et vendre en face à face ou à distance dans son périmètre d'activités dans le respect de la maîtrise des risques, de la conformité et de la méthode de vente

Effectuer des apports multi-métiers en utilisant les outils appropriés et orienter les clients vers le bon interlocuteur dédié (y compris vente à 3)

Prendre en charge le SAV et le traitement des réclamations de 1er niveau pour tous les clients (Grand public, clientèle fragile, clientèle à enjeux, professionnels)

S'assurer de la conformité et de l'exhaustivité des données clients et enrichir la connaissance client en utilisant les systèmes d'information appropriés et en initiant le client au compte client

MISSION SOCLE 2 : Maîtriser les usages numériques

Promouvoir les offres numériques du groupe La Poste et les parcours omnicanaux

Accompagner les clients dans l'utilisation des selfcare et développer leur autonomie :

- être en appui des clients dans l'utilisation des automates et des applications digitales (l'application LBP, site BEL de la Banque Postale, Compte Client Unique, La Poste.fr...)

- Accompagner le client dans la mise en main des offres (installation des applis mobiles LBP, enrôlement à Certicode, initialisation de compte MFB, création et activation de l'Identité Numérique, Ardoiz,..)

MISSION SOCLE 3 : Conseiller et commercialiser l'offre bancaire standard en face à face ou à distance en respectant les procédures et la conformité bancaire et en assurant l'exhaustivité de la connaissance client

Réaliser les opérations transactionnelles et la gestion des comptes au quotidien (carte, chèque, découvert, prélèvement, relevé, procuration, mobilité, chèque et opposition,...)

Commercialiser les produits bancaires de son périmètre (Exemple Épargne ordinaire, Versement programmé, MFB ...)

Effectuer ces opérations en respectant l'ensemble des procédures, contrôle et consignes de son périmètre d'activités

MISSION SOCLE 4 : Conseiller et commercialiser l'offre postale et LPM standard en face à face ou à distance en respectant les procédures et la conformité

Détecter et analyser les besoins des clients afin de proposer les produits et services adaptés aux clients particuliers et professionnels et les orienter vers le bon interlocuteur si besoin

Découvrir les besoins, conseiller et commercialiser :

les solutions d'affranchissement de l'ensemble de la gamme courrier/colis du groupe

les offres de diversification et relais de croissance et réaliser des apports croisés

toute la gamme de produits et services LPM

Proposer ces offres dans le cadre d'une démarche pro-active auprès des clients et en s'appuyant sur les éléments de connaissance clients et en pratiquant le rebond en complément de la solution proposée

Effectuer le dépôt et les remises d'instances

MISSION SOCLE 5 : Prendre en charge des activités standard de back office

Effectuer la maintenance de 1er niveau et le chargement des automates et s'assurer qu'ils sont opérationnels

Assurer la maintenance logistique de l'espace commercial : effectuer le réassort, assurer la netteté des espaces et le bon fonctionnement des meubles dépôts

Prendre en charge les procédures liées à l’ouverture et à la fermeture du bureau

MISSION SOCLE 6 COMPLEMENTAIRE (dans les bureaux de poste concernés) : Maîtriser les activités standard FRANCE SERVICE

Faciliter et prendre en charge l’accompagnement des clients dans leurs démarches administratives relevant d’un opérateur partenaire

Apporter une réponse de premier niveau aux clients sur les questions relatives aux services publics partenaires (information générale 1er niveau, aide à la compréhension des docs, services en ligne)

MISSION SOCLE 7 COMPLEMENTAIRE (dans les bureaux de poste concernés) : Assurer le traitement et la distribution de l’intégralité des objets qui lui sont confiés

Assurer la distribution et la réalisation des services courrier.

Proposer à la vente des offres et produits simples.

Effectuer la remise des objets signés à la bonne adresse, à la bonne personne et contrôle les procurations.

Consigner la réalisation des objets et services dans Factéo conformément aux standards de travail

Compétences

Banque de détail

Services Courrier Colis
: Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits Services Courriers Colis. 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.

Produits non bancaires
: Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits ou services non bancaires (ex : La Poste Mobile, télésurveillance, etc.). Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

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.

Assurance individuelle de biens et de personnes
: Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits ou services d'assurance individuelle de biens et de personnes, leurs caractéristiques et leur processus de gestion. 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 connaitre 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.

Efficacité professionnelle

Processus métier

Savoir traiter les opérations en s'assurant de leur bonne exécution, selon les procédures et modes opératoires en vigueur, ainsi que l'ensemble des processus en lien avec son périmètre d'activité.

Expression orale et écrite

Savoir s'exprimer aussi bien à l'écrit qu'à l'oral de manière claire et compréhensible, avec un vocabulaire adapté à l'interlocuteur et au contexte professionnel, et selon le canal de communication.

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.

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.

Développement de l'autonomie du client

Favoriser l'autonomie des clients sur les opérations et les services simples. Favoriser l'utilisation des automates et des services en ligne.

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.

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.

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.

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.

Cadre législatif et règlementaire

Savoir traiter les connaissances relatives aux règlementations, processus internes et législations en vigueur sur son domaine d'intervention.

Vente

Ventes en face à face

Appliquer les méthodes de vente. Synthétiser les informations client et faire des propositions commerciales adaptées aux besoins et aux projets du client. Faire preuve de proactivité commerciale en proposant notamment des offres connexes adaptées au 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.

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.

Méthodes et techniques de vente

Maîtriser les méthodes et techniques de vente, de négociation, de communication sur les différents canaux de la relation client / prospect (dans une vision omnicanale) de la prospection à la conclusion de la 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

BGPN

SECTEUR

Relations internes/externes

DR/ DREX

Clients

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Bgpn reseau
- Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 500 à 999