

## Fonction

### CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.3 II.3 (H/F)

## Évolutions possibles

### Au sein du métier

- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.1 II.1 \(H/F\)](#) **M**
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.2 II.2 \(H/F\)](#) **M**
- [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 \(H/F\)](#)

### A compétences proches

- [CHARGE DE CLIENTELE APPUI BANCAIRE 3.1 III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ESPACE DE VENTE MULTI ACTIVITES 3.1 III.1 \(H/F\)](#)

### Vers une nouvelle orientation

- [CONSEILLER FINANCIER III.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 BGNP, 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. Dans ses domaines d'expertises, en relais des managers :

- Il appuie et soutient les chargés de clientèle au regard de l'expérience et de l'autonomie acquises
- Il assure le transfert de ses compétences auprès des autres chargés de clientèle

## Missions

**MISSION : Maîtriser l'ensemble des activités socle du chargé de clientèle 2.1 (cf définitions de fonction de niveau 2.1) et les 2 blocs d'activités du niveau 2.2 :**

## **2.1**

Relation client omnicanale

Activités standard postales et LPM

Activités standard bancaire

Activités standard back office

Activités standard usage numériques

## **2.2**

Activités bancaires 1

Activités back office 1

**ET maîtriser 2 blocs d'activité au minimum parmi les suivantes :**

**MISSION BLOC D'ACTIVITES BANCAIRE 2 : conseiller et vendre en face à face et à distance les produits bancaires de son périmètre de manière pro-active pour développer le PNB et venir en appui de l'équipe des chargés de clientèles**

Réaliser la vente et l'ouverture de produits bancaires avec dénouement automatique (exemple CCP et livret ...) , ainsi que la souscription de produits de prévoyance (exemple Assurance Accidents de la vie ...)

Prendre en charge des procédures « expert » SAV et réclamation en appui des chargés de clientèle

Maîtriser la connaissance des produits, des process et des attitudes commerciales bancaires de son périmètre de vente et assurer l'exhaustivité de la connaissance client

Soutenir les chargés de clientèle dans le domaine bancaire (Appui à la prise en charge client, recherche de solution, connaissance produits et services et appui à la vente) et assurer le transfert de ses compétences auprès de ses collègues en relais du manager

**MISSION BLOC D'ACTIVITES COURRIER/COLIS PROS : Participer au développement commercial et à la satisfaction de la clientèle professionnelle au sein de la zone de marché et en étroite collaboration avec le CCpro et /ou le REC :**

Mettre en place les conditions d'accueil privilégiées pour les professionnels en organisant leur prise en charge dans l'espace commercial et en développant la synergie des acteurs au sein de la zone de marché. (Apports qualifiés vers CCPROS ou télévente)

Contribuer au développement de la zone de marché pros (prise de RDV, prospection par téléphone) en soutien du REC et du CCPRO sur la zone.

Découvrir, analyser le besoin du client professionnel et assurer un premier niveau de conseil sur les offres non commercialisées dans le secteur

Mettre en relation le client professionnel avec le CC pros et/ou les acteurs de la vente à distance en réalisant des apports qualifiés

Soutenir les chargés de clientèle dans le domaine des pros (Appui à la prise en charge client, recherche de solution, connaissance produits et services et appui à la vente) et assurer le transfert de ses compétences auprès de ses collègues en relais du manager

**MISSION BLOC D'ACTIVITES ACCOMPAGNEMENT DES CLIENTELES FRAGILES : Assurer une prise en charge spécifique des clientèles fragiles afin de proposer des solutions adaptées aux clientèles fragiles :**

Assurer le traitement adapté du SAV et des réclamations complexes en sollicitant les interlocuteurs adaptés

en interne (ex. : animateurs synergie en CREC, plateforme appui) et en externe (associations, médiateurs, inclusion numérique...)

Maîtriser les processus bancaires spécifiques, la réglementation bancaire et la gestion des risques liés à la prise en charge des clientèles fragiles (ex. : migrants et/ou demandeurs d'asile)

Proposer aux clientèles fragiles des offres adaptées (ex. : SBB, micro-crédit, FDC simplicité, ...) et orienter vers le bon interlocuteur

Prendre en charge une relation client spécifique en faisant preuve de pédagogie, dans une démarche de médiation notamment en cas d'incivilité

Soutenir les chargés de clientèle dans ce domaine (Appui à la prise en charge client, recherche de solution, connaissance produits et services et appui à la vente) et assurer le transfert de ses compétences auprès de ses collègues en relais du manager

### **MISSION BLOC D'ACTIVITES TELEPHONIE : Contribuer à la fidélisation et à la satisfaction du client La Poste Mobile**

Mettre en place les conditions d'accueil privilégiées pour les clients en organisant la prise en charge dans l'espace client et en développant la synergie au sein de l'équipe

Commercialiser les produits téléphonie à valeur ajoutée de son périmètre et développer la fidélisation des clients (En FAF et AD)

Prendre en charge les procédures « expert » (ex. : résiliation de contrats...) et le SAV complexe pour une meilleure satisfaction client.

Soutenir les chargés de clientèle dans le domaine de la téléphonie (Appui à la prise en charge client, recherche de solution, connaissance produits et services et appui à la vente) et assurer le transfert de ses compétences auprès de ses collègues en relais du manager

### **MISSION BLOC D'ACTIVITES NUMERIQUES : Contribuer en relais du REC au développement et à la promotion des offres digitales du groupe auprès des clients et des postiers :**

Développer les compétences des CCLI dans la maîtrise des offres numériques et des différents selfcare pour :

Accélérer l'autonomisation des clients (maîtrise des parcours clients multi canaux et des interfaces clients)

Permettre aux CCLI de comprendre et maîtriser leur environnement de travail numérique et les évolutions digitales

Prendre en charge l'animation d'ateliers de professionnalisation auprès des chargés de clientèle et animer des ETC pour diffuser l'information sur les offres digitales

S'assurer de la disponibilité des outils numériques et digitaux pour garantir une bonne utilisation par les clients et adresser une alerte au manager le cas échéant

### **MISSION BLOC D'ACTIVITES BACK OFFICE 2**

Piloter et réaliser les inventaires, commandes de fonds, ouvertures et fermetures des coffres, chargement DAB, caisse sécurisée et automates, contrôle 1er niveau

Maîtriser l'ensemble des procédures back office et assurer les formations des CCLI remplaçants

Gérer les opérations de caisse et de production (comptabilité)

Rechercher et résoudre les erreurs de caisse, assurer le contrôle de production

Garantir la qualité des commandes / réceptions et l'achalandage de l'espace de vente

Soutenir les chargés de clientèle dans l'application des procédures comptables, de gestion des fonds et des stocks et l'achalandage assurer le transfert de ses compétences auprès de ses collègues

## **Compétences**

## Banque de détail

### 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.

### 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.

### Marché Professionnels

Connaître les spécificités de la clientèle Professionnels. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

### Marché Particulier

Connaître les spécificités de la clientèle Particulier. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

## 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

### 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)

### 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

### 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).

## Efficacité professionnelle

### 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.

## Relation Client

### Animation de l'espace de vente

Organiser des actions commerciales pour promouvoir les offres et services dans l'espace de vente.  
Mettre à disposition la Publicité sur Lieu de Vente (PLV) dans l'espace de vente.

### 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.

### Vente Conseil client

Etre capable de faire vivre une expérience client de qualité à travers une posture de service et de conseil. Respecter le devoir de conseil en coconstruisant la solution la plus adaptée aux besoins du client. Apporter un conseil de qualité au client dans une logique de satisfaction et de fidélisation. Maitriser l'argumentation afin de conclure la vente.

## Risques et réglementation

### Éthique et déontologie

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

### 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

### 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.

## Prérequis

Formation Bac+2

RAP 2.3

Pour activités bancaires 2 : Habilitation assurance niveau 3

## Environnement de travail

BGPN

DR/DREX

Bureau de poste

## Relations internes/externes

DR

Secteur

Clients

## Famille

---

## Filière

---

## Métier

---

### Répartition des effectifs

- □  
Bgnp reseau
- □  
Services-Courrier-Colis
- □  
Groupe - siege
- □  
Banque postale

### Effectif de la fonction

De 1000 à 9999