

## Fonction

### CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE REMPLACANT II.2 (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 \(H/F\)](#)
- [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

Au service de l'ambition du Réseau La Poste de devenir le réseau de référence dans la relation client, le Chargé de clientèle La Poste remplaçant contribue à la qualité de service et au développement commercial du secteur sur lequel il exerce, en assurant les remplacements de manière permanente.

## Missions

Accueille et prend en charge tous les clients particuliers et professionnels :

- Assure un accueil personnalisé et proactif de qualité de tous les clients, professionnels et particuliers pour une gestion des flux optimisée et une prise en charge rapide de leurs demandes
- Met en oeuvre dans sa relation les trois attitudes clés de l'esprit de service que sont l'accueil, l'écoute, et l'efficacité de service, en cherchant à apporter une solution à chaque situation
- Contribue à l'amélioration continue de la qualité de service aux clients en assurant notamment la netteté et le réapprovisionnement de l'espace de vente

Découvre les besoins, renseigne et oriente les clients particuliers et professionnels :

- Détecte et analyse les besoins des clients afin de leur proposer les produits et services adaptés
- Explique aux clients l'adéquation du produit à leur besoin et son fonctionnement

- Oriente les clients vers les automates en les accompagnants dans la prise en main si nécessaire
- En cas de besoin, oriente les clients vers l'interlocuteur dédié ou prend rendez-vous avec un conseiller
- Renseigne et oriente les clients sur les outils et procédures simples des Services Publics partenaires.

Contribue au développement commercial et au PNB de son périmètre :

- Effectue des propositions commerciales et des prestations de services répondant aux besoins de la clientèle particuliers et professionnels sur les offres simples et la promotion du multicanal
- Prend l'initiative de propositions complémentaires aux clients et concrétise des apports de rendez-vous vers la ligne conseil bancaire s'il y a lieu

Contrôle et maîtrise les risques liés à son périmètre d'activités : □

- Il effectue les opérations en respectant l'ensemble des procédures et consignes afférentes aux gammes commercialisées et Enregistre les différentes pièces nécessaires
- Il participe à l'amélioration de la qualité des données clients et en réalise la mise en jour
- Il veille à la détection de la fraude et signale au manager les opérations récurrentes ou de montants importants pour analyse et suivi (LCB - Lutte contre le blanchiment)
- Contrôle l'identité et l'éligibilité du client pour toute démarche ou opération bancaire
- Garantit l'exactitude de son fonds de caisse

## Compétences

### Banque de détail

#### 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.

#### 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.

#### 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.

## 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.

## Efficacité professionnelle

### 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

### 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.

### 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.

## Risques et Conformité

### 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.

## Environnement de travail

□

- Bureau de poste

## **Famille**

---

## **Filière**

---

## **Métier**

---

## **Répartition des effectifs**

- □

Bgpn reseau

## **Effectif de la fonction**

De 250 à 499