

Fonction

CHARGE DE DEVELOPPEMENT LA POSTE MOBILE III.3 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [RESPONSABLE METHODES OUTILS ET EXCELLENCE COMMERCIALE BANCAIRE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT MAISON DE L'HABITAT IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT LA POSTE MOBILE III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT LA POSTE MOBILE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARCHES BANQUE LPM IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARCHES COURRIER COLIS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION DES PARTENARIATS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION DES PARTENARIATS III.3 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES EN FRONT OFFICE III.2 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES EN FRONT OFFICE III.3 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES MIDDLE OFFICE III.2 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES MIDDLE OFFICE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES MIDDLE OFFICE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES FRONT OFFICE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI VENTE PRO IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI VENTE PRO III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DE MARCHÉ ESPACE COMMERCIAL IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ESPACE PRO II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ESPACE PRO II.2 \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Contribuer au développement du Chiffre d'Affaires La Poste Mobile en accompagnant la montée en compétence de la ligne commerciale de la Banque Postale et du Réseau. Permettre un développement conforme aux orientations de LPM et acculturer les vendeurs à la téléphonie mobile mais aussi aux services rendus garants d'une relation pérenne avec nos clients.

Missions

Le responsable développement La Poste Mobile :

- Assure la montée en compétence de l'ensemble des commerciaux et des lignes managériales de La Banque et du Réseau sur son domaine
- Contribue à l'excellence de l'expérience client et à la performance commerciale de chacun des acteurs dont il a la responsabilité

Assure le développement des acteurs du réseau et de la Banque Postale dans son domaine d'expertise :

- Contribue, en appui de la ligne managériale, au diagnostic des compétences et de la performance commerciale des commerciaux en analysant la qualité des contacts client, des propositions commerciales et des ventes réalisées,
- Définit un plan de professionnalisation personnalisé en lien avec les managers,
- Intervient en accompagnement la ligne managériale RCP et REC,
- Construit, en lien avec les Responsables de Marché LBP et Responsable de Marché ESC/SCC en DR, les actions d'accompagnement et de développement des compétences, de training, individuelles et / ou collectives (ateliers, coaching, entretiens, bilatérales...) nécessaires à la professionnalisation des acteurs,
- Diffuse la culture produits LPM et marché de la Téléphonie,
- Accompagne les nouveaux collaborateurs dans leur prise de poste et l'acquisition du socle de compétences attendu,
- Vérifie l'impact de ses plans d'actions de professionnalisation, les suit et en assure le reporting via des indicateurs de performance partagés

Contribue à l'animation commerciale :

- Analyse le potentiel commercial et enrichit le plan d'action commercial de la zone de chalandise pour développer le chiffre d'affaires.

- Structure et organise l'animation commerciale avec le RM LBP et RM ESC et contribue à la mise en oeuvre des animations et actions commerciales nationales et locales (PACS, temps commerciaux...) ,
- Organise des actions d'information et/ou d'appropriation des nouveaux produits ,
- Participe à la mise en marché des nouvelles offres, produits, services, outils ou méthodes commerciales et anticipe les besoins de formation et d'accompagnement ,
- Assure l'interface permanente avec les équipes LPM et participe aux différentes réunions organisées par l'opérateur ,
- Remonte à son manager les écarts de positionnement tarifaires significatifs par rapport aux concurrents ,
- Décline et garantit en DR la bonne mise en oeuvre de la politique commerciale nationale du Réseau sur le métier LPM ,
- Contrôle régulièrement sur les lieux de vente la mise en oeuvre de la communication et la qualité du merchandising, la mise en oeuvre des bonnes pratiques commerciales et des actions décidées au niveau de la DR ,
- Peut contribuer aux projets transverses et à leur déploiement.

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.

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.

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.

Conviction et influence

Savoir structurer son argumentation et adapter sa posture à son interlocuteur afin qu'il comprenne et s'approprie les idées en utilisant toutes les techniques de communication (orale, écrites, non verbales, numériques). Savoir mettre en mouvement ses interlocuteurs internes et externes (collaborateurs, collègues, clients) en faisant évoluer son discours et sa posture en fonction de ses objectifs et des retours de son interlocuteur.

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 connaître les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

Efficacité professionnelle

Environnement et processus internes

Acquérir des connaissances de son environnement interne et externe, des process inter / intra branches de bout en bout, d'un secteur d'activité et d'un domaine fonctionnel pour apporter des préconisations. Adopter les nouveaux usages, y compris numériques, dès lors qu'ils sont préconisés. Respecter les règles et méthodologies liées aux processus internes dans le cadre de son activité. Comprendre son rôle dans la chaîne de valeur et avoir une vision de bout en bout du processus.

Organisation du travail et planification

Anticiper et structurer ses actions pour une meilleure efficacité. Coordonner, planifier et prioriser ses activités afin d'atteindre l'objectif fixé.

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.

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.

Vente

Négociation

Utiliser ses connaissances des méthodes et techniques de négociation pour rechercher un accord entre des interlocuteurs. Poursuivre ses objectifs et demeurer ferme et constant dans ses efforts indépendamment des difficultés rencontrées ou des échecs subis. Trouver des compromis acceptables et/ou un consensus avec ses interlocuteurs.

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.

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

Il se déplace quotidiennement auprès des acteurs concernés en bureau. Relations internes : Conseillers bancaires, Directeurs de Secteur, Responsables Clientèle particuliers, Responsables Espace Commercial. Directeurs de Territoire Responsables de marché en DR Experts de la filiale La Poste Mobile

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 10 à 49