Fonction
CHEF DE PRODUIT IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- CHARGE D'ETUDES MARKETING IV.A (H/F)
- CHEF DE PRODUIT IV.A (H/F)
- CHEF DE PROJET MARKETING IV.A (H/F)

Raisons d'être

Contribuer au développement des compétences de la Force de Vente Face à Face en animant des formations sur les offres pour lesquelles il est référent.
Assurer une veille concurrentielle et économique sur son marché (Marketing Direct, Gestion Documentaire, Colis-Courrier International).
Construire et mettre en place des plans d’actions locaux.

Missions

Définir, réaliser et diffuser les outils, solutions, process,…nécessaires à son activité

- A partir des analyses du pôle SPC (soutien au Pilotage Commercial), des résultats de la feuille de Route, il/elle doit diagnostiquer les performances de son marché et identifier les pistes de développement.
- Réaliser le ciblage des opérations de prospection.
- Rétablir une opération si elle rencontre des difficultés pour la transformer en succès.
- Mettre à disposition l’ensemble des informations nécessaires (liste de clients, priorités, argumentaire…).
- Utiliser des sources de prospections locales (CCI, Salons….).
- Déployer les cibles nationales proposées par le Directeur d’Animation de Marché Territorial sur son marché (codes NAF porteurs, clients perdus N-1…..)
- Contribuer à la construction des réponses aux Appels d’Offres rédigées par la Force de Vente Clients.
- Assurer l’accompagnement de la Force de Vente lors de la mise en œuvre de dossiers transverses (Hausse tarifaire).

Transférer son expertise et jouer un rôle de référent dans la coordination des projets et des équipes

- Référent sur son marché , assurer la formation « produits » en priorité et directement auprès des Vendeurs en complément des modules de e-learning GPS : formation aux offres et aux process, formation aux outils spécifiques dans la commercialisation des offres du marché (Adexpress, Commédia, prépasécure…).
- Construire, préparer et animer les actions locales pour son marché (actions sectorielles, ratissage, manifestations clients…) en cohérence avec les actions menées au niveau national.
- Analyser les résultats des actions menées.
- S’assurer du suivi des renouvellements des contrats sur son marché auprès des Chargés de Comptes et Responsables Grands Comptes.

Participer à l'amélioration de la qualité dans le cadre de ses activités

- Sur les offres de son marché, piloter l’utilisation des GPS.
- Analyser les performances des Vendeurs sur les modules GPS.
- Effectuer un suivi sur les différents indicateurs GPS (statuts, résultats ou quizz). Informer les managers de ses observations.

- Réaliser un suivi et une validation régulière des compétences des équipes commerciales.
- Identifier et valider avec les Managers les points de progrès des Chargés de Comptes et des Chargés de Développement et met en place des actions de développement des Compétences.
- A la demande des Managers ou en fonction des points de progrès identifiés, concevoir en toute autonomie les actions de formation appropriées en utilisant une pédagogie efficace.
- Accompagner ponctuellement les formateurs plateaux télévente dans leurs actions de formation.

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.

Système d'excellence

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Bgpn numerique
- Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 10 à 49