Fonction
CONSEILLER FINANCIER III.1 (H/F) Viviers

Évolutions possibles

Au sein du métier

- CORRESPONDANT FINANCEMENT DE L'ACCESSION SOCIALE III.3 (H/F)
- CORRESPONDANT FINANCEMENT DE L'ACCESSION SOCIALE IV.A (H/F)
- CONSEILLER EXPERT CREDIT IMMOBILIER 3.2 III.2 (H/F)
- CONSEILLER EXPERT CREDIT IMMOBILIER 3.3 III.3 (H/F)
- CONSEILLER EXPERT CREDIT IMMOBILIER IV.A (H/F)
- CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE A DISTANCE III.2 (H/F)
- CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE A DISTANCE III.3 (H/F)
- CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE A DISTANCE IV.A (H/F)
- CHARGE DE DEVELOPPEMENT CREDIT IMMOBILIER III.1 (H/F)
- CONSEILLER SPECIALISE IMMOBILIER A DISTANCE III.2 (H/F)
- CONSEILLER SPECIALISE IMMOBILIER A DISTANCE III.3 (H/F)
- CONSEILLER SPECIALISE IMMOBILIER A DISTANCE IV.A (H/F)
- CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE II.3 (H/F)
- CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE III.1 (H/F)
- CONSEILLER BANCAIRE A DISTANCE III.2 (H/F)
- CONSEILLER BANCAIRE A DISTANCE III.1 (H/F)
- CONSEILLER BANCAIRE A DISTANCE III.3 (H/F)
- CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT II.3 (H/F)
- CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT III.1 (H/F)
- CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT III.2 (H/F)
- DIRECTEUR SERVICE RELATION CLIENT IV.B (H/F)
- CHARGE D'AFFAIRES SUCCESSION III.3 (H/F)
- CHARGE D'AFFAIRES SUCCESSION IV.A (H/F)
- CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT VALEURS MOBILIERES III.1 (H/F)
- CONSEILLER BANCAIRE DE PROXIMITE III.1 (H/F)
- CONSEILLER SERVICE RELATION CLIENT IMMOBILIER III.1 (H/F)
- CHARGE D AFFAIRES III.2 (H/F)
- CHARGE D AFFAIRES EXPERT EN PATRIMOINE III.3 (H/F)
- CHARGE D AFFAIRES EXPERT EN PATRIMOINE IV.A (H/F)
- ALTERNANT CONSEILLER BANCAIRE DE PROXIMITE II.2 (H/F)
- APPRENANT CONSEILLER BANCAIRE 3.1 III.1 (H/F)
- APPRENANT CONSEILLER BANCAIRE 3.2 III.2 (H/F)

Raisons d'être

Dans la ligne du plan stratégique de La Banque Postale, « L’intérêt du client d’abord, prouvons la différence », et dans le cadre des objectifs commerciaux définis conjointement par La Banque Postale et l’Enseigne La Poste, le conseiller financier contribue au développement du chiffre d’affaires de La Banque Postale :

• En apportant un conseil personnalisé et de qualité aux clients et prospects ,

• En exploitant les cibles commerciales qui lui sont fournies ,

• En mettant en oeuvre les actions du plan d’action commercial ,

• En recherchant des synergies actives avec la ligne guichet pour améliorer la prise en charge des clients et prospects.

Il exerce l’ensemble de ses activités dans le respect des règles déontologiques de La Banque Postale, de la charte du contrôle interne de La Banque Postale et de la réglementation bancaire et financière. Il applique les règles de vigilance et les procédures de détection définies dans le cadre de la lutte contre le blanchiment des capitaux et du financement du terrorisme.

Missions

Gère un portefeuille / cible l’activité :

Concentre son activité sur les cibles fournies par La Banque Postale et les événements clients.

Répond aux sollicitations des clients en garantissant une accessibilité optimale aux produits et services de La Banque

Postale : disponibilité téléphonique, délais de rendez-vous, messagerie sécurisée.

Pour ce faire, optimise son agenda et anticipe son activité : phoning, rendez-vous programmé, rendez-vous spontanés.

Suit ses résultats commerciaux et propose à sa hiérarchie des actions adaptées

Prend rendez-vous :

Appelle les clients ciblés en utilisant la méthode de phoning prescrite.

Développe un argumentaire, concrétise la prise de rendez-vous, alimente le système d’information et réalise un bilan

chiffré de ses opérations de phoning.

Prépare l’entretien :

Consolide et analyse les informations concernant le client, prépare une stratégie d’entretien au vu du diagnostic

opportunités / potentiel, recense la documentation nécessaire.

Conduit l’entretien en face à face et/ou par téléphone :

Accueille le client, effectue la découverte de sa situation, propose les produits et services adaptés, concrétise les ventes

et organise la relation multicanal.

A l’issue de l’entretien, assure la préparation et le suivi des dossiers avec le back office.

En fonction du potentiel client, une ou plusieurs relance(s) qualifiée(s) à court terme peuvent être réalisée(s).

Relance :

Fait vivre la relation avec le client en répondant à ses sollicitations par tous moyens (téléphone, courrier, mail…) ou en le

contactant sur des événements particuliers (événement du compte, offre commerciale, évolution réglementaire)

Garantit la qualité et la traçabilité des opérations :

Garantit la complétude et l’exactitude des données client et pièces justificatives

Saisit toutes les informations nécessaires (client et/ou production) dans les systèmes d’information.

Met à jour ses connaissances pour garantir la fiabilité du conseil (réglementation)

Assure la continuité décisionnelle en matière bancaire :

Prend des décisions dans le cadre de sa délégation

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.

Retraite
: Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble des produits ou services dédiés aux retraités ou futurs retraités. 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.

Crédit immobilier
: Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme et des produits de l'offre Crédit immobilier. 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.

Fiscalité produit financier

Disposer de connaissances et compétences techniques nécessaires pour traiter toutes les informations économiques et financières afin de satisfaire aux obligations fiscales. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Assurance vie

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits ou services d'assurance vie et prévoyance. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Crédit à la consommation

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de l'offre Crédit consommation. 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

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).

Risques et Conformité

Conformité

Disposer de l'ensemble des connaissances sur les règles et techniques permettant d'assurer la gestion du risque de non-conformité des processus, depuis sa conception, son lancement à son suivi et sa maintenance, dans une logique de sécurisation.

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.

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.

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.

Prérequis

Expérience commerciale B to C / Particuliers

Environnement de travail

Rattachement entité : Secteur

Responsable hiérarchique: Directeur de Secteur

Relations internes : avec l’ensemble des commerciaux du secteur et les Conseillers Spécialisés Immobilier, ainsi que les équipes des centres financiers qu’ils sollicitent en cas de besoin

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Bgpn reseau
- Banque postale

Effectif de la fonction

De 10 à 49