

## Fonction

# CONSEILLER FINANCIER III.2 (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 \(H/F\)](#)
- [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 \(H/F\)](#)
- [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 \(H/F\)](#)
- [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 \(H/F\)](#)
- [APPRENTANT CONSEILLER BANCAIRE 3.1 III.1 \(H/F\)](#)
- [APPRENTANT CONSEILLER BANCAIRE 3.2 III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CREDIT IMMOBILIER 3.1 III.1 \(H/F\)](#)

## 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 de développement du chiffre d'affaires de La Banque Postale et du Réseau La Poste, le conseiller financier III.2 assure, au sein d'un bureau de poste, la gestion totale du portefeuille de ce bureau :

- En apportant un conseil personnalisé aux clients et en assurant une relation commerciale suivie de qualité sur les clients au potentiel identifié (en fonction de la segmentation et d'événements clients détectés par le conseiller) ,
- En assurant une gestion pro active sur les clients au potentiel identifié ,
- En exploitant les cibles commerciales qui lui sont fournies ,
- En mettant en oeuvre les actions du plan d'actions commerciales ,
- 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 son portefeuille et 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.

Instruit les dossiers de crédit immobilier de son périmètre et prend les décisions tarifaires dans le respect du schéma délégataire

Réalise des apports au Responsable Clientèle Particuliers, Conseiller Spécialisé en Patrimoine et au Conseiller Spécialisé en Immobilier pour les dossiers de crédit immobilier hors de son périmètre

Sur les clients au potentiel identifié, met en oeuvre une gestion pro active pour optimiser la couverture du portefeuille et en assurer le développement. : mise en oeuvre des campagnes commerciales, ciblage des offres / clients, relance qualifiée,...

Pour ce faire, il optimise son agenda et anticipe son activité : élaboration de son plan de contact, phoning, rendez-vous programmés, 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 (multi canal, relance qualifiée).

Met en place une relation suivie sur le long terme avec les clients au potentiel identifié.

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

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.

#### 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.

#### 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.

#### Succession

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de l'offre et des modalités de traitement des dossiers de succession. 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.

### Divorce et séparation

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de l'offre et des modalités de traitement des dossiers de divorce et séparation. 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 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.

### 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)

### 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.

## 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

### 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.

### 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.

## 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

### 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.

## 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

## Effectif de la fonction

De 10 à 49