

Fonction

CONSEILLER SPECIALISE ENTREP 2EME NIVEAU III.3 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CONSEILLER SPECIALISE ENTREPR 1ER NIVEAU III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE ENTREP 2EME NIVEAU III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTELE PROFESSIONNELLE III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTELE PROFESSIONNELLE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTELE PROFESSIONNELLE IV.A \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE ASSURANCE COLLECTIVE III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE ASSURANCE COLLECTIVE III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE ENTREPRISES II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE ENTREPRISES III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE D AFFAIRES ENTREPRISES IV.A \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER E-CREDIT PROFESSIONNELS III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER E-CREDIT PROFESSIONNELS III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER A DISTANCE PROFESSIONNELS III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER A DISTANCE PROFESSIONNELS III.3 \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR REGIONAL DELEGUE PROFESSIONNEL IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE CLIENTELE PROFESSIONNELLE BANCAIRE IV.A \(H/F\)](#)
- [EXPERT CREDIT REGIONAL IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans la ligne du plan stratégique de La Banque Postale, « L'intérêt du client d'abord, prouvons la différence » et du plan d'actions commerciales de sa filière, le Conseiller Spécialisé Entreprises :développe une relation durable avec les clients de son portefeuille exploite et développe le potentiel de tous les clients de son portefeuille, afin de développer leur PNB commercialise l'ensemble de l'offre de La Banque Postale sur la filière à laquelle il est rattaché (Entreprises, Associations, Bailleurs sociaux & Mutuelles), dans le cadre d'une approche globale.

Missions

Développement du fonds de commerce

- Maîtrise la structure de son portefeuille et analyse régulièrement son évolution avec son manager (taux d'équipement, niveau d'activité avec La Banque Postale) ,
- En fonction des objectifs qui lui sont fixés et des actions commerciales inscrites au plan d'actions commercial national, établit un plan de contact couvrant l'ensemble des clients de son portefeuille ,
- En s'appuyant sur la méthode de commercialisation de La Banque Postale, commercialise les différentes gammes de produits et services auprès de ses clients (Flux, Placements, Ingénierie Sociale, Financement...) dans le cadre d'une approche globale ,
- Identifie et démarche des prospects « à potentiel » par les diverses méthodes à sa disposition (prescription, prise de références, manifestations...) et établit, en collaboration avec son manager, un plan d'actions adapté ,
- Coordonne les réponses aux appels d'offres de ses clients.

Gestion de la relation commerciale

- Entretient une relation durable avec ses clients, par des rencontres et entretiens réguliers et un suivi rapproché de leur activité avec La Banque Postale ,
- Assure la négociation commerciale avec ses clients, en respectant les contraintes de rentabilité de La Banque Postale ,
- Assure le suivi des contrats signés, en collaboration avec les assistants commerciaux (mise en place effective des produits et services vendus, évolution des conditions tarifaires, respect des conventions, facturation, maintien de la qualité...) ,
- Prend en charge le traitement des réclamations de ses clients et en assure le suivi avec l'appui de l'assistant commercial.

Gestion du risque

- S'assure de disposer de l'ensemble des éléments nécessaires à une bonne gestion du risque client (pièces du dossier client, données de connaissance client saisies dans le système d'information...) ,
- Garantit la gestion du risque sur son portefeuille et dans le cadre de ses délégations.

Suivi et reporting d'activité

- Assure la saisie des informations nécessaires au suivi de son activité, dans les outils dédiés
- Suit et analyse régulièrement les résultats de son activité avec son manager, afin d'identifier des actions correctrices nécessaires (modification du plan de contact, training méthode de commercialisation, formation produits ou accompagnement vente...).

Communication / Echange

- Participe à des manifestations commerciales spécifiques : foires / salons / événements... pour promouvoir l'activité Entreprises / Economie Sociale de La Banque Postale ,
- Echange des informations avec les autres forces commerciales de La Banque Postale (Enseigne et Courrier), afin d'optimiser la satisfaction des clients et de favoriser les synergies.

Actualise et veille au maintien de ses connaissances

- Maintient et élève son niveau d'expertise dans son domaine ,
- Actualise en permanence ses connaissances en matière de réglementation, de concurrence, de marchés, des produits et services proposés par La Banque Postale en se formant et s'informant, seul et/ou avec l'aide de son hiérarchique et de la ligne hiérarchique (Chargé de développement Epargne Retraite Entreprise, Conseiller Commercial Flux, Conseiller Crédit Bail Mobilier, Conseiller Crédit Bail Immobilier, Conseiller affacturage...).

En fonction de la structure du fonds de commerce de son Espace Entreprises, le Conseiller Spécialisé Entreprises est positionné sur un portefeuille composé de l'une ou l'autre des 3 typologies de clients suivantes :

- Entreprises
- Associations
- Economie Sociale Chacune de ces typologies implique des activités, connaissances et profils spécifiques :

Profil clientèle Entreprises

- Gère un portefeuille de clients « Entreprises » (Petites et Moyennes Entreprises, Très Petites Entreprises)
- Analyse l'évolution de l'activité et des résultats de ses clients afin d'évaluer le risque et de détecter des opportunités commerciales
- Maîtrise les spécificités des besoins bancaires de la clientèle Entreprises et les offres adaptées à ces besoins
- Actualise en permanence sa connaissance du secteur d'activité des entreprises de son portefeuille pour en comprendre les spécificités.

Profil clientèle Associations

- Gère un portefeuille d'associations ,
- Maîtrise les spécificités des besoins bancaires des associations et les offres adaptées à ces besoins (encaissement de dons, avance sur subventions, chèque emploi associatif...) ,
- Maîtrise les risques liés aux spécificités du secteur associatif ,
- S'implique dans le tissu associatif local en participant aux manifestations locales impliquant les associations et se tient informé de l'évolution de ce secteur.

Profil clientèle Bailleurs sociaux & Mutuelles

- Gère un portefeuille de clients de type bailleurs sociaux, mutuelles, caisses de retraite... ,
- Maîtrise les spécificités de cette clientèle et de ses besoins bancaires ,
- Maîtrise les offres adaptées aux besoins de cette clientèle (encaissement de loyers, prêts spécifiques, prêts réglementés...) ,
- Assure une veille locale afin d'anticiper les évolutions du secteur économie sociale (fusions, etc...).

Compétences

Banque des entreprises

Analyse financière PMO

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble des méthodes d'analyse et d'ingénierie financières du domaine personne morale afin d'évaluer leur santé financière. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Flux, monétique

Connaître les spécificités des différents canaux de gestion des flux sur l'ensemble des supports (cartes, chèquiers, prélèvements, virements, . . .). Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

Crédits standardisés

Connaître les spécificités des crédits court, moyen et long termes. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

Marché entreprises

Connaître les spécificités du marché des Entreprises. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

COMPORTEMENTALES

Engagement

Se sentir porteur(se) de l'image du Groupe et adopter une attitude active et positive envers l'entreprise dans la réalisation des missions confiées. Afficher la volonté d'atteindre des objectifs individuels et collectifs à travers une posture constructive.

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.

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

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

Vente Conseil client

Etre capable de faire vivre une expérience client de qualité à travers une posture de service et de conseil. Respecter le devoir de conseil en coconstruisant la solution la plus adaptée aux besoins du client. Apporter un conseil de qualité au client dans une logique de satisfaction et de fidélisation. Maîtriser l'argumentation afin de conclure la vente.

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.

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

Fidélisation

Construire une relation durable avec le client en accompagnant ses moments de vie. Développer l'équipement du client et de sa famille. Susciter la recommandation. Prendre en charge et se sentir concerné(e) par toutes les demandes client relevant de son domaine de responsabilité ou au-delà.

Détection du potentiel commercial

Mener une découverte approfondie du client par un questionnaire 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.

Prospection

Mettre en oeuvre une démarche permettant d'acquérir de nouveaux clients en recherchant des clients potentiels (prospects). Utiliser la recommandation et créer / animer un réseau professionnel pour capter de nouveaux clients.

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.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9