Fonction
DIRECTEUR ADJOINT PRO IV.B (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- DIRECTEUR ADJOINT PRO IV.A (H/F)
- DIRECTEUR ADJOINT PRO IV.B (H/F)
- DIRECTEUR DE CENTRE D'AFFAIRES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR ADJOINT DE CENTRE D'AFFAIRES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DE CENTRE D'AFFAIRES IV.B (H/F)

Raisons d'être

Par sa connaissance approfondie et son expérience du marché des professionnels dont il porte la responsabilité, le Directeur Adjoint pro garantit la performance et la professionnalisation des responsables de clientèle professionnelle de sa zone, afin de développer le fonds de commerce sur son marché avec une clientèle saine et rentable, dans le respect des règles déontologiques de La Banque Postale.

Missions

Déclinaison et mise en oeuvre du plan d’action commercial

- Analyser le potentiel commercial sur son périmètre et contribuer à l’élaboration du plan d’action commercial local, en collaboration avec le DR ou le DCA en lien avec le Réseau
- Décliner, piloter et animer le plan d’action commercial au sein de son équipe,
- Assurer la rentabilité et le développement de l’activité de sa zone et en piloter la performance,
- Constituer et/ou ajuster les portefeuilles des Responsables clientèle professionnelle conformément aux orientations nationales,
- Piloter et accompagner la prospection commerciale sur sa zone ,
- Accompagner ses collaborateurs dans les dossiers de financement (facilités de caisse, crédit-bail mobilier, crédit moyen long terme,…) ,
- Participer à la diffusion de la stratégie de La Banque Postale sur la clientèle des professionnels, ainsi que des informations nécessaires au bon fonctionnement de son équipe ,
- S’assurer de la bonne acquisition et utilisation des outils.
- S’assurer, en lien avec le Réseau, du développement et de la conquête de clients professionnels

Manage son équipe et accompagne les transformations

- Assurer le management collectif et individuel de ses collaborateurs dont il fixe les objectifs,
- Garantit le développement des compétences de ses collaborateurs au regard des transformations, en particulier concernant l’évolution des comportements clients
- Analyser les résultats individuels et collectifs de son équipe et mettre en place des plans d’actions correctifs le cas échéant,
- Accompagner les responsables de clientèle professionnelle dans la préparation des rendez-vous, des propositions commerciales et lors des entretiens avec les clients
- Participer au recrutement des collaborateurs de son équipe, en liaison avec le DCA et le service Ressources Humaines.

Gère et développe un portefeuille de client

- Entretenir une relation durable avec les clients de son portefeuille,
- Assurer la commercialisation de l’ensemble des produits/services de La Banque Postale dédiées à la clientèle des professionnels ,
- Assurer la négociation commerciale avec ses clients et prospects,
- Contribuer via les apports à la conquête de clients patrimoniaux en développant la double relation.

Développe les synergies sur sa zone de marché

- S’assurer du bon respect des parcours clients

- Contribuer à la mise en oeuvre et au développement des synergies avec les autres forces commerciales des bureaux de poste, de la filière patrimoniale, des centres d'affaires en lien avec les DCA, DT et DS de sa zone
- Etre garant de la bonne fluidité des relations entre les acteurs du front office et les acteurs du middle office

Maîtrise le risque client, contrôle et garantit la qualité de service

- Veiller à la bonne utilisation des outils d'aide à la décision ,
- Veiller au bon respect du schéma délégataire en vigueur ,
- Assurer les contrôles de 1er niveau
- Accompagner sur le terrain les responsables de clientèle professionnelle en matière de risques, dossiers sensibles, traitements des dépassements,...
- Détecter, analyser et prévenir les risques opérationnels et de crédit (fraude fiscale, blanchiment...)
- S'assurer de disposer de l'ensemble des éléments nécessaires à une bonne gestion de la relation et du risque client,
- Contrôler la qualité de la contractualisation et de la relation commerciale (tarifs, délais, qualité des informations fournies, nature et fréquence des incidents, SAV...),
- Etre force de proposition afin de faire évoluer les processus, outils et méthodes en vue d'optimiser la relation client et la qualité de service.

Compétences

Banque des entreprises

Marché professionnels (artico, professions libérales, franchises)
: Connaître les spécificités du marché des artisans, commerçants, professions libérales, franchises. 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.

Présence institutionnelle (lobbying)
: Faire valoir ses propres intérêts auprès de décideurs publics ou autres en s'appuyant sur ses capacités d'influence et de pression.

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.

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.

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.

Efficacité professionnelle

Processus métier

Savoir traiter les opérations en s'assurant de leur bonne exécution, selon les procédures et modes opératoires en vigueur, ainsi que l'ensemble des processus en lien avec son périmètre d'activité.

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.

MANAGEMENT

Responsabiliser

Définir de façon claire et personnalisée les missions et les objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (SMART) de chaque collaborateur. Rendre autonomes et responsables ses collaborateurs : - en les accompagnant dans la priorisation de leurs tâches, - en encourageant les prises de décision et initiatives, - en valorisant le droit à l'essai, - en déléguant dans un cadre clair et partagé. Partager le pilotage de l'activité et le suivi des réalisations de chacun et de l'équipe pour rendre les collaborateurs responsables. Mettre en oeuvre tous les moyens pour atteindre voire dépasser les objectifs individuels et collectifs.

Promouvoir l'innovation

Favoriser la veille des collaboratrices, collaborateurs et identifier les pratiques exemplaires Encourager les prises d'initiative des collaboratrices, collaborateurs suite à leurs observations et prise de recul, tout en acceptant le droit à l'essai. Favoriser la mise en place d'un temps et d'un espace dédiés pour : - Développer la créativité individuelle et collective, - Proposer des idées innovantes dans un objectif d'amélioration continue Considérer l'innovation sous l'angle de l'impact non seulement financier mais aussi social, sociétal et environnemental Exemples d'illustrations non exhaustives : mettre en place un tableau blanc ou une boite à idées, organiser des réunions dédiées, organiser des challenges, un teambuiding solidaire, un partage de ressources dans teams, des participations à des salons, etc.

Accompagner le développement professionnel

Identifier avec chaque membre de l'équipe, ses forces, ses axes de progrès et ses leviers de motivation, au regard à la fois du projet de la personne et des enjeux stratégiques de l'entreprise (performance économique, RSE, numérique....) Etre à l'écoute des collaboratrices, collaborateurs en réalisant des points réguliers pour recueillir les besoins et attentes, en veillant à leur bien-être au travail. Enrichir l'expérience collaborateur en co-construisant avec chacun un parcours de développement personnalisé à court et moyen terme pour favoriser l'acquisition de nouvelles compétences, renforcer son expertise et développer ainsi l'employabilité. Proposer à ses collaboratrices, collaborateurs une évolution professionnelle la plus adaptée à ses motivations, souhaits et expertises. Mettre en place les conditions favorables à l'engagement de ses collaboratrices, collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux proposés par l'entreprise (ex : Déclic)

Reconnaitre

Valoriser la performance, l'autonomie et l'engagement en faisant des feedbacks constructifs fréquents sur les réussites et les éléments de progrès du collaborateur. Faire le point sur les feedbacks réalisés lors des entretiens d'appréciation et entretiens intermédiaires et partager les actions de

développement. Formuler ces retours sur la base de faits réels afin de soutenir et d'encourager la progression des des collaboratrices et collaborateurs. Valoriser l'engagement des collaboratrices et collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux dans le cadre professionnel.

Donner du sens

S'approprier et partager la stratégie, les enjeux de performance globale et l'ambition du Groupe en sa qualité d'entreprise à mission, rentable et responsable. Décliner la stratégie du Groupe au niveau des missions et projets de l'équipe en intégrant notamment les enjeux sociaux, sociétaux, et environnementaux et de gouvernance. Définir le périmètre d'actions des collaboratrices et collaborateurs dans le Groupe et présenter l'impact de leurs activités sur les résultats collectifs, de l'entité et du Groupe. Utiliser les leviers de motivation (exemples : développement des compétences, appartenance, autonomie, reconnaissance, motivation financière, etc.) de chacun pour engager les équipes dans l'atteinte des objectifs.

Etre centré client

Mettre la satisfaction des clients internes ou externes au coeur des activités de l'équipe. Comprendre et anticiper les besoins des clients internes ou externes pour apporter des réponses personnalisées intégrant les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux. Accompagner les collaboratrices et collaborateurs dans l'écoute et la compréhension des demandes clients (ex. : savoir questionner, pratiquer l'écoute active). Favoriser l'identification des axes d'amélioration de la relation de service à mettre en place. Mesurer et évaluer les impacts des actions sur les clients afin de prendre les décisions les mieux adaptées.

Coopérer

Favoriser la collaboration et l'entraide au sein de l'équipe et entre équipes en travaillant avec l'ensemble des partenaires présents dans son écosystème. Exemples : présentation des contraintes de chaque service sur un projet commun - organiser des vis-ma-vie entre services, etc Donner et poursuivre des objectifs communs et présenter les liens entre services pour fédérer les collaborateurs et les sensibiliser sur l'importance de travailler ensemble. Guider les pratiques de son équipe pour offrir un espace de travail dans lequel le collectif est favorisé et valorisé. Exemples d'illustration (non exhaustifs) : entraide entre pairs, ateliers d'amélioration continue, résolution collective de problèmes, affichage de l'avancement des tâches ou projets, etc.

Risques et Conformité

Risques de crédit

Maîtriser les risques de crédit dans le cadre de sa fonction et conformément à son niveau de délégation. Utiliser les outils de scoring. Appliquer les règles de délégation. Savoir analyser le risque client.

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.

Environnement de travail

Rattaché hiérarchiquement au directeur de Centre d’affaires de la Direction des Entreprises et des Territoires de la Banque Postale

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9