Fonction
DIRECTEUR APPUI VENTE MARCHE IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- DIRECTEUR APPUI VENTE MARCHE IV.A (H/F)
- RESPONSABLE APPUI ACTION COMMERCIALE IV.A (H/F)
- RESPONSABLE APPUI ACTION COMMERCIALE TELEVENTE IV.A (H/F)
- RESPONSABLE APPUI PROJETS COMMERCIAUX IV.A (H/F)
- RESPONSABLE APPUI PROJETS COMMERCIAUX III.3 (H/F)
- MANAGER DE L'EXPERTISE DES OFFRES IV.A (H/F)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie commerciale de la Branche Service-Courrier-Colis, de la Direction du Développement Commercial Entreprises, au sein du Centre d'Expertise la Directrice/le Directeur Appui Vente contribue en tant que Référent(e) sur son (ses) marché(s) et les offres correspondantes, à l'efficacité commerciale afin de réaliser les objectifs de vente.
Elle/il garantit le professionnalisme des Experts Marché qu'elle/il manage et assure les interfaces nécessaires avec la Direction du Déploiement Commercial, les Pôles de la Branche SCC et les Opérateurs Courrier et Colis.
Elle/Il est garant(e) de la performance, la motivation, le développement des compétences et le professionnalisme des collaborateurs de son équipe.

Missions

Impulser/donner la direction/diriger
Vision, déployer la stratégie :
• Communique la vision stratégique commerciale et en assure la mise en œuvre opérationnelle en la déclinant au travers d'un contrat d'objectifs ,
• Communique la vision d'ensemble de l'entreprise en faisant partager une vision du changement qui donne du sens pour chacun et accompagne son équipe dans la réussite des projets.

Centrer ses actions et celles de ses collaborateurs sur l'atteinte des résultats :
• Organise et pilote l'activité de son équipe ,
• Est garant(e) de la démultiplication auprès des équipes sur son/ses marché(s) de référence du Plan d'Action Commercial et de la politique commerciale des opérateurs et Filiales ,
• Identifie les évolutions, et les axes d'actions de son/ses marché(s), et les communique aux acteurs concernés (DVE, DVGC, DC, siège …) ,
• Identifie avec la Directrice/le Directeur Commercial les enjeux commerciaux clés afin de faire mettre en place les actions par les experts ,
• Contribue à l'atteinte de l'objectif du TRO (Taux Réalisation de l'Objectif) de son marché ,
• Coordonne les revues de portefeuilles et la saisie des campagnes pour permettre la détection d'opportunités en amont ,
• Suit les indicateurs de performance et les résultats afin de mener des actions correctives ,
• Pilote l'activité de son équipe en matière d'analyse et de benchmark marché notamment en l'enrichissant des bonnes pratiques partagées au niveau national ,
• Organise une relation formalisée avec les experts marchés et les managers DVE/DVGC et les interlocuteurs filiales ,
• Définit avec les Directions des Ventes, des Ventes Grands Comptes et Télévente le niveau d'intervention des experts de marché et s'assure de la qualité de leurs actions ,
• Délègue les responsabilités et leviers nécessaires à ses équipes et travaille avec elles en co-construction pour réaliser les objectifs fixés, améliorer le process et la satisfaction client.

Favorise et développe les interactions entre la/les Filiale(s) et les équipes de vente en organisant notamment des réunions pour coordonner les actions vers les clients à enjeux :
• Encourage et organise les réflexions et travaux avec les autres Centres d'Expertise afin de renforcer l'efficacité des actions ,
• Anime les Responsables Développement Solutions de son marché ,
• Organise le lancement des nouvelles offres auprès de la Force de Vente ,
• Favorise la professionnalisation des vendeurs des Directions des Ventes, Grands Comptes de son périmètre

sur l’expertise marché en respectant la méthode de vente ,
• Garantit et coordonne les formations marché des nouveaux vendeurs par les experts ,
• Favorise l’optimisation du temps appui commercial de ses équipes au service des Directions des Ventes Entreprises et Grands Comptes.

Contribuer au développement du chiffre d’affaires :
• Organise et garantit l’information des forces de vente sur les événements clés sur chaque marché ainsi que sur une veille concurrentielle ,
• Contribue au travail d’analyse des résultats et aux tableaux de bord de projection du chiffre d’affaires en lien avec le pôle pilotage. Sur cette base, construit, propose des actions spécifiques de reconquête et/ou de développement de son/ses marché(s) ,
• Détermine le discours commercial clé ou une approche commerciale spécifique sur une solution, une nouvelle offre et/ou une gamme donnée ,
• Pilote le benchmark des bonnes pratiques et des échecs business.

Agir pour la satisfaction client :
• Insuffle, auprès de ses équipes, la proactivité et le fait d’être systématiquement force de propositions et de solutions pour faciliter, innover et développer la performance des équipes de ventes ,
• Est garant(e) des délais et de la qualité des prestations fournies.

Garantir l’adaptation des ressources :
• Est garant(e), de la bonne application des engagements pris dans les accords nationaux et de la qualité de la vie au travail.

Préserver tous les jours et partout la Santé et Sécurité des postiers :
• Garantit la stratégie de prévention et la fait respecter en impulsant et pilotant le Système de Management de la Santé Sécurité au Travail.

Mobiliser/Développer les compétences
Accompagner les collaborateurs :
• Motive et challenge ses collaborateurs dans l’atteinte et dépassement des résultats ,
• Favorise et s’assure de la professionnalisation de ses équipes en particulier sur la maîtrise de la méthode de vente et la connaissance marché ,
• Transfère son expertise et joue un rôle de référent(e) ,
• Participe à la revue de personnel et de la détection des talents ,
• Accompagne le développement des talents et aide chacun à réaliser son projet professionnel.

Compétences

Communication et marketing

Communication commerciale

Valoriser les offres (services / produits) du Groupe selon les différents canaux de communication, soutenir le business de l'entreprise et animer une campagne commerciale.

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.

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

Analyse du besoin Client / Partenaire / Collaborateur

Comprendre, analyser et challenger les besoins et attentes de ses clients / partenaires / collaborateurs, en prenant en considération leurs contraintes et les risques associés. Conseiller et alerter au regard de leurs choix.

Organisation du travail et planification

Anticiper et structurer ses actions pour une meilleure efficacité. Coordonner, planifier et prioriser ses activités afin d'atteindre l'objectif fixé.

Réaliser une veille sur les réglementations et/ou innovations

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions réglementaires, technologiques et des innovations en vigueur dans son domaine d'intervention en lien avec les enjeux de l'entreprise et attentes des clients / partenaires et à les intégrer dans son activité. Analyser les impacts et communiquer auprès des acteurs concernés.

MANAGEMENT

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.

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.

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.

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.

Relation Client

Appui et Conseil

Apporter conseils, propositions et informations utiles au client (interne ou externe) / partenaire, le challenger et l'alerter à bon escient et rechercher des solutions aux besoins exprimés en prenant en compte les impacts potentiels.

Risques et Conformité

Sécurité / Sûreté des biens et des personnes

Assurer la sécurité et la sûreté des biens et des personnes sur son domaine d'intervention en conformité avec la règlementation en vigueur.

Système d'excellence

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.

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.

Management du système d'excellence

Mettre en ?uvre un management global et intégrateur de l'amélioration continue. Favoriser l'apprentissage et l'appropriation des procédures et standards au poste. Faire partager une vision de l'amélioration continue qui ait du sens pour chacun et développer ses équipiers par l'apprentissage de la résolution de problèmes. Créer les conditions pour aider celui qui réalise le service auprès des clients, pour bien faire du premier coup et apprendre de ses erreurs. Manager la transformation, définir et accompagner la mise en ?uvre du contrat d'objectifs. Garantir la maîtrise du nominal en recherchant le juste équilibre des attentions entre le Client, le Postier et l'Entreprise.

Vente

Méthodes et techniques de vente

Maîtriser les méthodes et techniques de vente, de négociation, de communication sur les différents canaux de la relation client / prospect (dans une vision omnicanale) de la prospection à la conclusion de la vente.

Environnement de travail

Direction Centre Expertise

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 10 à 49