

Fonction

DIRECTEUR COMMERCIAL RESEAU IV.B (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DIRECTEUR DES VENTES TELEVENTE IV.B \(H/F\) ✓](#)
- [DIRECTEUR DES VENTES GRANDS COMPTES IV.B \(H/F\) ✓](#)
- [DIRECTEUR COMMERCIAL SIEGE IV.C \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DES VENTES ENTREPRISES IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DES VENTES ENTREPRISES IV.B \(H/F\) ✓](#)
- [DIRECTEUR DU DEPLOIEMENT COMMERCIAL IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR COMMERCIAL PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS IV.B \(H/F\) ✓](#)
- [DIRECTEUR COMMERCIAL PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE TERRITOIRE IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE TERRITOIRE IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARCHÉ COURRIER COLIS IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARCHÉ PARTICULIERS BANQUE/LPM IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARCHÉ COURRIER COLIS IV.C \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARCHÉ PARTICULIERS BANQUE/LPM IV.C \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR COMMERCIAL IV.C \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR COMMERCIAL IV.B \(H/F\)](#)
- [MANAGEMENT ET DEVELOPPEMENT COMMERCIAL - GROUPE C IV.C \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR REGIONAL DES VENTES IV.B \(H/F\) ✓](#)
- [DIRECTEUR TERRITORIAL PRESTATAIRES IV.B \(H/F\)](#)
- [POSTE COMMERCIAL - GROUPE B IV.4 \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR D'EXPERTISE COMMERCIALE IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEPLOIEMENT ET SATISFACTION CLIENTS IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR EXECUTIF ADJOINT BGPN CHARGE DU DEV ET DE L'ANIMATION CIALE IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT LA POSTE PRO IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT LA POSTE PRO IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR BUSINESS UNIT DISTANT IV.B \(H/F\)](#)
- [DEX ADJOINT BGPN EN CHARGE DE LA PRESENCE ET DU MAILLAGE TERRITORIAL IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT BANQUE IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE TERRITOIRE PARTENARIATS IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE TERRITOIRE PARTENARIATS IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT BANQUE IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT ESPACE COMMERCIAL IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT ESPACE COMMERCIAL IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR EXECUTIF ADJOINT BGPN CHARGE DU DEV ET DE L'ANIMATION CIALE IV.A \(H/F\)](#)
- [DEX ADJOINT BGPN EN CHARGE DE LA PRESENCE ET DU MAILLAGE TERRITORIAL IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Le Directeur Commercial en Direction Régionale garantit la mise en œuvre de la politique commerciale et de la stratégie Expérience Client définies par le Réseau La Poste, La Banque Postale (Marché bancaire des particuliers et des professionnels) et La Poste Mobile.

Il contribue au développement du PNB et des parts de marché bancaire des particuliers et des professionnels et du Chiffres de Ventes de La Poste Mobile.

Missions

Participe, en appui au DR, à la déclinaison la stratégie commerciale et Expérience Client :

Décline et met en œuvre la politique commerciale et Expérience Client définie par le Réseau La Poste, La Banque Postale et La Poste Mobile sur sa Direction régionale,

Participe à la coordination de l'action commerciale multi-métier à priorité bancaire,

Apporte son expertise, son appui et soutien et ceux de son équipe, aux Managers (DT/DS) de la Direction Régionale pour la mise en œuvre du PAC et le déploiement de l'ensemble des projets commerciaux envers les clients particuliers visant à la réalisation des objectifs LBP/LPM,

S'assure de la mise en place de la communication commerciale et du respect du merchandising LBP et LPM dans les Secteurs.

Pilote, en appui au DR, la politique commerciale et Expérience client sur les marchés des particuliers et de La Poste Mobile :

Contribue à la réalisation des objectifs commerciaux LBP, au développement du PNB et des parts de marché de la Banque Postale sur toute sa gamme de produits et services du marché Particuliers, dans le respect de la réglementation bancaire et financière,

Contribue à la réalisation des objectifs commerciaux et au développement des parts de marché LPM, Pilote le déploiement de la politique Expérience Client Réseau-Banque et de ses projets nationaux, en appui et soutien de son équipe et des managers (DT/DS) de la Direction Régionale,

Analyse les résultats commerciaux et les écarts de performance entre la Direction Régionale et les autres Direction Régionale de la DEX, et entre les secteurs au sein de la Direction Régionale,

Anticipe l'évolution de l'activité commerciale pour définir des plans d'action permettant de résorber les écarts de performance,

Analyse les résultats de l'Expérience Client et définit les plans d'action permettant de résorber les écarts, Joue un rôle d'interface entre le Siège et les opérationnels pour simplifier, prioriser et adapter les actions commerciales au marché local,

Impulse et anime les synergies entre les acteurs de la DR et des filiales LBP et LPM afin de garantir la dynamique commerciale.

Déploie la stratégie de développement du marché bancaire « Professionnels » :

Développe le marché bancaire « professionnels » en mettant en œuvre le plan d'actions commerciales auprès de la ligne conseil bancaire, en synergie et en coordination avec les DA Pros de sa zone de chalandise,

Développe les relations et garantit les synergies entre les correspondants DEDT, et les acteurs du Réseau qu'il manage pilote, et coordonne,

Développe les relations et garantit les synergies entre les correspondants DEDT et les DIRCOS DDZMP (zone de marché), les DIRCOS Courrier Colis et le Directeur de la Maison de l'Habitat de la Direction Régionale.

Coordonne les actions de conquête de la double relation et assure le lien et la communication des sujets bancaires Professionnels / Particuliers,

Contribue à l'acculturation bancaire des conseillers sur le marché des professionnels,

Sensibilise les secteurs à la maîtrise des risques liés aux Personnes Morales (PMO)

Contribue à l'animation fonctionnelle et à la professionnalisation des acteurs opérationnels :

Garantit l'appropriation et la montée en compétence de l'ensemble des collaborateurs de la DR, en particulier sur l'expertise bancaire, la démarche expérience client, l'expertise LPM, les méthodes de vente, conformité,

Développe et anime l'Expérience client, en appui des managers opérationnels,

Coordonne, met en œuvre et pilote les opérations de professionnalisation des commerciaux (LCB et Chargés de Clientèles) avec les managers opérationnels et le Directeur Commercial Zone de marché et Partenariat,

Directeur Commercial Patrimoine,

S'assure du respect du plan de formation LBP et LPM à destination des Managers, de la LCB et des chargés de Clientèle,

Assure une veille sur l'environnement externe et ses évolutions structurantes et sa diffusion auprès des managers opérationnels (ex : Omni canal, Digitalisation du Réseau...)

Manage, anime et développe ses collaborateurs :

Assure le management hiérarchique et fonctionnel de ses équipes et des filiales dédiées à l'Expérience Client et à l'animation commerciale sur les marchés dont il a la charge - particuliers LBP et LPM

Coordonne l'activité des responsables de marché afin de garantir son efficacité

Organise les activités d'appui et de soutien aux territoires en collaboration avec le Directeur développement Partenariat et Zones de marché, le Directeur Commercial Patrimoine et le Directeur Maison de l'Habitat, y compris sur le volet Expérience Client

Met en œuvre des synergies avec les équipes de la DR et les acteurs des filiales et des partenaires locaux en DAST et en CF pour le déploiement des projets commerciaux et Expérience Client

Compétences

Banque de détail

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.

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.

Conviction et influence

Savoir structurer son argumentation et adapter sa posture à son interlocuteur afin qu'il comprenne et s'approprié 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.

Autonomie

Savoir s'organiser dans son travail individuel et au sein d'un collectif, agir en toute responsabilité et faire preuve d'initiative sur son périmètre d'activités et sur les outils collaboratifs. Réagir rapidement à des situations en cherchant des solutions et savoir remonter les alertes si besoin. Assumer ses décisions et ses actions tout en tenant compte de son environnement.

Hauteur de vue et prise de recul

Savoir considérer une situation de façon détachée, en appréhendant ses enjeux et objectifs de manière à cerner la situation dans sa globalité et la projeter dans l'avenir. Mettre en place des modes de fonctionnement propices à l'autoréflexion et la prise de conscience afin d'envisager de nouvelles manières d'aborder un sujet ou de réorienter ses réflexions.

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.

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 accroître 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

Expression orale et écrite

Savoir s'exprimer aussi bien à l'écrit qu'à l'oral de manière claire et compréhensible, avec un vocabulaire adapté à l'interlocuteur et au contexte professionnel, et selon le canal de communication.

Synthèse

Savoir trier, analyser et isoler les informations essentielles des informations accessoires. Consolider des informations pour réaliser une synthèse.

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.

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.

MANAGEMENT

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.

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.

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.

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)

Reconnaître

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 collaboratrices et collaborateurs. Valoriser l'engagement des collaboratrices et collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux dans le cadre professionnel.

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 boîte à idées, organiser des réunions dédiées, organiser des challenges, un teambuilding solidaire, un partage de ressources dans teams, des participations à des salons, etc.

Pilotage et gestion de l'activité

Pilotage et reporting

Piloter son activité. Suivre ses indicateurs de performance. Savoir consolider les informations dans des tableaux de bord. Savoir rendre compte et alerter le cas échéant.

Relation Client

Amélioration de la satisfaction du client

S'assurer en permanence de la satisfaction du client en prenant en compte son avis à chaque étape de la relation. Faire preuve d'agilité en adaptant en temps réel sa posture aux attentes et besoins du client. Faire preuve de proactivité et d'initiative pour renforcer le lien avec le client.

Recherche de solution

Mettre en oeuvre tous les moyens à sa disposition pour apporter une solution au client. Accompagner le client de manière individualisée. Assurer une traçabilité et un suivi des demandes.

Risques et Conformité

Cadre législatif et réglementaire

Savoir traiter les connaissances relatives aux réglementations, processus internes et législations en vigueur sur son domaine d'intervention.

Environnement de travail

Direction Régionale

Rattachement hiérarchique : Directeur Régional

Relations internes / externes : Directeurs de Territoires, Directeurs de Secteur, et ses collatéraux en DR. Il

Travaille en synergie étroite avec les Directeurs de Territoire, le Directeur Commercial Patrimonial, le Directeur Développement des partenariats et Zones de Marché, le Directeur Maison de l'Habitat , les DA Pros de sa zone de chalandise afin d'assurer la cohérence des actions vers les secteurs,

En coordination avec le directeur de la communication, pour les actions de communication commerciale. Les responsables clientèle professionnelle.

Travaille en synergie étroite avec ses partenaires Expérience Client en DAST et en Centre financier afin de mettre en place les actions d'amélioration de l'Expérience Client en cohérence avec les autres actions de la DR.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 1 à 9