

Fonction

DIRECTEUR DE CENTRE D'AFFAIRES 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

Le Directeur du Centre d'Affaires est responsable du développement du PNB et de la part de marché de La Banque Postale sur les clients Entreprises et Economie Sociale de son périmètre.

Il manage, pilote, anime et développe ses collaborateurs, en s'appuyant notamment sur les lignes fonctionnelles de la Direction des Entreprises et du Développement des Territoires et la filiale La Banque Postale Crédit Entreprises (Conseillers crédit bail mobilier, Conseillers crédit bail immobilier, Conseillers affacturage, Animeurs de marché...).

Missions

Décline et met en œuvre le plan d'action commercial:

Analyse les résultats de ses équipes et met en œuvre les plans d'actions correctifs nécessaires

Assure un suivi personnalisé des clients à fort potentiel ou risque de son Centre d'Affaires, en collaboration avec les conseillers

Garantit le respect des processus et principes de commercialisation

Contrôle la qualité de la contractualisation et de la relation commerciale

Reporte périodiquement à sa hiérarchie sur ses résultats commerciaux et les actions correctrices envisagées

Manage son équipe et accompagne le changement:

Organise et optimise les activités de son équipe

Veille au développement professionnel de chaque collaborateur et identifie les leviers d'amélioration

Assure l'évaluation de la performance de son équipe

Assure la montée en compétence de son équipe:

Veille à l'appropriation et l'utilisation par ses collaborateurs des méthodes et outils en vigueur

Assure la professionnalisation de son équipe en sollicitant la ligne fonctionnelle pour des actions d'accompagnement, de training, de formation

Identifie les meilleures pratiques et contribue à les diffuser

Contribue à la conception, la mise à jour de certains modules de formation de la filière Entreprises et Economie sociale

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

Est responsable de l'exécution du plan de contrôle de premier niveau sur son périmètre et du suivi des plans d'actions correctrices

Intervient dans le traitement des litiges en liaison avec les services juridiques et contentieux

Veille au respect des procédures et des délégations de signature

Assure le pilotage transversal et les relations externes:

Représente La Banque Postale, notamment en organisant ou participant à des événements visant à promouvoir l'activité ou à développer les synergies avec les autres métiers et forces commerciales du Groupe La Poste

Crée et développe un réseau relationnel avec les acteurs locaux du Groupe La Poste et les acteurs du tissu économique local

Participe à la veille concurrentielle sur son périmètre géographique

Compétences

Banque des entreprises

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.

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.

Maîtrise de soi

Identifier et comprendre ses émotions ainsi que leur influence. Savoir les contrôler et les gérer de façon réfléchie et appropriée dans différentes circonstances (y compris en situation de tension, d'urgence ponctuelle ou conflictuelle), pour maintenir son efficacité au service des objectifs de l'entreprise. Décoder les signaux sociaux (verbaux et non verbaux) et comprendre les émotions des autres pour communiquer et nouer des relations durables.

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.

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.

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 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.

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.

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.

Projet

Management de projet

Maîtriser les concepts et les outils de la Gestion de Projet et de la conduite du changement. Mobiliser et animer acteurs et contributeurs, en favorisant les pratiques collaboratives. Garantir le respect de l'équilibre entre les engagements de coût, de délai et de satisfaction client. Analyser les risques et mettre en oeuvre les mesures correctrices.

Risques et Conformité

Contrôle interne

Maîtriser les méthodes permettant de s'assurer de l'application des règles et procédures en vigueur, en vue d'améliorer les performances de l'entreprise.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9