Fonction
DIRECTEUR DE COMPTES STRATEGIQUES IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DES COMPTES STRATEGIQUES IV.B (H/F)
- RESPONSABLE ACTION COMMERCIALE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE ACTION COMMERCIALE IV.A (H/F)
- CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL II.3 (H/F)
- INGENIEUR D'AFFAIRES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS ENTREPRISES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE COMMERCIAL IMPORT IV.A (H/F)
- RESPONSABLE COMPTES CLES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DE COMPTES STRATEGIQUES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS ENTREPRISES III.2 (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS ENTREPRISES III.3 (H/F)
- CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.1 (H/F)
- CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.2 (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS GRANDS COMPTES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE COMMERCIAL CODES ET EXAMENS IV.A (H/F)
- CHARGE(E) DE DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS III.3 (H/F)
- INGENIEUR(E) DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS IV.A (H/F)
- DIRECTRICE(EUR) DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS COMPLEXES IV.B (H/F)
- INGENIEUR D'AFFAIRES SPECIALISE IV.A (H/F)
- CHARGE D'AFFAIRES SPECIALISE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL IV.A (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.3 (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.2 (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.B (H/F)

Raisons d'être

La Directrice/Le Directeur des Comptes Stratégiques est responsable du développement des activités commerciales et parts de marché sur les comptes stratégiques confiés, et de la satisfaction de ses clients dans le cadre du plan stratégique du Groupe La Poste et particulièrement de la Branche de transformation vers le monde des Services.

Elle/Il est garant(e) de l’atteinte des objectifs commerciaux déclinés sur chacune des BUs de la Branche Services Courrier Colis en développant un partenariat naturel.

Elle/Il contribue à la réussite des actions menées sur les clients de son portefeuille en territoire par un travail en étroite collaboration avec les Responsables Grands Comptes. Elle/Il contribue au professionnalisme des Responsables Grands Comptes.

Missions

Centrer ses actions sur l’atteinte des résultats

Conception

Réalise et suit le plan de compte(s) tout en intégrant la stratégie du client et celle de nos concurrents, dans le cadre du Plan d’Actions Commercial en coordonnant la structure territoriale

Déploie les projets structurants sur son périmètre

Assure le développement à court, moyen et long terme de son compte/ses comptes :

· en consolidant le chiffre d’affaires existant par la fidélisation

· en détectant, identifiant et analysant les projets et besoins des clients

· en proposant, négociant et mettant en œuvre les solutions intégrées

· en négociant les contrats et en contrôlant leur exécution

· en mettant en place, selon la stratégie du plan de compte, les ressources auxquelles elle/il confie la réalisation des objectifs,

· en suscitant de nouveaux projets et en mettant en place une structure commerciale (Account team),

· en mettant en place tout au long de son plan d'action des points de contrôle lui permettant de repérer les écarts afin de proposer des plans d'actions commerciales adaptés

Garantit la réponse aux appels d'offres

Pilote les plans de comptes des Responsables Grands Comptes en les accompagnant sur les dossiers à enjeux.

Garantit la pertinence, la qualité, l'exhaustivité et la fiabilité des informations relatives aux comptes :

· en recueillant et en capitalisant les informations sur le compte (organisation, structure, stratégies, concurrence, circuits de décision) afin d'en assurer la diffusion auprès des personnes concernées, en temps réel ou par l'intermédiaire du plan de compte mis à jour.

Assure le leadership de l'Account team en s'assurant de la complémentarité de l'équipe, en motivant les personnes et en coordonnant leur activité.

Supervise et accompagne la mise en œuvre du management de la transformation au travers de l'Excellence commerciale avec la réunion flash hebdomadaire, la visite accompagnée commerciale, le training individuel, le coaching sur affaires et l'Entretien Mensuel de Performance et de Progrès (EMPP).

Garantit une performance équilibrée entre la satisfaction des clients et la valeur créée pour l'entreprise

Respecte la Charte éthique (règles de la concurrence, prévention de la corruption, risques de réputation ..)

Renforcer les synergies

Assure l'interface entre les clients et l'ensemble des entités du Groupe La Poste

Apporte l'appui nécessaire aux commerciaux en territoire et aux filiales pour développer le chiffre d'affaires, notamment des relais de croissance, et les relations avec les instances nationales.

Développe une vision prospective du secteur d'activité, la traduit en termes de moyens et anime la force de vente adaptée en territoire

Agir pour la satisfaction client

Garantit la satisfaction du client, dans le respect des plans d'actions commerciaux :

· en développant des relations de partenariat,

· en coordonnant l'ensemble des acteurs,

· en contrôlant la qualité des prestations vendues au client.

Garantit la pertinence, la qualité, l'exhaustivité et la fiabilité des informations relatives aux comptes :

· en recueillant et en capitalisant les informations sur le compte (organisation, structure, stratégies, concurrence, circuits de décision) afin d'en assurer la diffusion auprès des personnes concernées, en temps réel ou par l'intermédiaire du plan de compte mis à jour.

Sécurité/Prévention des risques

Applique les procédures et les consignes individuelles et collectives relatives au poste de travail. Contribue à la prévention des accidents en identifiant les conditions de travail dangereuses ou les problèmes de sécurité, les signale à sa hiérarchie et soumet des propositions d'amélioration.

Compétences

Communication et marketing

Stratégie et plan de communication

Maîtriser et sélectionner les supports, outils et process de communication / média (numérique, papier, visuel, audio, réseaux sociaux. . .) les plus adaptés à l'action de communication souhaitée et à la cible sur son périmètre, afin de formaliser des recommandations stratégiques et construire des plans de communication / médias.

COMPORTEMENTALES

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.

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.

Adaptabilité

S'adapter aux évolutions et aux aléas des situations et de son environnement de travail dans les délais adéquats en faisant preuve de souplesse. Savoir gérer ses priorités en intégrant les évènements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

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.

Culture RSE

Acquérir et/ou développer des connaissances sur la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et connaitre les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

Efficacité professionnelle

Réseaux et environnements (internes et/ou externes)

Créer / intégrer / animer des réseaux (physiques et/ou numériques) et s'insérer dans des écosystèmes (internes et/ou externes) en lien avec son activité.

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.

Pilotage et gestion de l'activité

Culture de la performance

Analyser les résultats économiques et financiers (analyse des coûts et de la performance, gestion budgétaire, rentabilité...) et identifier les leviers sur son domaine d'intervention permettant de maximiser la performance et la rentabilité de l'organisation.

Projet

Management de projet

Maitriser 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.

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. Maitriser l'argumentation afin de conclure la vente.

Risques et Conformité

Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité

Appliquer, transmettre ou faire respecter les consignes spécifiques et générales à son poste de travail. Signaler à sa hiérarchie les situations de travail dangereuses et les problèmes de sécurité. Utiliser les moyens de locomotion dans le respect des normes d'utilisation.

Système d'excellence

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.

Connaissance et compréhension des process de son métier pour garantir la promesse client

Capacité à connaitre les enjeux, les objectifs qui constituent la promesse client. Capacité à connaitre les différentes opérations à réaliser en lien avec cette promesse 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

Direction commerciale Siège

Relations internes/externes

¨ Directrice/Directeur Commercial

¨ Directrice/Directeur des ventes Grands Comptes

¨ Responsable Grands Comptes

¨ Responsable Grands Comptes locaux

¨ Autres Directrices/Directeurs Comptes stratégiques

¨ Toutes Directions BSCC et équipes Bus & Filiales

¨ Direction de la satisfaction Clients

¨ Equipes Banque postale

¨ Délégué(e)s Régional du Groupe

Clients externes

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 1 à 9