Fonction
DIRECTEUR DE SECTEUR JUNIOR IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- DIRECTEUR MAISON HABITAT IV.A (H/F)
- DIRECTEUR MAISON HABITAT IV.B (H/F)
- DIRECTEUR DE SECTEUR IV.A (H/F) V
- DIRECTEUR DE SECTEUR JUNIOR IV.A (H/F)
- RESPONSABLE DE POLE AGENCE BANCAIRE A DISTANCE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE AGENCE BANCAIRE A DISTANCE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE AGENCE BANCAIRE A DISTANCE IV.A (H/F)
- RESPONSABLE DE POLE AGENCE BANCAIRE A DISTANCE IV.A (H/F)

Raisons d'être

Premier développeur et leader de son équipe, le Directeur de Secteur Junior garantit la performance globale de son secteur à priorité bancaire dans le respect des valeurs de l'entreprise. Il assure notamment la performance commerciale de son secteur par le développement du PNB et la maitrise des risques.

Le DS Junior est rattaché hiérarchiquement à un Directeur de Territoire.

Il bénéficie d'un accompagnement opérationnel de plusieurs tuteurs pendant le programme

Ses champs de responsabilités durant toute la période de son tutorat Management d'équipe

Développement commercial (multi branches et omni-canal)

Maitrise des risques et conformité des opérations

Excellence de l'expérience client

Conduite du changement

Relations internes et externes

Impact sur le PNB de l'entreprise : développement et fidélisation de la clientèle, garant de l'atteinte du PNB et CA Courrier Colis LPM de sa zone, garant de la satisfaction client et l'expérience client

Missions

Pilote l'animation et le développement commercial sur sa zone de chalandise

- Explique, partage et déploie la politique commerciale du Réseau à priorité bancaire
- Met en oeuvre le plan d'action commercial en favorisant les initiatives locales
- Adapte son plan de développement commercial en fonction de la typologie de sa zone de chalandise : patrimoniale, professionnelle, rurale ou zone urbaine sensible
- Impulse un état d'esprit commerçant (accueil, proximité, qualité de la relation client…)
- Impulse et met en oeuvre une dynamique commerciale collective favorisant l'esprit d'équipe et les apports d'affaires en synergie
- Organise la prospection sur sa zone de chalandise
- Gère et développe personnellement un portefeuille relationnel de clients VIP
- Pilote la réalisation des objectifs du secteur au travers de sa feuille de route

Assure le management des conseillers bancaires et favorise la synergie avec les conseillers spécialisés (CSP, CSI, RCPros…)

- Organise le management collectif et personnalisé de son équipe
- Assure en propre les actes de management incontournables (fixation des objectifs, entretien de performance, entretien d'activité…)
- Soutient, anime et accompagne les conseillers bancaires
- Garantit le développement du professionnalisme de ses conseillers bancaires en s'appuyant notamment sur le Responsable Client particulier
- Organise les actions de synergie avec les conseillers spécialisés
- Garantit l'atteinte des objectifs individuels et collectifs des conseillers bancaires

Garantit l'excellence de l'expérience client dans une dimension omni-canal

- Mobilise l'ensemble des acteurs du terrain autour de l'excellence de la relation client
- Assure les conditions de responsabilisation de l'ensemble de l'équipe de direction sur la qualité de la prise en charge et l'orientation des clients
- Organise l'écoute des clients au sein de son secteur et la prise en charge de leurs demandes
- Garantit la mise en place, la mise en oeuvre de la démarche Expérience Client du Réseau et le suivi de son plan d'action

Conduit la transformation de son secteur dans un réseau multi-branches à priorité bancaire

- Fédère et responsabilise son équipe autour d'un projet de secteur
- Conduit avec son équipe de direction les projets d'adaptation de l'organisation
- Pilote la mise en oeuvre de l'adaptation des points de contact de son secteur aux nouveaux comportements des clients S'assure de la mise en oeuvre de la démarche de développement des partenaires
- Garantit la qualité du dialogue avec les organisations syndicales

Crée les conditions de l'engagement de son équipe de direction pour l'appui et le soutien aux forces de vente guichet et bancaire

- Structure, organise et anime son équipe de direction à priorité bancaire pour apporter appui et soutien à la ligne conseil bancaire et à la ligne guichet
- Met en oeuvre une dynamique commerciale collective et favorise le partage de bonnes pratiques
- Assure les conditions de la responsabilisation de tous les acteurs du secteur, basée sur une réelle attention portée aux collaborateurs en tant que personne.
- Garantit la montée en compétences de ses équipes et accompagne leur évolution professionnelle

Développe les relations avec l'environnement extérieur

- Rencontre les acteurs économiques locaux afin de promouvoir l’image de La Banque et de La Poste
- Développe le portefeuille de son secteur sur les clientèles bancaire patrimoniale et professionnelle
- Organise une veille concurrentielle et une cartographie des acteurs locaux, lui permettant de développer sa connaissance du secteur

Garantit la maîtrise des risques bancaires, opérationnels et financiers

- En tant que risk manager de son secteur, met en oeuvre les dispositifs de maîtrise des risques
- Prend les décisions risque dans le respect du dispositif délégataire en vigueur à La Banque Postale
- Organise les délégations
- Effectue les contrôles de 1er Niveau bancaire et autres
- Garantit la mise en oeuvre des plans d’action de conformité qu’il aura déterminé suite à ses contrôles, à ceux du COB
- Met en place des actions préventives suites aux indicateurs d’anomalies qui lui sont transmis et s’assure de leur mise en œuvre
- Assure le respect des règles de sûreté
- Assure le respect de la réglementation HSCT

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.

Marché Patrimonial
: Connaître les spécificités de la clientèle Patrimonial. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

Marché Professionnels
: Connaître les spécificités de la clientèle Professionnels. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

COMPORTEMENTALES

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.

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.

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.

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.

Digital et Data

Processus dématérialisés

Connaître les processus numériques et comprendre les enjeux en lien avec la dématérialisation (impacts juridiques, archivage à valeur probante, signature électronique, etc.).

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.

MANAGEMENT

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)

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.

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.

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.

Pilotage et gestion de l'activité

Amélioration continue

Réaliser des diagnostics, et/ou définir et mettre en oeuvre des plans d'actions dans une optique d'optimisation des produits, des services ou des processus au service de la satisfaction client.

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.

Analyse de la performance et rentabilité

Analyser la performance d'un projet à un instant t (analyse et contrôle des coûts, des données budgétaires réalisées vs prévisionnelles, du Cash Flow, analyse d'un compte de résultats, calcul de coûts unitaires, calcul de prix de revient...) et optimiser sa rentabilité à moyen et long terme (gestion prévisionnelle et estimation des coûts, scenarios prédictifs, simulation d'impacts, résultats prospectifs, etc.).

Projet

Conduite du changement

Accompagner les transformations induites par la mise en oeuvre d'un projet / plan stratégique, en mettant en application des techniques de conduite du changement (mobilisation, communication, formation, etc.).

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

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.

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.

Conformité

Disposer de l'ensemble des connaissances sur les règles et techniques permettant d'assurer la gestion du risque de non-conformité des processus, depuis sa conception, son lancement à son suivi et sa maintenance, dans une logique de sécurisation.

Cadre législatif et règlementaire

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

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.

Analyse, management et pilotage des risques

Détecter, analyser et remonter les risques, y compris les risques de non-conformité en lien avec son activité et proposer ou challenger des actions de couverture, déclarer les incidents de non-conformité Controler et évaluer la maitrise de l'ensemble des risques sur son domaine d'intervention. Etre en capacité de dresser une cartographie des risques impactant son périmètre d'activité.

Vente

Déploiement des offres vendues

Accompagner la mise en oeuvre opérationnelle des offres commerciales auprès de son/ses client(s) et assurer sa satisfaction.

Prérequis

Jeune diplômé de grandes écoles de commerce ou école de management (de la 4ème à la 38ème or IAE)

Expérience : 1ère expérience opérationnelle dans le domaine Banque/Assurance (alternance /stage) souhaitée

Le programme : 5 mois de formation théorique et pratique + 4 mois d’immersion minimum + soutenance

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

-

  Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 1 à 9