

## Fonction

**DIRECTEUR DES VENTES GRANDS COMPTES IV.B (H/F) Viviers**

## 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 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

La Directrice/Le Directeur des Ventes Grands Comptes est responsable des hommes et des femmes, des clients Grands Comptes et du développement du business, de la satisfaction clients de sa zone dans le cadre du plan stratégique de la Branche de transformation vers le monde des Services.

Elle/Il est garant de l'atteinte des objectifs commerciaux déclinés sur chacune des BUs de la Branche Services Courrier Colis et de la réalisation globale du CAP (effectifs et fonctionnement).

Elle/Il représente la Direction des Ventes Grands Comptes auprès des clients de sa zone.

## Missions

Impulser/donner la direction/diriger

Vision, déployer la stratégie

- Affirme la vision stratégique commerciale et en assure la mise en œuvre opérationnelle en la déclinant au travers d'un contrat d'objectifs.
- Affirme 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.

Conception

- Construit la trajectoire et la feuille de route de sa DVGC dans le cadre du PAC National

- Participe à la co-construction des plans de comptes nationaux.
- Pilote les plans de comptes de ses Responsables Grands Comptes.
- Déploie les projets structurants sur son périmètre.

Centrer ses actions et celles de ses collaborateurs sur l'atteinte des résultats

- Impulse le déploiement des nouvelles pratiques managériales du système d'excellence, garantit un pilotage de la performance et de l'amélioration continue au travers de l'Obeya et diffuse la méthodologie de résolution de problèmes en rendant ses équipes actrices de l'amélioration continue.
- Organise, oriente et dirige l'activité commerciale de ses équipes avec efficacité en identifiant la chaîne de valeur de ses principaux clients ce qui les fait réussir et leurs problématiques clés.
- Assure la synergie entre ses équipes et les différents acteurs de la filière, en étroite collaboration avec les Directions des Ventes Entreprises, les autres Directions des Ventes Grands Comptes et les Directions de Comptes stratégiques.
- Pilote l'optimisation du temps commercial de ses équipes.
- Aide à la relance des affaires en bâtissant une tactique d'approche performante en aidant ses équipes à détecter des opportunités complexes.
- 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, l'attention portée aux collaborateurs et la valeur créée pour l'entreprise
- Organise et fluidifie les relations clients/fournisseurs avec les Directions Territoriales, les DOT colis, les Filiales, les Bus et les Unités d'Affaires.
- Fait respecter la Charte éthique (règles de la concurrence, prévention de la corruption, risques de réputation ...).

Conquérir et développer le chiffre d'affaires

- Consacre au moins 20% (à préciser) de son temps à rencontrer des clients ou prospects.
- Est un interlocuteur connu et reconnu par les principaux décideurs du portefeuille de sa zone.
- Connait parfaitement et suit ce top clients le plus important ou impactant, en interaction avec les commerciaux qui en ont la charge.

Vendre et soutenir les ventes :

- Appuie les dossiers Clients à enjeux de sa zone tant en fidélisation qu'en conquête et sollicite si besoin l'appui des interlocuteurs Filiales et BuS.
  - Accompagne les commerciaux sur des rendez-vous à très forts enjeux et les aide à remporter ces affaires.
- Piloter le développement commercial
- Garantit l'atteinte des objectifs de CA globaux et pour chaque Business Unit dans le respect des plans de marche nationaux :
  - Assure une dynamique de ventes optimale en new business
  - Pilote la fidélisation du chiffre d'affaires pour maintenir et développer nos positions.
  - Détermine les priorités d'actions commerciales à mettre en place pour assurer la fidélisation, le développement, la conquête du CA, en impulsant une dynamique d'innovation pour trouver de nouvelles pistes de croissance.
  - Garantit un volant d'activité suffisant pour permettre l'atteinte des objectifs de CA
  - Garantit, dans le cadre du PAC, la mise en œuvre des priorités nationales, la commercialisation des nouvelles offres et des actions collectives (les verticales).

Sur son territoire :

- Développe la relation avec les clients à fort enjeux au travers de contacts réguliers et de rendez-vous ciblés en s'appuyant notamment sur le réseau des Directrices/Directeurs de Comptes Stratégiques, de la Directrice/Directeur Régionale Groupe et la Directrice/du Directeur Territorial. Il/elle est un interlocuteur connu et reconnu par les principaux décideurs du top portefeuille de sa zone.

Agir pour la satisfaction client

- Garantit un suivi de l'exécution des prestations vendues afin d'augmenter la qualité de service.
- Développe la satisfaction des clients de sa zone avec pour objectif les standards d'excellence et la tenue du nominal.

- Organise la prise en charge efficace et pérenne des besoins et de la satisfaction client :

En pilotant le traitement des réclamations client.

En pilotant les résultats des dispositifs de mesure de la satisfaction Clients (Net Promoter Score...).

En impulsant et pilotant le Système de Management d'excellence.

Garantir l'adaptation des ressources

- Est garant, sur son périmètre la bonne application des engagements pris dans les accords nationaux et de la qualité de la vie au travail.
- Maîtrise son budget et recherche toute optimisation de ses charges de fonctionnement.
- Gère l'équipe sous sa responsabilité dans le cadre de ses délégations.
- Met en place une politique active de maîtrise des risques sur son périmètre.

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.

Agir pour la qualité du climat social

- Conduit les transformations nécessaires dans le respect des règles de conduite du changement.

Mobiliser/Développer les compétences

Accompagner les collaborateurs

Manager

- Motive et challenge ses collaborateurs dans l'atteinte et dépassement des résultats.
- Favorise la professionnalisation de ses équipes en particulier sur la maîtrise des techniques de vente et de négociation stratégique grands comptes, en capitalisant sur les leviers de professionnalisation existants (portail e-learning, formations...).
- Transfère son expertise et joue un rôle de référent.
- Garantit le respect des plans de formation et la mise en œuvre des politiques d'apprentissage.
- S'assure de la conduite des revues de personnel et de la détection des talents.
- Favorise et accompagne le développement des talents et aide chacun à réaliser son projet professionnel.

## 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

#### 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.

#### 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.

## 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.

## MANAGEMENT

#### 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)

#### 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 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

### 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.

## Risques et Conformité

### 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 Contrôler et évaluer la maîtrise de l'ensemble des risques sur son domaine d'intervention. Etre en capacité de dresser une cartographie des risques impactant son périmètre d'activité.

### 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 réglementation en vigueur.

## Système d'excellence

### Management du système d'excellence

Mettre en œuvre 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 œuvre du contrat d'objectifs. Garantir la maîtrise du nominal en recherchant le juste équilibre des attentions entre le Client, le Postier et l'Entreprise.

### 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 œuvre 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.

## 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.

### 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

Directions des Ventes  
Grands Comptes

Déplacements Fréquents Grande disponibilité

## **Famille**

---

## **Filière**

---

## **Métier**

---

### **Répartition des effectifs**

- □

Services-Courrier-Colis

### **Effectif de la fonction**

De 10 à 49