

## Fonction

# DIRECTEUR REGIONAL DES VENTES 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 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

La Directrice/Le Directeur Régional des Ventes Colissimo est responsable des hommes et des femmes, des clients, du développement du business et 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 garantit en permanence les conditions nécessaires pour la mise en œuvre de la stratégie Commerciale et Marketing de Colissimo de façon à atteindre les objectifs de performance fixés par l'entreprise.

Elle/Il garantit la performance, la motivation, le développement des compétences et le professionnalisme des collaborateurs de ses équipes.

## Missions

### Impulser/Donner la direction/Diriger

#### *Concevoir et déployer la stratégie*

- Impulse la vision stratégique commerciale/marketing et en assure la mise en œuvre opérationnelle dans son domaine, en la déclinant au travers d'un contrat d'objectifs
- Affirme la stratégie 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

- Déploie les projets structurants sur son périmètre régional et accompagne son équipe dans la réussite des projets
- Contribue à la définition des objectifs commerciaux sur le plan national

### ***Garantir la conquête et la performance***

- Recherche l'organisation efficiente des canaux de vente directs et middle office (assistant(e)s commerciales et chargé(e)s d'études)
- Organise la complémentarité des canaux de ventes en fixant les objectifs (de résultats, de moyens) et les enjeux de la relation clients de son périmètre
- Garantit la politique des indicateurs de performance et la politique tarifaire de la Direction Commerciale, en s'impliquant notamment dans les négociations à fort enjeux
- Contribue à la définition du budget de fonctionnement (expression de besoins d'optimisation, phase d'arbitrage) et en est le gestionnaire responsable
- Supervise et accompagne la mise en œuvre du management du nominal en choisissant des objectifs responsabilisant et en favorisant le travail en équipe notamment au sein de l'Obeya
- Assure une veille active sur les risques et les opportunités du périmètre, identifie et pilote les plans d'actions en les communiquant à ses équipes
- Veille aux bonnes pratiques centrées clients via les méthodes et outils de la vente (digitalisation de la relation pour exploiter de nouvelles opportunités de business et réduire l'attrition)
- Garantit une performance équilibrée entre la satisfaction des clients, l'attention portée aux collaborateurs et la valeur créée pour l'entreprise en s'appuyant sur les standards managériaux du système d'excellence
- Est en veille active sur les tendances du marché, encourage le partage des bonnes pratiques pour favoriser les opportunités

### ***Agir pour la satisfaction client***

- Garantit la satisfaction des clients en veillant à l'adéquation des actions anticipées et réalisées par ses équipes de vente
- S'implique dans la gestion des clients en s'assurant de la relation étroite entre ses équipes et les autres services : réclamations du service clients, gestion de projet chez les clients
- Participe aux comités clients de sa zone, organise et fluidifie les relations clients/partenaires dans le cadre des projets chez les clients

### ***Garantir l'adaptation des ressources***

- Pilote le plan de comblement des postes de sa zone
- Participe aux entretiens, valide les recrutements et s'assure que les collaborateurs intègrent les parcours de formation
- Est garant de la bonne application des engagements pris dans les accords nationaux et de la qualité de la vie au travail
- Contribue à la définition du plan de rémunération variable de ses équipes

### ***Préserver tous les jours et en tous lieux 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

### ***Guider/Encourager le changement***

#### ***Accompagner les projets de transformation***

- Facilite la compréhension des orientations de l'entreprise et entretient l'adhésion aux changements induits par la mise en œuvre de la stratégie commerciale (ex. : évolutions CRM)
- Analyse les écarts et corrige les trajectoires des projets
- Supervise et accompagne la mise en œuvre du management de la transformation au travers de la réunion hebdomadaire, la visite accompagnée commerciale et l'entretien Mensuel

### ***Renforcer les synergies***

Agit et fait agir en transverse pour piloter les plans d'actions avec tous les départements de la Direction commerciale y compris les autres Directions Régionales, ainsi qu'avec les autres directions de l'entreprise

### ***Mobiliser/Développer les compétences***

#### ***Accompagner les collaborateurs***

- Encadre les chefs des ventes, les commerciaux et les équipes support (Chargé(e)s d'Etudes, assistant(e)s)
- Met en œuvre les actions d'animation des ventes et entretient le niveau de motivation des équipes

- Assure une présence régulière dans toute la région
- Encourage, soutient et challenge ses collaborateurs dans l'atteinte et le dépassement des résultats
- Favorise la professionnalisation de ses équipes en particulier sur la maîtrise des techniques de vente et de négociation, ainsi que sur celle des outils digitaux
- Favorise le développement de la culture générale liée au commerce digital et à l'éco système des clients.
- Transfère son expertise et joue un rôle de référent en prenant la posture de coach
- Garantit le respect des plans de formation et la mise en œuvre des politiques d'apprentissage
- Conduit les revues de personnel et de la détection des talents
- 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 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. Être 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.

## Famille

---

## Filière

---

## Métier

---

## Répartition des effectifs

- □

Services-Courrier-Colis

## **Effectif de la fonction**

De 1 à 9