Fonction
DIRECTEUR REGIONAL PROFESSIONNELS IV.B (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- DIRECTEUR PIC IV.B (H/F)
- RESPONSABLE DE L'EXPLOITATION ET DE SERVICE AUX CLIENTS IV.A (H/F)
- MANAGER REFERENT IV.C (H/F)
- DIRECTEUR DE CENTRE DE LIVRAISON 1 IV.A (H/F)
- DIRECTEUR EXECUTIF LA POSTE IV.C (H/F)
- MANAGEMENT D UNITES OPERATIONNELLES - GROUPE B IV.B (H/F)
- MANAGEMENT D UNITES OPERATIONNELLES - GROUPE C IV.C (H/F)
- DIRECTRICE DIRECTEUR CENTRE LIVRAISON COLIS IV.B (H/F)
- DIRECTEUR DE PFC IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DE PFC IV.B (H/F)
- RESPONSABLE DE CENTRE FINANCIER - GROUPE B IV.5 (H/F)
- DIRECTEUR D'ETABLISSEMENT ACTIVITES SOCIALES ET LOGEMENT IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DE CENTRE FINANCIER IV.A (H/F)
- DIRECTEUR REGIONAL PROFESSIONNELS IV.B (H/F)
- DIRECTEUR REGIONAL PROFESSIONNELS IV.C (H/F)
- DIRECTEUR D'ENTITE RELATION CLIENTS/ADV IV.A (H/F)
- DIRECTEUR D'ENTITE RELATION CLIENTS/ADV IV.B (H/F)
- POSTE MANAGEMENT GENERAL DCN - GROUPE B IV.4 (H/F)
- CHEF DE PROJET MANAGEMENT DES UNITES OPERATIONNELLES IV.A (H/F)
- CHEF DE PROJET MANAGEMENT DES UNITES OPERATIONNELLES IV.B (H/F)
- DIRECTEUR EXECUTIF BGPN IV.C (H/F)
- DIRECTEUR DELEGUE DU RESEAU IV.C (H/F)
- DIRECTEUR EXECUTIF BGPN IV.B (H/F)
- DIRECTEUR ETABLISSEMENT PDC PPDC PPDC-MF IV.A (H/F)
- DIRECTEUR ETABLISSEMENT PDC PPDC PPDC-MF IV.B (H/F)
- DIRECTEUR MULTI SITES IV.A (H/F)

Raisons d'être

En relation directe avec le Directeur Régional Entreprises &amp, Territoires et avec le Directeur Commercial Professionnels, le Directeur Régional Professionnels est responsable des résultats commerciaux et de la maitrise des risques sur son périmètre.

Missions

Anime, pilote et encadre les managers commerciaux (Directeurs de Centres d’affaires ou des DA Pros) affectés à la zone :

Pilote et anime commercialement les Directeurs des Centres d’affaires (et/ou des DA Pros pour le DR Pro) dont il est le manager direct,
Relaye la stratégie et les valeurs du Groupe,
Mobilise l’équipe sur les actions et résultats par l’information et la délégation,
Evalue et développe les compétences des équipes commerciales.

Décline sur son marché, la stratégie et les actions commerciales nationales :

Participe à la définition de la stratégie commerciale et la décline sur sa zone,
Engage la Banque au niveau régional, dans le cadre du schéma délégataire défini,
Bénéficie de délégations en matière de crédit qu'il exerce dans le cadre de la politique risques de LBP,
Prévient et gère le risque de crédit client,
Intègre et anticipe la maîtrise des risques opérationnels,
S’implique dans les relations commerciales avec les clients à plus fort enjeu.

Développe les synergies et veille à l’articulation avec les entités de la Banque et du Groupe :

Promeut et pilote les synergies avec les entités du Groupe et de La Banque (Réseau La Poste, BPE,…),

S’assurer de la bonne coordination avec les middle office.

Compétences

Banque de détail

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.

Banque des entreprises

Marché entreprises
: Connaître les spécificités du marché des Entreprises. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

Marché santé, économie mixte
: Connaître les spécificités des marchés santé et économie mixte. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

Marché collectivités locales
: Connaître les spécificités du marché des collectivités locales. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

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.

Marché habitat social et EPL
: Connaître les spécificités du marché habitat social et EPL. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

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.

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.

Engagement
: Se sentir porteur(se) de l'image du Groupe et adopter une attitude active et positive envers l'entreprise dans la réalisation des missions confiées. Afficher la volonté d'atteindre des objectifs individuels et collectifs à travers une posture constructive.

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.

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.

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.

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)

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.

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.

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.).

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 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

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.

Prérequis

Capacité managériale avérée ainsi qu’une très bonne maitrise du marché dont il a la responsabilité, des risques de crédits et
Opérationnels. Le poste requiert un excellent relationnel.

Environnement de travail

Rattachement hiérarchique : Directeur Régional Entreprises et Territoires
Relations internes / externes : Directeur Régional Entreprises &amp, Territoires, Directeur Commercial Professionnels

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

-

Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9