

Fonction

DIRECTEUR STRATEGIE PROSPECTIVE IV.C (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [ECONOMISTE IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ANALYSES STRATEGIQUES ET INNOVATION IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR STRATEGIE PROSPECTIVE IV.C \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER STRATEGIE INNOVATION IV.B \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Le Directeur Stratégie et Prospective réalise des études et analyses stratégiques pour son domaine d'activités, définit les priorités, les met en perspective et les hiérarchise en intégrant les éléments stratégiques de l'entreprise. Il coordonne et encadre les travaux et les contributeurs internes et externes au sein de projets transverses. Il participe activement aux réflexions en challengeant les projets (y compris les projets d'acquisition), en rédigeant des notes de synthèse et en émettant des recommandations. Il réalise un travail de conseil à forte valeur ajoutée, sur des sujets transverses complexes et sensibles confiés par le Groupe ou qu'il propose. Ses missions sont à fort enjeu et dans des délais généralement resserrés. Il éclaire les dirigeants du Groupe.

Missions

Eclairer les dirigeants en apportant la réflexion et la matière stratégique

• Réaliser des études et analyses stratégiques :

Produire des notes / présentations, des supports d'analyse et de synthèse.

Réaliser des études ponctuelles : portraits de marché, analyse concurrentielle, environnement économique et technologique...

Faciliter la compréhension de l'environnement du Groupe en menant une veille stratégique et en qualifiant et analysant les informations collectées.

Identifier les territoires de conquête du Groupe

• Contribuer à / enrichir la réflexion stratégique :

Accompagner, soutenir et challenger les dossiers relatifs aux différents sujets de son champ d'activités en apportant en permanence de la valeur à la réflexion stratégique et des solutions agiles aux problématiques identifiées.

Etre en interactions permanente et défendre des positions auprès des directions fonctionnelles du Groupe et des branches,

• Synthétiser la réflexion stratégique :

Elaborer des synthèses des dossiers relatifs aux différentes études et projets stratégiques

Encadrer, animer, faciliter la réflexion stratégique

• Coordonner et animer les travaux de réflexion stratégiques, faciliter l'orientation et le choix stratégiques :

Piloter, conseiller et challenger les travaux stratégiques de son domaine d'attribution (revues de performance, présentations stratégiques, comités d'investissements)

Apporter la vision de l'actionnaire avisé à ses interlocuteurs

Proposer des axes de développement, être force de proposition sur les transformations de business model

Identifier les synergies créatrices de valeur au sein du Groupe

Coordonner les interactions, suivre les productions et l'avancement des sujets de son champ d'activités, veiller à la cohérence d'ensemble

Représenter les travaux stratégiques au sein du Métier/ de la Direction concerné

Développer un réseau externe d'expertises à travers des conférences, participations à des groupes de travail de place, échanges avec des pairs...

Assister les actionnaires sur des dossiers correspondants à son champ d'activités

Etre le point d'entrée d'interlocuteurs externes de haut niveau

Emettre des recommandations sur la stratégie à mettre en place, sa déclinaison et son suivi

Fournir les options stratégiques en « input » du plan stratégique sur les business du Groupe (différentiation, croissance externe...) de son domaine d'attribution

S'assurer de l'exécution de la stratégie, de la déclinaison du plan stratégique et de son suivi dans les Branches/Directions du Groupe relevant de son champ d'activités

Compétences

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.

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.

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

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.

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)

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.

Prérequis

Outils bureautiques, applicatifs et logiciels : maîtriser les applicatifs et logiciels de son domaine d'activités

Travail et outils collaboratifs : utiliser les plateformes collaboratives pour échanger, animer une communauté en ligne

Environnement de travail

Fonction exercée au siège Groupe et dans les Métiers

Relations internes/externes

Experts Métier et Opérationnels, Groupe et Branche

Fonctions support : RH, Finances, Achats, SI, Communication

Prestataires externes (conseil, SI, expertise, assistance)

Famille

Filière

strategie rse relations publiques et territor

Métier

Répartition des effectifs

- □
Groupe - siege
- □
Bgnp reseau
- □
Services-Courrier-Colis
- Bgnp numerique

Effectif de la fonction

De 10 à 49