

Fonction

GUICHETIER A DISTANCE CONFIRME / SERVICE CONSOMMATEUR II.2 (H/F)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie du groupe La Poste et du réseau La Poste, le chargé de clientèle à distance confirmé - Service clients est un acteur de l'amélioration de la satisfaction client. A ce titre, il prend en charge les flux des divers canaux. Au cœur du mix canal, il est porteur de l'image de La Poste. Il répond à toutes demandes de renseignements sur tout canal (voix, chat et réseaux sociaux), traite les réclamations, dans le respect des règles et procédures de fonctionnement du service.

Missions

Gère les demandes clients :

Prend en charge les demandes des clients particuliers ou professionnels, sur les différents canaux cités ci-dessus, analyse la demande et la traite conformément aux modes opératoires.

Dans ce cadre, applique les trois attitudes clés de l'esprit de service (accueil, écoute, efficacité), contribue à un accueil de qualité pour tous, adapte son comportement aux attentes de chaque client, démontre politesse et considération.

Met en œuvre la démarche de prise en charge des clients grâce aux méthodes propres à chaque canal :

- Etablit la relation, identifie le service attendu, propose une solution adaptée, met en avant les offres commerciales du temps forts. Il réalise des apports commerciaux aux interlocuteurs appropriés (Gescli Pro, Ligne conseil bancaire...).

- Agit dans le respect des règles de sûreté et de sécurité (LAB / LAT, consignes de sécurité, confidentialité...) Oriente certains appels vers les services clients spécialisés (La Banque Postale, SAV Courrier, SAV Colis, Chronopost,...).

Promeut les services en self care.

Saisit les réclamations des clients conformément au mode opératoire.

Remonte toute information de nature à développer le niveau de satisfaction client.

Contribue à l'atteinte des objectifs des bureaux de poste en proposant à bon escient les offres commerciales des temps forts Banque Postale et Réseau La Poste.

Contribue à la qualité de service :

Contribue à l'amélioration continue de la qualité et l'atteinte des indicateurs de la norme de certification.

Compétences

Banque de détail

Epargne

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits d'épargne. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Services Courrier Colis

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits Services Courriers Colis. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Argent au quotidien

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ouverture de compte et les moyens de paiement. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Réclamations (SAV)

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de l'offre et des modalités de traitement des dossiers de Réclamations (SAV). Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

COMPORTEMENTALES

Adaptabilité

S'adapter aux évolutions et aux aléas des situations et de son environnement de travail dans les délais

adéquats en faisant preuve de souplesse. Savoir gérer ses priorités en intégrant les événements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

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. Être 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

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. Être 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.

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.

Culture RSE

Acquérir et/ou développer des connaissances sur la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et connaître les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

Digital et Data

Réseaux sociaux et e-réputation

Savoir appliquer les règles de communication propres aux échanges sur les réseaux sociaux et autres communautés digitales, relayer l'information à bon escient, et évaluer les conséquences possibles des informations partagées et mises en ligne et de ses prises de parole sur internet. Être acteur(rice) d'un réseau social en construisant, animant et interagissant au sein de l'écosystème digital.

Efficacité professionnelle

Expression orale et écrite

Savoir s'exprimer aussi bien à l'écrit qu'à l'oral de manière claire et compréhensible, avec un vocabulaire adapté à l'interlocuteur et au contexte professionnel, et selon le canal de communication.

Polyvalence multi métiers

Connaître et promouvoir les offres du groupe La Poste et de ses partenaires. Changer d'activité et adapter les modalités de service selon les besoins du client. Favoriser les apports d'affaires croisés.

Processus métier

Savoir traiter les opérations en s'assurant de leur bonne exécution, selon les procédures et modes opératoires en vigueur, ainsi que l'ensemble des processus en lien avec son périmètre d'activité.

Relation Client

Recherche de solution

Mettre en oeuvre tous les moyens à sa disposition pour apporter une solution au client. Accompagner le client de manière individualisée. Assurer une traçabilité et un suivi des demandes.

Services en ligne et offre digitale

Connaître la gamme de produits et services en ligne. Maîtriser les applicatifs et outils utilisés dans la relation à distance avec la clientèle. Pour les fonctions commerciales, être en mesure de commercialiser la gamme de produits et services digitaux.

Traitement de la connaissance client

Savoir exploiter les données issues des SI de connaissance client afin d'optimiser l'activité commerciale en développant les portefeuilles clients, en améliorant les taux d'équipement et en limitant l'attrition.

Vente

Détection du potentiel commercial

Mener une découverte approfondie du client par un questionnement approprié et une écoute active. Identifier son potentiel commercial à partir des informations recueillies afin de développer son portefeuille client, dans une perspective de conquête et de fidélisation. Ajuster le temps passé au potentiel commercial du client.

Environnement de travail

Établissement-Entité : 3631 Service Clients

Rattachement hiérarchique : Superviseur.

Relations internes / externes : Ensemble des points de vente du Réseau La Poste, les différents 3631, les clients.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □
Bgnp reseau
- Bgnp numerique

Effectif de la fonction

De 1 à 9