

Fonction

PRODUCT MANAGER IV.A (H/F) Viviers

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [PRICING ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [PRICING ANALYST IV.B \(H/F\)](#)
- [PRODUCT MANAGER IV.A \(H/F\) V](#)
- [PRODUCT MANAGER IV.B \(H/F\) V](#)
- [PROCESS OWNER IV.A \(H/F\) V](#)

Raisons d'être

La/le Product Manager pilote le chiffre d'affaires, la qualité, la performance et la satisfaction client de sa gamme d'offres et fixe les ambitions de son portefeuille en lien avec le plan de développement.

Elle/il est responsable de la gestion de son portefeuille d'offres dans son ensemble (cadrage, conception, pilotage, etc.) et de la définition de la promesse client sur son périmètre.

Elle/il est responsable de l'innovation sur son portefeuille d'offres au sein du programme stratégique auquel il appartient.

Son activité intègre une forte proximité client.

Missions

Concevoir et piloter un portefeuille d'offres

Participer à la conception d'offres créatrices de valeur pour le client et pour l'interne

- Lors de la création d'une nouvelle offre ou lors de la refonte d'une offre existante, elle/il contribue à la définition de la promesse client et de l'expérience client attendue (mix produit, business plan, go-to-market strategy,etc.).
- Elle/il contribue à la définition des moyens nécessaires à l'accomplissement du projet et à l'atteinte des objectifs définis de son entité (études de marché, études de faisabilité (POC), partenariats, etc.).
- Elle/il propose des offres innovantes (innovation incrémentale et / ou radicale) fondées sur les nouveaux besoins et les nouveaux usages des clients.
- En contact avec les clients, elle/il détecte et analyse les insights clients et les inclue en amont et en aval de la définition de ses offres, qu'elle/il coconstruit avec eux.

Piloter et accompagner le processus de développement d'offres

- Elle/il veille à la réussite de son projet en pilotant e bout en bout les activités sur son périmètre en fixant les ambitions et en définissant les indicateurs de performance et de suivi de son offre (respect des délais, respect du QCD, atteinte du ROI, etc.) dans le respect de la méthode marketing agile.
- Elle/il participe à la mise en cohérence de la gamme d'offre entre les différentes directions concernées (Qualité, Production, SI, Commerce, etc.).
- Elle/il identifie, analyse et traite les risques de son périmètre d'activité, sait alerter en conséquence et pilote le plan d'actions de retour à la trajectoire.

Suivre les tendances

- Elle/il assure une veille commerciale et concurrentielle sur son marché de référence afin de détecter des opportunités de développement.
- Attentif/ve aux évolutions technologiques et digitales, elle/il s'attache particulièrement à apporter une dimension numérique et servicielle à son portefeuille.

Encourager le changement

Conduire un projet

- Elle/il sait conduire un projet de bout en bout, de la conception à la commercialisation de l'offre, en mobilisant les ressources nécessaires, en tenant compte des contraintes de l'environnement et en

facilitant la coordination autour du projet.

Compétences

Communication et marketing

Stratégie marketing

Savoir élaborer une stratégie marketing à moyen et long terme en évaluant les opportunités d'un marché, en définissant le positionnement des offres et en déterminant les axes de développement en fonction des canaux et des cibles.

Mise en marché d'offres

Etre capable de lancer, animer et sécuriser des offres qui répondent aux besoins client, garantir leur faisabilité de mise en oeuvre, animer le pilotage et la diffusion des offres auprès des parties prenantes et s'assurer de la bonne adaptation des approches en fonction des canaux et des cibles.

Segmentation client

Segmenter le marché en sous-ensembles de populations homogènes (clients / prospects) afin de mettre en oeuvre des actions marketing ciblées et proposer des offres spécifiques et adaptées à chaque segment.

COMPORTEMENTALES

Analyse et discernement

Pouvoir apprécier, décomposer avec justesse et clairvoyance, une situation observée ou des faits vérifiés et distinguer les éléments marquants à partir du réel pour faciliter la prise de décision. Savoir faire preuve de remise en question, de sens critique, de mise en perspective et de jugement.

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 évènements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

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 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.

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.

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)

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.

Pilotage et gestion de l'activité

Relation partenaires / fournisseurs

Sélectionner un partenaire/fournisseur en respectant la politique définie (sourcing, orientation make or buy, . . .). Piloter la relation (modes de fonctionnement, communication, gouvernance de pilotage. . .), anticiper les litiges, gérer les crises et alerter en cas de nécessité. Assurer le suivi contractuel de la relation avec les fournisseurs (contrats de projet, contrat de service, contrats fournisseurs internes, fournisseurs externes, . . .) et réaliser et analyser un bilan QCD (Qualité, Coûts, Délais).

Projet

Méthodes et outils de créativité

Maîtriser et appliquer des méthodes agiles et d'innovation (ex: Design Thinking, Test&Learn, SCRUM. . .) dans son activité et faire preuve de créativité.

Business Design

Concevoir / modéliser de nouveaux Business Plans sur des projets ou nouvelles activités, analyser et suivre leur performance en anticipant les risques.

Risques et Conformité

Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité

Appliquer, transmettre ou faire respecter les consignes spécifiques et générales à son poste de travail. Signaler à sa hiérarchie les situations de travail dangereuses et les problèmes de sécurité. Utiliser les moyens de locomotion dans le respect des normes d'utilisation.

Système d'excellence

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 oeuvre 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.

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.

Prérequis

- Déplacements clients fréquents
- Grande disponibilité

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □
- Services-Courrier-Colis
- Bgpn numerique

● □

Bgpn reseau

● □

Groupe - siege

Effectif de la fonction

De 10 à 49