

Fonction

RESPONSABLE CLIENTELE PROFESSIONNELLE IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [RESPONSABLE CLIENTELE PROFESSIONNELLE III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTELE PROFESSIONNELLE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTELE PROFESSIONNELLE IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE ENTREPRISES II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE ENTREPRISES III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE D AFFAIRES ENTREPRISES IV.A \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER A DISTANCE PROFESSIONNELS III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER A DISTANCE PROFESSIONNELS III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SERVICE RELATION CLIENT PRO II.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT PRO III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT PRO III.2 \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR REGIONAL DELEGUE PROFESSIONNEL IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DE CLIENTELE PROFESSIONNELLE BANCAIRE IV.A \(H/F\)](#)
- [EXPERT CREDIT REGIONAL IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Acteur majeur du développement de l'activité du marché des professionnels, le Responsable de clientèle Pro gère un portefeuille de clients professionnels dont il développe le PNB et la rentabilité dans le cadre de la politique commerciale associant une maîtrise du risque client.

Il exerce ses activités dans le respect des règles déontologiques et de la charte du contrôle interne de La Banque Postale, ainsi que de la réglementation bancaire et financière.

Il connaît, conseille et accompagne ses clients et prospects professionnels pour, dans le respect de leurs intérêts financiers, juridiques et fiscaux, vendre les produits et services de la Banque et accompagner le développement de leurs activités.

Missions

GERER UN PORTEFEUILLE DE CLIENTELE DE PROFESSIONNELS

- Commercialiser la gamme de produits et services à destination de la clientèle professionnelle dans le cadre de la politique commerciale en maîtrisant la rentabilité de son portefeuille.
- Détecter les besoins des clients et proposer des solutions de financement.
- Assurer le suivi de son portefeuille de clients et le reporting de son activité.

RESPECTER ET GARANTIR LA MAITRISE DES RISQUES

- Prévenir et détecter les risques opérationnels (fraude, blanchiment...).
- Evaluer les risques clients avec les méthodes et outils de la Banque Postale (analyse financière, ingénierie comptable et sociale, crédit-bail, flux...).
- Assurer le montage du dossier, l'instruction des demandes de crédit et le suivi des engagements dans le respect de la politique de maîtrise des risques de la banque.
- Mettre en oeuvre les décisions prises en matière de politique de risque.

CONNAITRE ET INVESTIR SON ENVIRONNEMENT

- Développer une logique d'apports croisés avec les conseillers du Réseau la Poste et de la filière patrimoniale au sein de son terrain.
- Renforcer la notoriété de la Banque Postale et développer l'attractivité des offres auprès de la cible des professionnels.
- Mettre à jour ses connaissances des structures sociales, juridiques, économiques des professionnels.
- Assurer le suivi de son portefeuille de clients et le reporting de son activité.

Compétences

Banque des entreprises

Marché professionnels (artico, professions libérales, franchises)

Connaître les spécificités du marché des artisans, commerçants, professions libérales, franchises. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

Flux, monétique

Connaître les spécificités des différents canaux de gestion des flux sur l'ensemble des supports (cartes, chèquiers, prélèvements, virements, . . .). Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

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.

Crédits standardisés

Connaître les spécificités des crédits court, moyen et long termes. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

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.

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.

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.

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)

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 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

Pilotage et reporting

Piloter son activité. Suivre ses indicateurs de performance. Savoir consolider les informations dans des tableaux de bord. Savoir rendre compte et alerter le cas échéant.

Culture de gestion

Comprendre comment se constitue un résultat d'entreprise et les leviers pour améliorer la performance.

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. Etre en capacité de dresser une cartographie des risques impactant son périmètre d'activité.

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.

Prospection

Mettre en oeuvre une démarche permettant d'acquérir de nouveaux clients en recherchant des clients potentiels (prospects). Utiliser la recommandation et créer / animer un réseau professionnel pour capter de nouveaux clients.

Fidélisation

Construire une relation durable avec le client en accompagnant ses moments de vie. Développer l'équipement du client et de sa famille. Susciter la recommandation. Prendre en charge et se sentir concerné(e) par toutes les demandes client relevant de son domaine de responsabilité ou au-delà.

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.

Environnement de travail

- Il travaille au sein des terrains du Réseau La Poste.
- Il développe son activité dans une logique d'apport d'affaires croisées avec les autres conseillers des bureaux de poste et/ou de la filière patrimoniale et la ligne managériale.
- Il va à la rencontre de ses clients sur leur lieu de travail dans une approche commerciale et de maîtrise des risques.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Banque postale

Effectif de la fonction

De 100 à 249