Fonction
RESPONSABLE COMPTES CLES IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DES COMPTES STRATEGIQUES IV.B (H/F)
- RESPONSABLE ACTION COMMERCIALE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE ACTION COMMERCIALE IV.A (H/F)
- CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL II.3 (H/F)
- INGENIEUR D'AFFAIRES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS ENTREPRISES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE COMMERCIAL IMPORT IV.A (H/F)
- RESPONSABLE COMPTES CLES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DE COMPTES STRATEGIQUES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS ENTREPRISES III.2 (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS ENTREPRISES III.3 (H/F)
- CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.1 (H/F)
- CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.2 (H/F)
- RESPONSABLE CLIENTS GRANDS COMPTES IV.A (H/F)
- RESPONSABLE COMMERCIAL CODES ET EXAMENS IV.A (H/F)
- CHARGE(E) DE DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS III.3 (H/F)
- INGENIEUR(E) DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS IV.A (H/F)
- DIRECTRICE(EUR) DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS COMPLEXES IV.B (H/F)
- INGENIEUR D'AFFAIRES SPECIALISE IV.A (H/F)
- CHARGE D'AFFAIRES SPECIALISE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL IV.A (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.3 (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.2 (H/F)
- RESPONSABLE DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.A (H/F)
- DIRECTEUR DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.B (H/F)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie commerciale de la Branche Services-Courrier-Colis et de la politique commerciale définie par Colissimo, porteur de l’image de l’entreprise, la/le Responsable Comptes Clés garantit l’atteinte de ses objectifs commerciaux sur son portefeuille de clients à fort enjeu pour la région.

Elle/il pilote les actions locales en lien avec la stratégie nationale, fidélise et développe les clients de son portefeuille en négociant et en mettant en place des solutions adaptées.

Elle/Il est le responsable des entités (établissements/sites/filiales d’un Groupe) qui lui sont rattachées localement.

Missions

Centrer ses actions sur ses résultats

Piloter et analyser son activité (Portefeuille, marché, etc.)

- Elabore et propose les prévisions de vente sur son portefeuille en s’appuyant sur son expertise clients/marché.
- Met en place le Plan d’Actions Commercial sur son portefeuille dans le respect de la politique commerciale.
- Garantit les résultats, les analyses et met en œuvre des actions correctives.
- Effectue le reporting de son activité dans le CRM client et alimente les revues de comptes par un diagnostic local des sites sous la coordination du Responsable Comptes Stratégiques.
- Elabore une stratégie d’approche commerciale par client et met en place le plan d’actions associé à moyen terme .
- Fournit une analyse du marché et est force de proposition sur les évolutions nécessaires en termes de prestation.

- Partage son expertise clients/marché et échange sur les expériences et les bonnes pratiques auprès de l’équipe.

Fidéliser

- Gère et développe ses clients en organisant les actions adaptées (visites clients, opérations trade marketing, partenariats, événementiel, etc.).
- Identifie, négocie et construit des offres de service adaptées en mobilisant les ressources internes de l’entreprise, à travers le pilotage de projets transverses régionaux et nationaux.
- Développe les ventes selon les orientations stratégiques définies par Colissimo (extensions sur de nouvelles activités, reprises concurrence, mise en place de nouvelles offres ou services, etc.).
- Assure le suivi de la collaboration et des engagements respectifs clients/Colissimo.
- Assure un rôle d’expert et de conseil auprès des clients sur des problématiques complexes.
- Conforte les partenariats commerciaux en développant les relations avec les différents acteurs clés chez les clients (Direction Générale, Marketing, Commerciale, Logistique, Services Clients, etc.).

Prospecter

- Elabore des stratégies d’approche commerciale spécifiques par prospect identifié par la Direction Régionale des Ventes.
- Mène les négociations avec les prospects dans la limite de ses délégations tarifaires et en réfère à son responsable hiérarchique pour toute demande de dérogation.
- Garantit la cohérence des informations nécessaires à l’élaboration des propositions commerciales et des contrats.
- Mène les Business Review avec les différents acteurs du Groupe (Courrier, Filiales) et développe des synergies afin de développer le chiffre d’affaires de Colissimo et du Groupe.

Participer au Système de Management de la Qualité et au Système de Management de l’Excellence

- Soumet des propositions à son responsable hiérarchique pour améliorer les résultats individuels et collectifs.
- Participe et anime si besoin des réunions de groupe de résolution de problèmes en s’appuyant sur les méthodes/outils du Système d’Excellence

Agir pour préserver tous les jours et en tous lieux la Santé et la Sécurité et participer au Système de Management de la Sécurité Santé au Travail

- Respecte en permanence les consignes de sécurité sur les lieux de travail au sein de l’entreprise et dans tous les lieux de travail visités.
- Respecte en permanence les consignes de sécurité lors des déplacements.
- Contribue à la prévention des accidents en identifiant les conditions de travail dangereuses ou les problèmes de sécurité, les signale à sa hiérarchie et soumet des propositions d'amélioration pour améliorer les conditions de travail.

Compétences

Communication et marketing

Techniques de communication

Maîtriser les techniques de communication, de rédaction, de gestion éditoriale, de design et de scénarisation de messages sur différents supports de communication, afin de transmettre de l'information et du contenu et faire vivre une expérience au client au travers des messages diffusés.

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 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.

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 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.

Culture RSE

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

Efficacité professionnelle

Réseaux et environnements (internes et/ou externes)

Créer / intégrer / animer des réseaux (physiques et/ou numériques) et s'insérer dans des écosystèmes (internes et/ou externes) en lien avec son activité.

Réaliser une veille sur les réglementations et/ou innovations

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions réglementaires, technologiques et des innovations en vigueur dans son domaine d'intervention en lien avec les enjeux de l'entreprise et attentes des clients / partenaires et à les intégrer dans son activité. Analyser les impacts et communiquer auprès des acteurs concernés.

Projet

Management de projet

Maitriser les concepts et les outils de la Gestion de Projet et de la conduite du changement. Mobiliser et animer acteurs et contributeurs, en favorisant les pratiques collaboratives. Garantir le respect de l'équilibre entre les engagements de coût, de délai et de satisfaction client. Analyser les risques et mettre en oeuvre les mesures correctrices.

Relation Client

Vente Conseil client

Etre capable de faire vivre une expérience client de qualité à travers une posture de service et de conseil. Respecter le devoir de conseil en coconstruisant la solution la plus adaptée aux besoins du client. Apporter un conseil de qualité au client dans une logique de satisfaction et de fidélisation. Maitriser l'argumentation afin de conclure la vente.

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.

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

Connaissance et compréhension des process de son métier pour garantir la promesse client

Capacité à connaitre les enjeux, les objectifs qui constituent la promesse client. Capacité à connaitre les différentes opérations à réaliser en lien avec cette promesse client.

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.

Vente

Méthodes et techniques de vente

Maîtriser les méthodes et techniques de vente, de négociation, de communication sur les différents canaux de la relation client / prospect (dans une vision omnicanale) de la prospection à la conclusion de la vente.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

-

Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 10 à 49