Fonction
RESPONSABLE DE SERVICE FRONT OFFICE IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- MANAGER DE PROXIMITE FRONT OFFICE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE DE SERVICE FRONT OFFICE IV.A (H/F)
- RESPONSABLE DE SERVICE FRONT OFFICE III.3 (H/F)
- DIRECTEUR COMMERCIAL BANCAIRE IV.A (H/F)
- DIRECTEUR COMMERCIAL BANCAIRE IV.B (H/F)
- RESPONSABLE SERVICE GESTION CLIENTELE III.3 (H/F)
- RESPONSABLE SERVICE CLIENTELE IV.A (H/F)
- RESPONSABLE SERVICE CLIENTELE III.3 (H/F)
- CHEF D'EQUIPE CLIENTELE BANCAIRE III.1 (H/F)
- RESPONSABLE GESTION DES FLUX CLIENTS III.3 (H/F)
- RESPONSABLE GESTION DES FLUX CLIENTS IV.A (H/F)
- CHEF D'EQUIPE REFERENT CLIENTELE III.2 (H/F)
- DIRECTEUR DEVELOPPEMENT ET RELATIONS CLIENTELE IV.A (H/F)
- RESP MODULE DEVELOPPEMENT ET RELATION CLIENTELE IV.A (H/F)
- MANAGER DE PROXIMITE FRONT OFFICE III.1 (H/F)
- MANAGER DE PROXIMITE FRONT OFFICE III.2 (H/F)
- DIRECTEUR D'ACTIVITES BANCAIRES IV.B (H/F)
- DIRECTEUR ADJOINT CONSEIL BANCAIRE IV.A (H/F)

Raisons d'être

Dans la ligne du plan stratégique de LBP, le Responsable de Service contribue à la satisfaction client, au développement du PNB et à la maîtrise des risques. Il crée un environnement favorable au développement des synergies dans son domaine de responsabilité et autant que possible au sein du centre. Il impulse une dynamique collective favorisant l’implication et l’initiative des collaborateurs et la mise en oeuvre des transformations.

Missions

Garantit la performance opérationnelle et les engagements de qualité de service sur son périmètre. Il contribue à la qualité de la relation client par la maîtrise du domaine bancaire et la mobilisation de ses managers autour des objectifs de son périmètre d’activité

- Favorise la synergie commerciale et assure avec ses managers une expérience client de qualité de bout en bout.
- Mobilise son collectif managérial autour de l’atteinte des objectifs individuels et collectifs de son domaine d’activité.
- Suscite et accompagne l’amélioration continue des processus de son domaine d’activité.
- Développe la qualité du service rendu par une approche « omnicanal » centrée client.

Assure la déclinaison opérationnelle de la stratégie sur son périmètre et accompagne ses collaborateurs dans la mise en oeuvre des transformations

- Traduit les orientations stratégiques en plan d’action opérationnel qu’il co-construit avec ses managers.
- Porte le sens des évolutions du métier et des organisations auprès de ses collaborateurs.
- S’assure de la bonne compréhension et de l’appropriation du changement par ses équipes.
- Impulse et pilote une démarche participative favorisant la remontée des besoins opérationnels pour contribuer à l’ajustement des plans d’actions.

Anime, soutient ses managers et contribue au développement de leurs compétences dans une approche personnalisée et responsabilisante, en favorisant le collectif et le bien être de chacun

- Fait preuve d’exemplarité envers ses équipes et vient en soutien et accompagnement de ses managers et collaborateurs.
- Construit et anime son collectif.
- Développe les compétences de ses managers et favorise la diffusion des bonnes pratiques managériales

- Evalue les compétences, identifie les besoins de formation individuels et collectifs, détecte le potentiel des collaborateurs, et anime la revue de personnel.
- Accompagne ses équipes dans leur développement. Il s'appuie sur les acteurs de la professionnalisation et les comités de développement pour garantir un développement efficient des compétences, tant comportementales que techniques au service de ses clients.
- Favorise une démarche de qualité de vie au travail et développe l'esprit d'équipe pour accroître la performance et le bien-être au travail.

Développe les interactions et la synergie entre ses équipes et avec les différents services du centre / voire en inter-centres et avec le Réseau

- Garantit le respect des engagements du Centre en matière de soutien aux équipes commerciales.
- Contribue activement au développement de la synergie et des interactions Réseau/Banque pour garantir l'excellence de la relation client de bout en bout Front / Middle / Back.
- Crée un climat collaboratif avec ses pairs, entre ses équipes et les leurs (temps d'échanges, feedback).

Pilote et maitrise les risques de son domaine d'activité

- Garantit le respect des procédures dans le cadre du traitement des opérations réglementaires à son domaine en s'assurant du respect de la déontologie et de la réponse adaptée au besoin client.
- Garantit la mise en oeuvre du plan de contrôle interne de premier niveau.
- S'assure, sur son domaine, d'une gestion des risques efficiente, en mettant en oeuvre les dispositifs nécessaires au développement de l'activité.

Relation client

- Organise les conditions d'accueil et de réponse aux clients, sur l'ensemble des canaux.
- Anime ses équipes en vue de l'atteinte des objectifs liés à la qualité des réponses apportées aux clients, du conseil délivré dans le cadre de la vente des produits et services bancaires.
- Met en oeuvre les campagnes commerciales, leur impulsion et leur suivi en vue de l'atteinte des objectifs commerciaux et de qualité de service qui lui sont fixés en organisant la synergie entre les animateurs et les équipes.
- S'assure du traitement et de la mise à jour des dossiers clients issus des signalisations des services du Front, Middle et Back Offices.
- Est garant de la mise à jour des données client.

Management et animation d'équipe

- Anime et soutien ses équipes dans la réalisation des objectifs commerciaux.
- Définit et met en oeuvre, en lien avec le RPAC, les modalités d'animation, de déploiement des campagnes commerciales et en assure le suivi.
- Veille en lien avec le RPAC à ce que les ADCC apportent leur expertise à l'ensemble de ses équipes.
- Pilote l'élaboration, la mise en oeuvre et le suivi des plans d'action vers le Réseau et vers les services
- Anime, à la demande de son Directeur Commercial, des réunions de coordination, d'information entre les services, les filiales et le Réseau.

Qualité et expérience client

- En lien avec la Direction Expérience Client, oeuvre auprès de ses équipes pour améliorer la qualité du service rendu et du niveau de satisfaction des clients.
- Propose et met en place les moyens nécessaires au suivi et à l'atteinte des objectifs de la Direction Expérience Client en matière de qualité de service et commercial.
- Pilote le suivi des résolutions de dysfonctionnements internes touchant à la relation client et s'assure de l'organisation d'actions contribuant à l'amélioration de ces dysfonctionnements.
- S'assure de la réalisation des enquêtes ou recherches effectuées à la demande du médiateur de La Banque Postale dont il est l'interlocuteur pour l'entité.

Synergies et relations internes

- S'assure de la mise en place d'un accueil de qualité aux interlocuteurs du Réseau sur les aspects de procédures et de relation client.
- Garantit la bonne prise en charge des demandes du Réseau dans les délais impartis et la qualité des réponses apportées.

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.

Conviction et influence

Savoir structurer son argumentation et adapter sa posture à son interlocuteur afin qu'il comprenne et s'approprie les idées en utilisant toutes les techniques de communication (orale, écrites, non verbales, numériques). Savoir mettre en mouvement ses interlocuteurs internes et externes (collaborateurs, collègues, clients) en faisant évoluer son discours et sa posture en fonction de ses objectifs et des retours de son interlocuteur.

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.

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.

Digital et Data

Culture digitale

Connaître l'environnement et les enjeux du digital pour un usage personnel ou professionnel, par une veille régulière. Être conscient(e) de l'impact du numérique sur les méthodes de travail et les relations avec la clientèle. Faire preuve de curiosité et d'adaptabilité face aux évolutions digitales (nouveaux outils et usages).

Travail et outils collaboratifs

Adopter des pratiques collaboratives dans le travail au quotidien, notamment en travaillant principalement sur les plates-formes collaboratives. Participer à des projets en mode collaboratif, en travaillant sur les outils en ligne qui facilitent la transversalité. Echanger et partager les bonnes pratiques ou retours d'expérience. Maitriser les règles de confidentialité.

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.

Organisation du travail et planification

Anticiper et structurer ses actions pour une meilleure efficacité. Coordonner, planifier et prioriser ses activités afin d'atteindre l'objectif fixé.

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)

Reconnaitre

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 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 boite à idées, organiser des réunions dédiées, organiser des challenges, un teambuiding solidaire, un partage de ressources dans teams, des participations à des salons, etc.

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.

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.

Environnement de travail

Centre financier

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Banque postale
- Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 10 à 49