

Fonction

RESPONSABLE MARKETING INNOVATION IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHÉ IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHÉ IV.C \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.A \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.B \(H/F\)](#)
- [CHARGE D ETUDES MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [CUSTOMER DATA ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING INNOVATION IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Il/elle contribue à des projets de développement de solutions innovantes tirées par les usages et besoins clients.

Il/elle accompagne les équipes marketing dans l'idéation puis la conception voire l'expérimentation de nouveaux produits, parcours ou services dans le but de créer de la valeur (CA, NPS, baisse des coûts), grâce à l'usage de méthodologies innovantes.

Il/elle capitalise également sur son expertise en innovation afin de faire monter en compétences les équipes sur ces méthodes (Design Thinking, Agile, C-K).

Missions

GUIDER ET FAIRE EMERGER DES SOLUTIONS INNOVANTES CREATRICES DE VALEUR POUR SON ENTITE

Accompagner les projets d'innovation en faisant vivre la co-construction

- Il/elle a pour mission d'aider à faire émerger ou à résoudre les problématiques clients / métiers grâce à des méthodes d'innovation. Il anime pour cela le processus d'idéation, cadrage, conception, expérimentation sur les offres et services concernés.
- Il/elle organise et pilote des POC (proof of concept) de nouveaux produits ou services.

Intégrer l'écoute Client aux méthodes d'innovation

- Il/elle conçoit et anime des ateliers de co-construction avec les équipes métiers, en faisant participer des clients.

Anticiper les évolutions

- Il/elle contribue à la veille technologique et méthodologiques de sur les projets menés, et en tire des recommandations pour les offres et services.
- Il/elle aide à l'anticipation des changements survenant dans l'environnement technique et/ou socioéconomique du Courrier, signale les opportunités et informe sur les risques et les tendances.

DEVELOPPER LES ECOSYSTEMES INNOVATION INTERNES / EXTERNES

- Il/elle a pour mission de contribuer à développer les différents réseaux internes et externes contribuant à l'open innovation (ex: bêta-testeurs, partenariats école, hackathon...).
- Il/elle contribue à la construction et l'animation des réseaux professionnels et sociaux.

GUIDER / ENCOURAGER LE CHANGEMENT

Insuffler une dynamique d'innovation

- En tant qu'expert de la méthode, il/elle joue un rôle de conseil auprès des équipes Marketing. Il/elle travaille dans une logique coopérative et de co-construction.

- Il/elle contribue à faire monter en compétence les équipes Marketing en innovation et design thinking et se charge de la formation des nouveaux arrivants à l'utilisation de nouveaux outils.
- Il/elle participe en interne à la promotion de l'innovation au sein de la Branche.

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.

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.

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 événements 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.

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 connaître les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

Efficacité professionnelle

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.

Analyse et traitement de l'information

Recueillir / synthétiser de l'information, savoir mettre en place, cadrer et piloter / réaliser des études qualitatives et/ou quantitatives en tirant des enseignements des résultats obtenus.

Environnement et processus internes

Acquérir des connaissances de son environnement interne et externe, des process inter / intra branches de bout en bout, d'un secteur d'activité et d'un domaine fonctionnel pour apporter des préconisations. Adopter les nouveaux usages, y compris numériques, dès lors qu'ils sont préconisés. Respecter les règles et méthodologies liées aux processus internes dans le cadre de son activité. Comprendre son rôle dans la chaîne de valeur et avoir une vision de bout en bout du processus.

Projet

Management de projet

Maîtriser 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.

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

La connaissance et la pratique d'autres pratiques d'innovation est un plus (C-K, Lean Start-Up...)

Fonctionnement en matriciel

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Services-Courrier-Colis

- Bgpn numerique

Effectif de la fonction

De 1 à 9