

Fonction

DELEGUE REGIONAL DU GROUPE IV.C (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DELEGUE AU DEVELOPPEMENT REGIONAL IV.B \(H/F\)](#)
- [DELEGUE TERRITORIAL DU GROUPE IV.A \(H/F\)](#)
- [DELEGUE REGIONAL DU GROUPE IV.C \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Le rôle du DRG s'articule autour de trois leviers qui guident son action à l'échelon régional :

- Pilote de la relation institutionnelle
- Garant de la coopération au service du Groupe
- Acteur du développement du Groupe

Missions

Piloter les relations institutionnelles à l'échelle régionale

Il pilote la relation avec les principaux élus, pouvoirs publics et institutions

Il coordonne la relation institutionnelle avec tous les interlocuteurs externes

Il organise les plans de rencontre décidés conjointement avec les directeurs territoriaux des branches et filiales

Il assure une veille territoriale portant sur l'environnement politique, économique et institutionnel du territoire

Il contribue au respect des engagements de service public du Groupe

Il coordonne la communication institutionnelle de la Poste au niveau régional, en s'appuyant sur les savoir-faire des équipes de la communication en région (PRC)

Il est le correspondant en matière de sécurité publique et de gestion de crise transverse Groupe.

Garantir la coopération interne au service du Groupe

Il organise et anime la conférence territoriale

Il apporte un appui à la mise en œuvre et en cohérence des projets des branches ayant un impact territorial

Il stimule la coopération dans le cadre du déploiement des projets transformant impliquant différentes entités (SLD, VLP...) ;

Il met au service des branches son expertise en matière de relations territoriales ; de connaissance du territoire et de construction de l'action publique ;

Il pilote et anime un Club secteur public local (SPL) régional et organise sa démultiplication à l'échelle infra-territoriale (départementale par exemple).

Impulser et soutenir le développement du Groupe auprès des acteurs publics

Il identifie les besoins du secteur public local qui peuvent se traduire en offres ou en services, qu'ils soient

disponibles ou qu'ils nécessitent d'être packagés dans le cadre de la construction d'une proposition spécifique associant 2 ou plusieurs branches et filiales.

Il traduit ces besoins auprès des branches et filiales et coordonne les projets nécessitant d'associer les savoir-faire de 2 ou plusieurs branches ;

Il facilite l'action commerciale en développant la mise en relation avec les acteurs locaux.

Manager l'équipe de la Délégation régionale

Il manage et anime une équipe territorialisée de DDR (délégués au développement régional), de DTG (délégués territoriaux du Groupe) et d'assistant(s) basés au siège de la DRG et dans chaque département.

Compétences

Communication et marketing

Communication et relations institutionnelles

Savoir développer des relations avec les élus, les institutions et les parties prenantes externes, et réaliser une veille de l'écosystème politique, économique et social en appliquant les techniques d'influence.

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.

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.

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.

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

Réseaux sociaux et e-réputation

Savoir appliquer les règles de communication propres aux échanges sur les réseaux sociaux et autres communautés digitales, relayer l'information à bon escient, et évaluer les conséquences possibles des informations partagées et mises en ligne et de ses prises de parole sur internet. Être acteur(rice) d'un réseau social en construisant, animant et interagissant au sein de l'écosystème digital.

Efficacité professionnelle

Analyse du besoin Client / Partenaire / Collaborateur

Comprendre, analyser et challenger les besoins et attentes de ses clients / partenaires / collaborateurs, en prenant en considération leurs contraintes et les risques associés. Conseiller et alerter au regard de leurs choix.

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.

Polyvalence multi métiers

Connaître et promouvoir les offres du groupe La Poste et de ses partenaires. Changer d'activité et adapter les modalités de service selon les besoins du client. Favoriser les apports d'affaires croisés.

MANAGEMENT

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

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 collaboratrices et collaborateurs. Valoriser l'engagement des collaboratrices et collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux dans le cadre professionnel.

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)

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 œuvre tous les moyens pour atteindre voire dépasser les objectifs individuels et collectifs.

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.

Etre centré client

Mettre la satisfaction des clients internes ou externes au cœur 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.

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.

Pilotage et gestion de l'activité

Culture de la performance

Analysier les résultats économiques et financiers (analyse des coûts et de la performance, gestion budgétaire, rentabilité...) et identifier les leviers sur son domaine d'intervention permettant de maximiser la performance et la rentabilité de l'organisation.

Projet

Expertise secteur public

Connaître les spécificités du cadre d'action des acteurs publics locaux et en particulier des collectivités territoriales. Maîtriser l'environnement juridique et réglementaire s'appliquant aux acteurs publics en matière d'organisation et de prise de décision, de budget/finances et de commande publique. Savoir conseiller les acteurs en prenant en compte les dynamiques territoriales (socio-économiques, démographiques, environnementales, politiques...). Maîtriser les politiques publiques, leur application aux projets de territoires et leurs modalités de déploiement.

Risques et Conformité

Éthique et déontologie

Connaître et appliquer les règles de déontologie, de confidentialité et d'éthique (orientée client).

Prérequis

Parfaite connaissance du Groupe La Poste, de ses enjeux, de ses métiers et de son organisation territoriale.

Expertise du secteur public local.

Aptitude à intégrer et entretenir des réseaux externes.

Forte capacité managériale démontrée.

Environnement de travail

Capitale régionale avec déplacements réguliers sur l'ensemble du territoire régional et au Siège du Groupe à Paris.

Relations internes/externes

Internes: Direction des Affaires Territoriales et Publiques (siège), directeurs régionaux de branches et filiales (DEX, DR, PRC, ...)

Externes: élus, institutionnels, dirigeants et représentants de structures publiques et socio-économiques

Famille

Filière

strategie rse relations publiques et territor

Métier

Répartition des effectifs

- □

Groupe - siege

Effectif de la fonction

De 10 à 49