

Fonction

RESPONSABLE MARKETING EXPERIENCE CLIENTS IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MERCHANDISING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING RELATIONNEL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MISE EN MARCHÉ ET DEVELOPPEMENT IV.A \(H/F\)](#)
- [UX DESIGNER IV.A \(H/F\)](#)
- [COACH AGILE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.B \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING EXPERIENCE CLIENTS IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Il/elle est le garant de la cohérence de l'expérience vécue par les client quelque soit le canal de contact et s'assure de la convergence des offres entre les différents univers (digital et autres) pour une meilleure appropriation de l'offre et de la marque.

Il/elle aide les métiers à optimiser les procédures internes et les parcours clients sur tous les canaux, via la connaissance et l'analyse des retours clients.

Porte-parole des clients au sein de l'entreprise, il/elle pilote l'écoute de leurs besoins et attentes et veille à ce que les irritants soient résolus.

Missions

- **Garantir le respect et la clarté de la promesse client**

Analyser la satisfaction client

- Il/elle s'assure de disposer de tous les entrants lui permettant d'analyser la satisfaction client (les indicateurs, le média, la cible, les objectifs...) sur les parcours et moments clés, à travers l'ensemble des canaux d'interaction (points de vente, service client, digital...), pour en tirer des plans d'actions sur les procédures internes ou les parcours client

Mettre en place ou organise les modalités de remontée de la Voix du Client

- Il/elle détecte en continu les signaux faibles/forts dans la Voix du Client, tire les enseignement des avis et suggestions des clients pour améliorer les produits et services proposés et unifier les interactions entre la marque et les clients.
- Il/elle assure la diffusion de la Voix du Client dans l'entreprise. Il/elle gère pour cela la formalisation et publication régulière de reportings sur la Voix du Client, mettant en avant les grandes tendances et points d'attention à surveiller.
- Il/elle optimise le processus de collecte de la Voix du Client via l'identification de nouveaux canaux de remontées

Optimiser le Parcours Client

- Il/elle formalise la cartographie du parcours client dans toutes ses composantes.
- Il/elle gère l'amélioration continue du parcours client en identifiant les irritants clients et en faisant les recommandations sur les évolutions à mettre en œuvre avec le reste des équipes Marketing ou au-delà

- Il/elle assure le pilotage de projets d'amélioration de l'Expérience Client.
- **Encourager le changement**
- Il/Elle est force de proposition et s'appuie sur son expertise pour identifier de nouveaux axes pouvant faire de l'expérience client un marqueur d'innovation et de différenciation de la marque vis-à-vis de ses concurrents.
- ◦ En bon communicant, il/elle sait développer la culture Client dans le quotidien de toutes les équipes Marketing.

Compétences

Communication et marketing

Parcours clients multicanaux

Concevoir des dispositifs de ciblage (client / prospects) et des parcours client permettant de faire vivre une expérience client en multicanal

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 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)

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).

Efficacité professionnelle

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.

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.

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

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.

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.

Environnement de travail

Siège

Relations internes/externes

- - Responsables marketing des BU
 - Services clients
 - Entités opérationnelles de production
 - Agences de communication
 - Commerce

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Bgpn numérique
- □

Services-Courrier-Colis

- □

Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 1 à 9