

## Fonction

# CONSULTANT EXPERIENCE CLIENT III.3 (H/F)

## Évolutions possibles

### Au sein du métier

- [CONSULTANT QUALITE CONFIRME IV.A \(H/F\)](#)
- [CONSULTANT QUALITE III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSULTANT EXPERIENCE CLIENT III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSULTANT EXPERIENCE CLIENT III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSULTANT EXPERIENCE CLIENT EXPERT IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE METHODES ACCUEIL ET SERVICES IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT EXPERIENCE CLIENT IV.A \(H/F\)](#)

## Raisons d'être

**Le Consultant Expérience Client intervient sur son périmètre pour accompagner l'atteinte des promesses faites aux clients et la réussite de l'Expérience Client, en soutien du déploiement du Système de Management de la Qualité et des méthodes et outils associés.**

**Il diffuse la Culture Qualité et la Culture Client auprès des managers.**

**Il assiste et conseille les managers.**

**Il organise le partage des bonnes pratiques.**

## Missions

### Collecter et analyser les indicateurs d'Expérience Client

Collecte les résultats et indicateurs Qualité pertinents au regard de son périmètre

Identifie les écarts et analyse les causes racines de façon approfondie

Met en forme les résultats et analyses sous la forme d'un tableau de bord permettant la prise de décision managériale

### Soutenir le manager sur le plan d'actions Expérience Client

Participe à l'accompagnement des managers sur le suivi des écarts et la construction des plans d'actions correctifs avec leurs équipes, en s'appuyant sur les méthodes Expérience Client de sa filière

Participe à la montée en compétences des managers sur l'orientation client et les méthodologies Expérience Client de sa filière (transfert de compétences, proposition de méthodes de travail, structuration d'ateliers, animation ...)

### Participer activement au développement de la Culture Client

Participe à la diffusion des Promesses Client et des progrès Expérience Client sur son périmètre

Propose des démarches d'animations, d'innovations et de partage des bonnes pratiques Expérience Client au sein de son équipe, de sa filière et plus globalement de son entité

## Traiter des dossiers

Si nécessaire, peut prendre en compte des dossiers clients

Aide à résoudre les dossiers signalés, par sa connaissance de l'organisation et son influence

# Compétences

## Audit et qualité

### Culture de la satisfaction client

Diffuser en interne une culture de la satisfaction client (notamment auprès des managers) afin que, par l'action de tous, la promesse client soit tenue et ainsi que la satisfaction et la fidélisation client augmentent. Promouvoir les bons gestes des opérationnels qui permettent d'améliorer la qualité du service client.

### Optimisation de l'expérience client

Maîtriser les parcours clients sur l'intégralité des produits et services de son périmètre afin d'analyser les écarts éventuels entre l'expérience souhaitée et l'expérience vécue par le client. A partir de cette analyse, en dégager des axes d'amélioration.

## 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.

### 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

### 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.

### 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.

### 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

### 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.

### Communication à distance

Savoir dialoguer en multicanal avec un ou plusieurs interlocuteurs en adaptant la posture, le contenu du message, le ton et le niveau de réactivité au canal d'échange. Être en capacité de choisir le bon canal de communication en fonction du message à faire passer ou de l'usage associé.

### Transfert de compétences

Maîtriser l'ensemble des techniques et outils et les leviers d'action permettant de faire preuve de pédagogie. Savoir transmettre des connaissances.

## **Pilotage et gestion de l'activité**

### **Analyse et résolution de problèmes**

Identifier et analyser les causes et conséquences d'un problème, coconstruire un/des scénario(s) de résolution avec les opérationnels en apportant son expertise, sélectionner le(s) plus adapté(s) et mesurer l'efficacité de la solution retenue et sa mise en oeuvre dans la durée.

### **Amélioration continue**

Réaliser des diagnostics, et/ou définir et mettre en oeuvre des plans d'actions dans une optique d'optimisation des produits, des services ou des processus au service de la satisfaction client.

## **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.

## **Famille**

---

## **Filière**

---

## **Métier**

---

## **Répartition des effectifs**

- □  
Banque postale
- □  
Bgpn reseau
- □  
Services-Courrier-Colis
- □  
Groupe - siege

## **Effectif de la fonction**

De 10 à 49