

Fonction

CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT PRO III.2 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [GESTIONNAIRE MIDDLE OFFICE FINANCEMENT EXPERT III.3 \(H/F\)](#)
- [GESTIONNAIRE MIDDLE OFFICE FINANCEMENT EXPERT IV.A \(H/F\)](#)
- [ASSISTANT COMMERCIAL ENTREPRISES ET ECONOMIE SOCIALE III.1 \(H/F\)](#)
- [GESTIONNAIRE ENTREPRISES II.2 \(H/F\)](#)
- [GESTIONNAIRE ENTREPRISES II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE LA RELATION BANCAIRE MO PRO II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE LA RELATION BANCAIRE MO PRO II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE LA RELATION BANCAIRE MO PRO III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE LA RELATION BANCAIRE MO PRO III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT PRO III.2 \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans son plan stratégique, La Banque Postale affiche l'ambition de devenir la banque préférée des Français, ce qui implique de proposer un service client de 1er ordre constituant une référence dans le secteur bancaire français, pour un développement rentable.

Dans ce cadre, le Conseiller Service Relation Client Pro garantit la satisfaction et la fidélisation des clients professionnels et associations de proximité, par la qualité de la relation "omnicanal" et l'excellence de l'expérience client. Il contribue au développement du PNB tout en maîtrisant les risques associés à son activité.

Missions

Accueillir et prendre en charge les clients

Assure un accueil personnalisé de qualité sur les principaux canaux à distance (téléphone, mail, ...)

Garantit l'accessibilité au plus grand nombre en adaptant son activité aux flux (ex. qualifie les demandes clients reçues)

Réalise les opérations demandées par le client (information, opération de gestion...) de son périmètre ou transfère au service compétent

Développe l'autonomie du client en l'accompagnant dans l'utilisation des services en self care

Améliore la connaissance client par la collecte d'informations probantes en utilisant tous les moyens à sa disposition

Fidéliser les clients et développer le PNB sur produits/services simples

Identifie le potentiel commercial en effectuant une découverte globale du client

Propose les produits ou services adaptés à la situation du client

Assure la souscription de produits/services simples ou transfère vers la personne/service habilitée à effectuer la souscription

Assure le suivi des souscriptions qu'il a effectué

Respecter la réglementation de l'ensemble de son domaine d'activité

Connaît et applique les procédures relevant de son activité

Exerce l'ensemble de ses activités dans le respect des règles déontologiques de La Banque Postale, des règles du contrôle interne de La Banque Postale, de la réglementation bancaire et financière, et de la réglementation applicable au domaine de l'assurance

Applique les règles de vigilance et les procédures de détection définies dans le cadre de la lutte contre le

blanchiment des capitaux et du financement du terrorisme

Participe à l'entraide

Peut être amené à fournir à ses collègues des réponses techniques ou des informations qu'il détient et dont ils ont besoin pour travailler

Participe à l'entraide avec ses collègues

Compétences

Banque de détail

Marché Professionnels

Connaître les spécificités de la clientèle Professionnels. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

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.

Hauteur de vue et prise de recul

Savoir considérer une situation de façon détachée, en appréhendant ses enjeux et objectifs de manière à cerner la situation dans sa globalité et la projeter dans l'avenir. Mettre en place des modes de fonctionnement propices à l'autoréflexion et la prise de conscience afin d'envisager de nouvelles manières d'aborder un sujet ou de réorienter ses réflexions.

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.

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

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.

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.

Pilotage et gestion de l'activité

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.

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.

Projet

Conduite du changement

Accompagner les transformations induites par la mise en oeuvre d'un projet / plan stratégique, en mettant en application des techniques de conduite du changement (mobilisation, communication, formation, etc.).

Relation Client

Orientation adaptée

Prendre en charge directement le client interne ou externe et traiter ses sollicitations sur différents canaux ou l'orienter vers le bon interlocuteur afin de mieux satisfaire ses besoins.

Vente Conseil client

Etre capable de faire vivre une expérience client de qualité à travers une posture de service et de conseil. Respecter le devoir de conseil en coconstruisant la solution la plus adaptée aux besoins du client. Apporter un conseil de qualité au client dans une logique de satisfaction et de fidélisation. Maîtriser l'argumentation afin de conclure la vente.

Environnement de travail

Au sein d'un Centre de Relation et d'Expertise Client.

Rattachement hiérarchique : Manager de proximité

Relations internes/externes

En relation avec les Clients

En relation avec les autres services du Middle Office Pro et autres acteurs de la filière Pro

Famille

Filière

Métier

Effectif de la fonction

De 1 à 9