

Fonction

DIRECTEUR ADJOINT CONSEIL BANCAIRE IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [MANAGER DE PROXIMITE FRONT OFFICE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DE SERVICE FRONT OFFICE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DE SERVICE FRONT OFFICE III.3 \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR COMMERCIAL BANCAIRE IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR COMMERCIAL BANCAIRE IV.B \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE SERVICE CLIENTELE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE GESTION DES FLUX CLIENTS III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE GESTION DES FLUX CLIENTS IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT ET RELATIONS CLIENTELE IV.A \(H/F\)](#)
- [MANAGER DE PROXIMITE FRONT OFFICE III.1 \(H/F\)](#)
- [MANAGER DE PROXIMITE FRONT OFFICE III.2 \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DES ACTIVITES BANCAIRES IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR ADJOINT CONSEIL BANCAIRE IV.A \(H/F\)](#)

A compétences proches

- [DIRECTEUR DE SECTEUR IV.A \(H/F\)](#) ✓

Raisons d'être

Au sein du secteur, il porte **le développement de son équipe de conseillers bancaires pour garantir la performance de la Ligne Conseil Bancaire** dans le respect des valeurs de l'entreprise : le développement du PNB sur le marché bancaire des particuliers, l'excellence de la qualité de l'expérience client et collaborateur, la maîtrise des risques, et le relais de la synergie avec les autres collaborateurs du secteur, en particulier le Responsable Espace Commercial.

Le Directeur Adjoint Conseil Bancaire est membre du CODIR du secteur.

Missions

MISSION 1 : Manage la ligne Conseil Bancaire et assure le développement des compétences de son équipe

- Assure le management collectif et individuel de son équipe (pilotage, brief, débrief, entretien d'activité et de performance...) en face à face et à distance et accompagne leur évolution professionnelle ((entretien d'appréciation et professionnel, plan de développement individualisé). Il adapte son niveau d'attendus aux conseillers.

- Garantit l'atteinte des objectifs individuels et collectifs de son équipe

- Aide les conseillers dans l'organisation de leur activité commerciale : agenda idéal, méthode de vente et personnalise son appui en fonction du conseiller

- Organise et soutient la montée en compétence de ses collaborateurs : analyse leurs forces et les axes d'amélioration en les accompagnements régulièrement et en construisant un plan de développement individuel adaptés à leurs besoins et personnalise son appui en fonction du conseiller

- Soutient le Responsable de l'Espace Commercial dans le développement des compétences bancaires des

chargés de clientèle

- Partage et explique la stratégie du Groupe et de la Branche et veille au partage des informations nécessaires au bon fonctionnement de l'équipe

- Assure la mise en main des produits, outils et méthodes indispensables au fonctionnement de l'équipe et de chacun des collaborateurs permettant la maîtrise de la relation omnicanale et l'atteinte de l'expérience client remarquable

- Organise la fluidité régulière des clients entre les portefeuilles du secteur

MISSION 2 : Garantit le développement bancaire du secteur, l'animation commerciale et l'expérience client bancaire remarquable

Pour assurer le développement bancaire et l'animation commerciale :

- Organise la prise en charge différenciée des clients bancaires en fonction du segment de clientèle (Grand public – mutualisée et à enjeux – patrimoniale personnalisée)

- Pilote et organise l'activité de son équipe dans le respect des attendus

- Est garant des résultats bancaires de son équipe

- Accompagne et soutient les conseillers bancaires dans la mise en œuvre du plan d'action commercial

- Propose et met en œuvre le plan d'animation commerciale bancaire du secteur après validation du DS et en lien avec le Responsable de l'Espace Commercial : lancement des temps forts commerciaux, prospection

- Analyse le potentiel commercial (revue de portefeuilles et analyse des résultats) et propose des actions complémentaires en vue d'améliorer la performance commerciale

Pour garantir une Expérience client remarquable :

- Développe une posture de vente et de prise en charge à dimension omnicanale au sein du secteur (conseillers bancaires et chargés de clientèle en synergie avec le REC) et garantit la maîtrise des outils numériques et digitaux et leur mise en main auprès des clients

- Garantit la mise en œuvre de la démarche Expérience Client BGNP et l'atteinte des standards de service en matière bancaire dans une dimension omnicanale (accessibilité de la ligne conseil bancaire, dont délais de rendez-vous) et s'assure de la personnalisation de la relation en fonction du segment de clientèle

- Développe les actions au quotidien favorisant les synergies entre les acteurs, y compris les acteurs de l'espace commerciale pour une excellence de l'expérience client globale du secteur.

- Garantit la prise en charge et le suivi des clients bancaires, garantissant la communication du traitement des dossiers quel que soit l'interlocuteur

MISSION 3 : Gère et développe un portefeuille de clients à enjeux

- Assure une relation commerciale suivie de qualité en face à face et à distance avec les clients de son portefeuille
- Doit développer les usages digitaux de clients et leur autonomie sur les opérations de gestion transactionnelles en les accompagnant sur l'installation et la prise en main des outils
- Maîtrise et commercialise l'ensemble des produits de son périmètre de commercialisation et l'ensemble des outils digitaux
- Organise des actions de fidélisation et de conquête sur des clients à potentiel
- Développe son portefeuille par la prise de référence et la prospection
- Pour l'OSD-RC, instruit les opérations en dépassement et les situations à risque sur les comptes des clients de son portefeuille et par délégation de la LCB, et prend les décisions risque dans le respect du dispositif délégataire en vigueur à La Banque Postale.

MISSION 4 : Contribue à la maîtrise des risques bancaires

- Réalise par délégation du DS selon les règles de délégations en vigueur, les contrôles de 1er niveau sur les portefeuilles en propre des conseillers dont il a le management, validés par le Directeur de secteur
- Co-construit avec le DS et met en œuvre le plan d'action conformité bancaire
- Propose et met en place des actions préventives suites à ses contrôles et aux indicateurs d'anomalies qui lui sont transmis en accord avec le DS et s'assure de leur mise en œuvre
- Assure un suivi individuel de conformité bancaire des conseillers et assure leur progrès dans ce domaine
- Au travers de l'accompagnement des conseillers, propose des actions de conformité complémentaires à mettre en place et enrichit ainsi le plan d'action conformité du secteur
- Effectue les rappels nécessaires en matière de procédure et veille au bon niveau de formation de son équipe en matière réglementaire

MISSION 5 : Assure la continuité décisionnelle en matière bancaire

- Prend des décisions dans le cadre de sa délégation (risques, tarifs)

- Assure la continuité décisionnelle en matière bancaire dans le respect des règles de délégation en vigueur

Compétences

Banque de détail

Marché Patrimonial

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

Marché Particulier

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

Assurance vie

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits ou services d'assurance vie et prévoyance. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

COMPORTEMENTALES

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.

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.

Reconnaître

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 oeuvre 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 collaboratrices 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

Pilotage et reporting

Piloter son activité. Suivre ses indicateurs de performance. Savoir consolider les informations dans des tableaux de bord. Savoir rendre compte et alerter le cas échéant.

Relation Client

Services en ligne et offre digitale

Connaître la gamme de produits et services en ligne. Maîtriser les applicatifs et outils utilisés dans la relation à distance avec la clientèle. Pour les fonctions commerciales, être en mesure de commercialiser la gamme de produits et services digitaux.

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.

Risques et Conformité

Conformité

Disposer de l'ensemble des connaissances sur les règles et techniques permettant d'assurer la gestion du risque de non-conformité des processus, depuis sa conception, son lancement à son suivi et sa maintenance, dans une logique de sécurisation.

Fraude et lutte contre blanchiment et financement du terrorisme

Détecter les fraudes et remonter les alertes. Appliquer le dispositif LCB FT sur son domaine d'activité et connaître l'organisation et les moyens mis en place au sein du Groupe.

Analyse, management et pilotage des risques

Détecter, analyser et remonter les risques, y compris les risques de non-conformité en lien avec son activité et proposer ou challenger des actions de couverture, déclarer les incidents de non-conformité Contrôler et évaluer la maîtrise de l'ensemble des risques sur son domaine d'intervention. Etre en capacité de dresser une cartographie des risques impactant son périmètre d'activité.

Vente

Méthodes et techniques de vente

Maîtriser les méthodes et techniques de vente, de négociation, de communication sur les différents canaux de la relation client / prospect (dans une vision omnicanale) de la prospection à la conclusion de la vente.

Environnement de travail

DDR

DEX

Territoire

SECTEUR

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- ☐

Bgpn reseau

- ☐

Banque postale

Effectif de la fonction

De 500 à 999