

Fonction

CHARGE DE CLIENTELE ESPACE PRO II.2 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [ANIMATEUR RELATION CLIENT III.1 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR RELATION CLIENT III.2 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR RELATION CLIENT III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE METHODES OUTILS ET EXCELLENCE COMMERCIALE BANCAIRE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT MAISON DE L'HABITAT IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT LA POSTE MOBILE III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT LA POSTE MOBILE IV.A \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR MARCHÉ DES JEUNES IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARCHES BANQUE/LPM IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARCHES COURRIER / COLIS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION DES PARTENARIATS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION DES PARTENARIATS III.3 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES EN FRONT OFFICE III.2 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES EN FRONT OFFICE III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SERVICE RELATION CLIENT PRO II.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT PRO III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT PRO III.2 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES MIDDLE OFFICE III.2 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES MIDDLE OFFICE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES MIDDLE OFFICE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES FRONT OFFICE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI VENTE PRO IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI VENTE PRO III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DE MARCHÉ ESPACE COMMERCIAL IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ESPACE PRO II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ESPACE PRO II.2 \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Le développement du marché des professionnels est un enjeu majeur du Groupe La Poste

Le Chargé de clientèle Espace Pro est un pivot du développement sur le marché des Pros.

Il accueille tous les clients fréquentant La Poste Pro, conseille , vend et prend en charge tous les produits et services de son périmètre de commercialisation, accompagne les clients vers le Plan d'Engagement Pro (PEP) et assure des apports sur les gammes stratégiques, en lien avec les vendeurs Pro.

Il a un rôle majeur dans le développement et la sécurisation du chiffre d'affaires de sa zone de marché et participe à l'animation commerciale des La Poste Pro en collaboration avec le/la Responsable de l'Action Commerciale (RAC)

Il a un rôle de référent

Missions

Conseiller et commercialiser l'offre postale et participer à la satisfaction de la clientèle professionnelle

Conseiller et commercialiser l'offre postale en face à face et à distance en respectant les procédures

Conseiller et vendre, en face à face ou par téléphone dans son périmètre d'activités et dans le respect de la méthode de vente, les solutions d'affranchissement de l'ensemble de la gamme courrier/colis du Groupe, les offres de diversification et relais de croissance en priorisant les offres à valeurs et réaliser des apports multi-métier.

Détecter et analyser les besoins des clients afin de proposer les produits et services adaptés aux clients et les orienter vers le bon interlocuteur si besoin (Découverte Pro).

Découvrir les besoins, conseiller et commercialiser toute la gamme de produits et services LPM Pro.

Proposer ces offres dans le cadre d'une démarche proactive auprès des clients et en s'appuyant sur les éléments de connaissances clients et en pratiquant de façon systématique le rebond complément de la solution proposée.

Participer au lancement des campagnes commerciales et des animations locales dans l'espace de vente, en lien avec le RAC.

Participer à la satisfaction de la clientèle professionnelle et au développement commercial au sein de la ZM en étroite collaboration avec le RAC

Développer la synergie des acteurs au sein de la ZM (apports qualifiés vers le RAC, CC Pro, télévente).

Contribuer au développement de la ZM pros en soutien du RAC (action de fidélisation et identification des nouveaux clients en physique dans l'espace de vente.

Assurer le suivi et l'amélioration continue de la satisfaction client (animation des notes Google, campagnes d'étude de satisfaction client,...).

Réaliser des actions de phoning (appels sortants), complémentaires à ceux du RAC, via le fichier client utilisé dans le SI de vente.

Traiter des apports d'affaires sur des offres simples en l'absence du RAC (Destineo,...)

Garantir le déport du dépôt Client jusqu'à la cellule de contrôle pour juste facturation et le traitement du 1108 (paiement au dépôt) si nécessaire

Relation client omnicanale

Maitriser la relation en face à face et omnicanale

• Assurer de manière proactive l'accueil, l'identification et la prise en charge des clients dans l'espace Pro, quel que soit le canal de contact.

• Effectuer des apports multi-métiers en utilisant les outils appropriés et orienter les clients vers l'interlocuteur dédié (y compris vente à 3 pour la télévente).

• Assurer une gestion optimisée des flux clients et développer les réponses immédiates aux clients et la solution au 1er contact.

• Prendre en charge le SAV et le traitement des réclamations de 1er niveau pour les clients (boucle courte).

• S'assurer de l'exhaustivité des données clients et enrichir la connaissance client en utilisant les systèmes d'informations appropriés.

• Prendre contact pour des informations diverses et entretenir une relation de fidélisation avec les clients par téléphone.

Activités numériques

Maitriser les usages numériques

S'assurer de l'adhésion du client professionnel au programme PEP et, le cas échéant, l'accompagner dans la démarche de souscription.

Accompagner le client dans la mise en main des offres (création et activation de l'identité Numériques, nouveaux services,...)

Promouvoir les offres numériques du groupe La Poste spécifiques aux pros (offres Silver économie : Ardoiz / VSMP, ...).

Réaliser des démonstrations de certaines offres numériques, afin de capter l'attention et l'intérêt du client (ex: Ma ville mon shopping, DIGIPOSTE,...).

Détecter les opportunités commerciales sur les offres et services stratégiques et les réorienter vers le bon interlocuteur.

Commercialiser les nouveaux services numériques.

Activités Back-Office

Prendre en charge des activités standards de back-office

Prendre en charge les procédures liées à l'ouverture et la fermeture de l'espace pro.

S'assurer quotidiennement du respect de la stratégie de merchandising (Store Check) et veiller à la conformité des affichages, des produits et de leur approvisionnement, selon les indications, en lien avec le RAC et sous la responsabilité du Directeur d'Etablissement.

Réaliser les activités standards de back-office.

Assurer la maintenance logistique de l'espace pro : effectuer le réassort, assurer la netteté des espaces et le bon fonctionnement des meubles dépôts.

Garantir la qualité des commandes / réceptions et l'achalandage de l'espace pro.

Réaliser les transferts de fonds de sa caisse de vente lorsque le seuil de cash atteint le plafond

Rechercher et solutionner les erreurs de caisse afin de sécuriser les fonds et les stocks.

Prendre en charge, en remplacement, les actions de comptabilité de l'EC (remise contradictoire, saisie informatique des informations des caisses de vente,...) permettant le fonctionnement de l'espace de commercialisation rattaché

Assurer une gestion optimisée des stocks produits

Piloter et réaliser les inventaires, commandes de fonds, ouvertures et fermetures du coffre, contrôle de 1er niveau.

Transfert de compétences

Parrainer les nouveaux CCLI BSCC de son établissement dans leur prise de fonction.

Assurer le rôle de référent sur :

- les nouvelles offres & services

- la partie espace de vente : accompagner de façon ponctuelle (1 fois par mois) la montée en compétences de ses collègues (Autodiagnostic).

Santé Sécurité au Travail

Veiller au quotidien au respect des procédures et des consignes individuelles et collectives relatives au poste de travail

Contribuer à la prévention des accidents en identifiant les conditions de travail dangereuses ou les problèmes de sécurité

Excellence opérationnelle

Participer au brief/débrief, à l'ETC de l'équipe et aux groupes de résolution de problème. Respecter les standards au poste.

Veiller à rétablir la qualité perçue par le client suite à un mécontentement ou une réclamation

Être acteur de son évolution professionnelle et de sa montée en compétences en développant l'auto-contrôle et l'auto-apprentissage.

Être garant à son niveau de l'exhaustivité du Chiffre d'Affaires

Compétences

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.

Adaptabilité

S'adapter aux évolutions et aux aléas des situations et de son environnement de travail dans les délais adéquats en faisant preuve de souplesse. Savoir gérer ses priorités en intégrant les événements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

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 connaître les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

CSPD

Connaissance des produits, des services et des engagements clients correspondants

- Connaître les nouvelles offres et des gestes métiers associés à la mise en place de nouvelles promesses clients pour le courrier, le colis, les services et l'Imprimé Publicitaire - Respecter les engagements clients et/ou proposer des produits - Respecter les horaires contractuels des prestations de services

Connaissance des procédures, processus et méthodologies dédiées à son activité

- Respecter les consignes de sécurité opérationnelles pour soi-même et pour les autres en Travaux Intérieurs (respect propreté, rangement, port des EPI, chargement des moloc...) et en Travaux Extérieurs (respect des règles de conduite et de circulation, ...) et partager les irritants SST en brief et en débrief. - Appliquer les standards métier et notamment les process de distribution, de collecte et de réalisation des services - Maîtriser l'outil Facteo - Garantir la conformité de la reddition des comptes - Se tenir au courant des évolutions des process dédiés à son activité via la formation et notamment le Mobile Learning Uknow - Maîtriser les procédures pour éviter le risque de fraude et de corruption.

Digital et Data

Outils, bureautique, applicatifs et logiciels

Maîtriser les applicatifs et logiciels de son domaine d'activités, y compris les processus dématérialisés et les modes de fonctionnement afférents (workflows de validation, outils collaboratifs, etc.). Respecter ou garantir les règles de confidentialité selon son niveau de responsabilité.

Efficacité professionnelle

Organisation du travail et planification

Anticiper et structurer ses actions pour une meilleure efficacité. Coordonner, planifier et prioriser ses activités afin d'atteindre l'objectif fixé.

Relation Client

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.

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.

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

Connaissance et compréhension des process de son métier pour garantir la promesse client

Capacité à connaître les enjeux, les objectifs qui constituent la promesse client. Capacité à connaître les différentes opérations à réaliser en lien avec cette promesse client.

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

PPDC/PDC/PIC (Espace La Poste PRO)

Relations internes/externes

BGPN

Vendeurs de la Direction commerciale (face à face / télévente)

Responsable Action Commerciale

Facteurs / collecteurs

Gestionnaire Clients Entreprise et Support à la Prod (GCP)

Techniciens S3C

RE / ROP/ RESC

Clients professionnels

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 100 à 249