

Fonction

DIRECTRICE(EUR) DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS COMPLEXES IV.B (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ACTION COMMERCIALE III.3 \(H/F\)](#) ✓
- [RESPONSABLE ACTION COMMERCIALE IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL II.3 \(H/F\)](#) ✓
- [INGENIEUR D'AFFAIRES IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTS ENTREPRISES IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMERCIAL IMPORT IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMPTES CLES IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTS GRANDS COMPTES IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMERCIAL CODES ET EXAMENS IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE\(E\) DE DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS III.3 \(H/F\)](#)
- [INGENIEUR\(E\) DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTRICE\(EUR\) DEVELOPPEMENT PROJETS CLIENTS COMPLEXES IV.B \(H/F\)](#)
- [INGENIEUR D'AFFAIRES SPECIALISE IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'AFFAIRES SPECIALISE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.A \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR DEVELOPPEMENT GRANDS COMPTES IV.B \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans le cadre de la stratégie commerciale de la BSCC, le Directeur Développement Projets Clients Complexes est garant de l'atteinte des objectifs sur les marchés de son périmètre. Il travaille en étroite collaboration avec les équipes de vente et de déploiement pour valoriser l'offre (prix/solutions), créer des solutions sur mesure et construire des propositions commerciales permettant de remporter des appels d'offres et gagner des affaires.

Il anime un collectif, en interne et en externe, pour apporter une réponse aux demandes complexes ou sensibles des clients

Missions

Conquérir le CA : vend et aide à vendre

Travaille en étroite collaboration avec les équipes commerciales pour définir une solution globale, combinant « solutions, bénéfices et prix », en réponse aux besoins clients (qualification des besoins, montage de l'offre, soutenance des propositions et mise en production)

Assure des rdv clients avec les commerciaux pour identifier les besoins et présenter les solutions dans le cadre d'une démarche de sourcing, construit et soutient en clientèle les réponses techniques avec les commerciaux.

Pilote les renouvellements à enjeux en anticipant les actions à mener en lien avec les clients (satisfaction, besoins nouveaux...) et les équipes de vente

Promeut l'image et le positionnement de LPSB auprès des entreprises lors des rendez-vous clients

et des mémoires techniques remis aux clients.

S'assure de sa maîtrise de la méthode de vente pour élaborer des propositions commerciales permettant de répondre à tous les besoins clients □ Réalise périodiquement une revue de portefeuille sur les renouvellements à enjeux (AO...) avec les équipes de vente

Utilise l'ensemble des leviers de formation mis à disposition sur la connaissance de l'environnement, des offres, des méthodes et des outils □ Gère un portefeuille de projets complexes qui nécessite une approche stratégique et structurée

Mobilise un écosystème d'acteurs large au sein de la branche et du Groupe

Peut être amené à concevoir des solutions en relation avec des partenaires externes

Identifie les partenaires internes et externes les plus spécialisés en lien avec les attentes du client

Anime des groupes de travail multi-métier. Développe et entretient un réseau de partenaires commerciaux

Analyse

Détermine la stratégie d'actions pour atteindre et fiabiliser les résultats de l'équipe. Détecte et développe de nouveaux business sur les marchés des différentes BU et filiales

Analyse les marchés, identifie les opportunités de développement significatives et contribue au déploiement des actions commerciales pour vendre

Bâti le plan d'actions et garanti la mise en oeuvre d'une démarche d'amélioration continue

Expertise

Apporte une expertise technique, juridique et commerciale aux besoins exprimés tout en maîtrisant la faisabilité des solutions et les risques inhérents au marché, à la réglementation, à la valeur et aux prix

Fédère des équipes pluridisciplinaires et entraîne l'adhésion de chacun autour d'un projet.

Assure l'interface et la coordination transverse entre les clients et les entités du Groupe La Poste

Maîtrise les méthodologies inhérentes à la gestion de projet et les outils de communication et de ventes (storytelling, négociation...)

Contribue à la professionnalisation de la force de vente sur la gestion amont et aval des affaires en les challengeant (ex. sur BPU et mémoire technique)

Propose et conçoit des outils et supports pour les équipes de ventes et peut assurer des modules de formations. Peut accompagner la montée en compétences des commerciaux

Innove

Favorise l'expérimentation et l'utilisation de méthodes et outils de créativité pour innover et démarquer le groupe La Poste face à la concurrence dans les propositions.

Garantit la bonne utilisation des outils: Utilise tous les outils SI à sa disposition, et met à jour de façon fiable, pertinente et quotidienne l'outil de gestion de la relation client SCORE et les outils collaboratifs

Respecte la Charte éthique (règles de la concurrence, prévention de la corruption, risque de réputation...)

Agir pour la satisfaction client

Contribue à la satisfaction Clients dans le cadre de l'élaboration des solutions ad hoc

Garantit la faisabilité opérationnelle des solutions en concertation avec les directions de déploiement

pour assurer la fiabilité de la mise oeuvre et suivi.

Sécurité/Prévention des risques

Applique les procédures et les consignes individuelles et collectives relatives au poste de travail. Contribue à la prévention des accidents en identifiant les conditions de travail dangereuses ou les problèmes de sécurité, les signale à sa hiérarchie et soumet des propositions d'amélioration

Compétences

COMPORTEMENTALES

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.

Efficacité professionnelle

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.

Réseaux et environnements (internes et/ou externes)

Créer / intégrer / animer des réseaux (physiques et/ou numériques) et s'insérer dans des écosystèmes (internes et/ou externes) en lien avec son activité.

MANAGEMENT

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 collaborateurs 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.

Etre centré client

Mettre la satisfaction des clients internes ou externes au coeur 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.

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.

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.

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)

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.

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.

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.

Méthodes et outils de créativité

Maîtriser et appliquer des méthodes agiles et d'innovation (ex: Design Thinking, Test&Learn, SCRUM. . .) dans son activité et faire preuve de créativité.

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.

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

Détection du potentiel commercial

Mener une découverte approfondie du client par un questionnement approprié et une écoute active. Identifier son potentiel commercial à partir des informations recueillies afin de développer son portefeuille client, dans une perspective de conquête et de fidélisation. Ajuster le temps passé au potentiel commercial du client.

Environnement de travail

Direction des Marchés Publics et Solutions sur Mesure

BU Nouveaux Services

Relations internes/externes

Internes

Directeurs de marché, DCS, DVGCS, DCZ, RCE, RGCS,

DVE,

Direction Déploiement Commercial

Ecole des ventes

Direction juridique, Direction des assurances et de la fiscalité

Direction Financière

Direction de l'Administration des Comptes Clients, Service clients

Direction du Développement Industriel des Offres, de

l'Organisation et des Process (D2IO2P), DODT

Direction de la Qualité, Direction Sécurité, Direction

Technique, DRL

Direction des Opérations et du Développement Territorial

Direction des achats

Direction RSE

Direction du Système d'information

BU et Filiales (Docaposte, Viapost, Mediapost ...)

Externes: clients, fournisseurs

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 1 à 9