

Fonction

ANIMATEUR MARCHE DES JEUNES IV.A (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 \(H/F\)](#)
- [MONITEUR DES VENTES BANCAIRE III.2 \(H/F\)](#)
- [MONITEUR DES VENTES BANCAIRE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE METHODES ET OUTILS BANCAIRES 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 MARCHE DES JEUNES IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARCHES BANQUE/LPM IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARCHES COURRIER / COLIS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE CLIENTELE PARTICULIERS III.3 \(H/F\) □](#)
- [RESPONSABLE CLIENTELE PARTICULIERS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION DES PARTENARIATS IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ANIMATION DES PARTENARIATS III.3 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT CLIENTELE \(CF\) III.3 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT COMPETENCES CLIENTS III.2 \(H/F\)](#)
- [ANIMATEUR DEVELOPPEMENT COMPETENCES CLIENTS III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE PROFESSIONNALISATION ET ANIMATION COMMERCIALE FO III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE PROFESSIONNALISATION ET ANIMATION COMMERCIALE FO IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE PROFESSIONNALISATION ET ANIMATION COMMERCIALE MO IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE PROFESSIONNALISATION ET ANIMATION COMMERCIALE MO 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 MARCHE ESPACE COMMERCIAL IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Il se déplace quotidiennement auprès des acteurs concernés en bureau. Relations internes : Conseillers bancaires, Directeurs de Secteur, Responsables Clientèle particuliers, Responsables Espace Commercial. Directeurs de Territoire Responsables de marché en DRExperts de la filiale La Poste Mobile

Missions

L'Animateur marché des jeunes pilote, sous l'autorité du Directeur Commercial, la politique commerciale et qualité du territoire sur le marché des jeunes pour la Banque Postale. Il développe les relations commerciales entre La Banque Postale et les établissements de l'enseignement supérieur et du secondaire pour les apprentis (CAP), et prend en charge l'animation des terrains pour l'atteinte des objectifs commerciaux. Développe des partenariats commerciaux avec des établissements de l'enseignement supérieur et du secondaire pour les apprentis (CAP)

- Identifie les établissements clés à proscrire (en fonction du potentiel, de la présence concurrentielle, du nombre d'étudiants,...)
- Formalise et signe pour le compte de la banque des contrats de partenariats permettant à La Banque Postale d'intervenir commercialement au sein des établissements
- Définit avec les responsables d'établissement les modalités de présence de La Banque Postale au sein de l'établissement (présence lors d'actions commerciales, présence lors de forums de recrutement,

- actions de communication, interventions lors de cours spécifiques...)
- Coordonne et s'assure, en lien avec leurs managers, de la présence des conseillers bancaires sur ces évènements
- Suit les résultats quantitatifs et qualitatifs de ces évènements, notamment en lien avec le budget alloué

Décline le plan d'actions jeunes, anime et pilote commercialement le marché

- Décline les objectifs commerciaux multicanal jeunes dans les territoires,
- Pilote la mise en oeuvre du plan d'action commerciale ainsi que de l'ensemble des projets et campagnes commerciales définis par le Réseau La Poste, La Banque Postale et La Poste Mobile dans les Directions territoriales sur le marché des clients jeunes,
- Identifie des actions commerciales spécifiques complémentaires à celles organisées au national à mettre en oeuvre notamment sur les bureaux à fort potentiel « jeune » (géomarketing notamment)
- Suit les résultats commerciaux et en réalise le diagnostic (analyse de potentiel, situation concurrentielle, analyse du risque en lien avec la partie crédit notamment...)
- Est garant de la synergie et de la coopération entre les différents acteurs de son périmètre régional et s'assure de leur mobilisation autour des enjeux commerciaux partagés,
- Est force de proposition auprès de la direction marketing du siège sur l'adaptation des offres et les actions favorisant le développement commercial sur le marché des jeunes

Assure la montée en compétence sur le marché des jeunes :

- Apporte son expertise en matière de produits / services, discours, outils, aux Directions Territoriales
- Organise et coordonne l'apport d'expertise bancaire des Moniteurs des Ventes Bancaires auprès des acteurs des Directions Territoriales

Contrôle et garantit la qualité de service :

- Contrôle la qualité de la contractualisation et de la relation commerciale, et notamment la mise en portefeuille et le suivi commercial des étudiants
- Sensibilise les Directions Territoriales à l'importance de la Connaissance Client pour les Jeunes (lien parent/enfant, données de contacts, type d'études réalisées, date de fin des études,...)
- Veille au respect des procédures administratives

Compétences

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.

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.

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.

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.

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.

Précision et rigueur

Être précis(e) dans l'exécution de ses tâches pour ne pas faire d'erreur. Contrôler son propre travail pour réduire le risque d'erreur et fiabiliser les résultats.

Risques et réglementation

Éthique et déontologie

Connaître et appliquer les règles de déontologie, de confidentialité et d'éthique (orientée client).

Vente

Négociation

Utiliser ses connaissances des méthodes et techniques de négociation pour rechercher un accord entre des interlocuteurs. Poursuivre ses objectifs et demeurer ferme et constant dans ses efforts indépendamment des difficultés rencontrées ou des échecs subis. Trouver des compromis acceptables et/ou un consensus avec ses interlocuteurs.

Prospection

Mettre en œuvre une démarche permettant d'acquérir de nouveaux clients en recherchant des clients potentiels (prospects). Utiliser la recommandation et créer / animer un réseau professionnel pour capter de nouveaux clients.

Environnement de travail

Appui fonctionnel aux Directeurs de Territoire dans la mise en œuvre de la politique commerciale de La Banque Postale sur le marché des jeunes. Ses principaux interlocuteurs sont en externe les responsables d'établissements et les responsables d'associations étudiantes et en interne les Directeurs de Territoire, les Directeurs d'établissement et les conseillers bancaires.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 1 à 9