

Fonction

BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHÉ IV.B \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHÉ IV.C \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.A \(H/F\)](#)
- [BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [MARKETING BUSINESS ANALYST IV.B \(H/F\)](#)
- [CHARGE D ETUDES MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [CUSTOMER DATA ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING INNOVATION IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

La/le business développeur développe de nouveaux business models et explore de nouveaux marchés.

Elle/il a pour mission d'orienter et de détecter les opportunités de croissance pour l'entreprise, de mettre en œuvre de nouveaux projets, et de gagner de nouveaux clients et partenaires.

Elle/il participe à la stratégie de l'entreprise en présentant à la direction des propositions de développement identifiées.

Son activité entrepreneuriale est un levier de croissance pour l'entreprise.

Missions

PARTICIPER A LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU GROUPE

Mettre en place une stratégie de développement et concevoir de nouveaux business models

- Elle/il analyse le marché sous un angle stratégique à la recherche de nouveaux business qu'elle/il pourra transformer en opportunités et construire des business plans (Business Design, Plans de développement, plans d'affaires, etc.).
- En lien avec les équipes commerciales et marketing, elle/il assure la conception, la négociation et le suivi de nouveaux projets visant à développer de nouvelles activités pour le Groupe.
- Pour cela, elle/il favorise l'expérimentation et utilise des méthodes et outils de créativité pour faire preuve d'innovation et de différenciation dans ses propositions, et ainsi démarquer le Groupe La Poste de la concurrence

Conquérir de nouveaux territoires et développer le chiffre d'affaires

- Elle/il identifie les risques du marché et détecte les opportunités de croissance et les signaux faibles du secteur (attentes non satisfaites, marchés inexploités, etc.).
- Elle/il conçoit et pilote la réalisation de projets de bout en bout (cadrage, test, livrable) afin de développer les ventes et le chiffre d'affaires de manière directe (nouveaux clients et nouvelles offres) ou de manière indirecte (marketing, communication).
- Elle/il porte l'innovation de l'offre en termes de développement et travaille étroitement avec les écosystèmes de startups (Business Angels, incubateurs, etc). Elle/il recherche en permanence de nouveaux partenariats / investisseurs auxquels s'adosser pour développer ses activités.

Connaître et anticiper les tendances de marché

- Elle/il est à l'écoute du marché (national et international), se tient informé(e) des tendances et réalise des études de marché afin d'anticiper les évolutions (changement de législation, arrivée d'un concurrent, ouverture d'un marché, etc.).
- Elle/il supervise une veille technologique, technique et concurrentielle afin d'identifier des opportunités, enrichir les méthodes et les outils de développement et stimuler l'innovation (notamment l'innovation radicale).

GUIDER / ENCOURAGER LE CHANGEMENT

- Elle/il sait faire la promotion de ses projets via des techniques de story-telling pour favoriser l'appropriation de ses projets.

Maîtriser la gestion de projet

- Elle/il maîtrise les méthodologies inhérentes à la gestion de projet et sait prendre des risques. Elle/il maîtrise également les outils de communication et de ventes (promotion, storytelling, analyse de prospects, négociation, etc.).
- Elle/il sait fédérer des équipes pluridisciplinaires et motiver l'adhésion de chacun autour d'un projet.

Compétences

Communication et marketing

Mise en marché d'offres

Etre capable de lancer, animer et sécuriser des offres qui répondent aux besoins client, garantir leur faisabilité de mise en oeuvre, animer le pilotage et la diffusion des offres auprès des parties prenantes et s'assurer de la bonne adaptation des approches en fonction des canaux et des cibles.

Stratégie marketing

Savoir élaborer une stratégie marketing à moyen et long terme en évaluant les opportunités d'un marché, en définissant le positionnement des offres et en déterminant les axes de développement en fonction des canaux et des cibles.

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.

Système d'excellence

Management du système d'excellence

Mettre en oeuvre un management global et intégrateur de l'amélioration continue. Favoriser l'apprentissage et l'appropriation des procédures et standards au poste. Faire partager une vision de l'amélioration continue qui ait du sens pour chacun et développer ses équipiers par l'apprentissage de la résolution de problèmes. Créer les conditions pour aider celui qui réalise le service auprès des clients, pour bien faire du premier coup et apprendre de ses erreurs. Manager la transformation, définir et accompagner la mise en oeuvre du contrat d'objectifs. Garantir la maîtrise du nominal en recherchant le juste équilibre des attentions entre le Client, le Postier et l'Entreprise.

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les

gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Prérequis

- Etre capable de naviguer dans un environnement incertain
- Profil d'entrepreneur
- Etre à l'aise avec la prise de risques

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- ☐ Services-Courrier-Colis
- ☐ Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9