

## Fonction

### CHARGE DE CLIENTELE CREDIT IMMOBILIER III.1 (H/F)

## Évolutions possibles

### Au sein du métier

- [GESTIONNAIRE CLIENTELE SF II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.1 II.1 \(H/F\)](#) ✓
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.2 II.2 \(H/F\)](#) ✓
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE 2.3 II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ESPACE DE VENTE MULTI ACTIVITES 3.1 III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE APPUI BANCAIRE 3.1 III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CLIENTS PROFESSIONNELS III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE REMPLACANT II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE REMPLACANT II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE LA POSTE REMPLACANT III.1 \(H/F\)](#)
- [RELATIONS CLIENTELES SF/RGP II-1 II.1 \(H/F\)](#)
- [RELATIONS CLIENTELES SFRGP II-3 II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.1 \(H/F\)](#) ✓
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE SERVICE CLIENTS II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE CREDIT IMMOBILIER II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE CREDIT IMMOBILIER II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE CREDIT IMMOBILIER III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE TELEMARKETING BANCAIRE II.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE TELEMARKETING BANCAIRE II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE TELEMARKETING BANCAIRE II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ADE II.2 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ADE II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE CLIENTELE ADE III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SERVICE RELATION CLIENT IMMOBILIER II.3 \(H/F\)](#)

## Raisons d'être

Dans la ligne du plan stratégique de La Banque Postale, « l'intérêt du client d'abord, prouvons la différence », et dans le cadre des politiques commerciale et risque et de la stratégie de fidélisation des clients de La Banque Postale, le chargé de clientèle crédit immobilier :

Contribue au développement des encours crédits immobiliers et des parts de marché du crédit immobilier ,Assure l'accueil, la prise en charge et le suivi des demandes clients, quel que soit le canal de contact du Centre National de Mise en Relation – Crédit Immobilier (téléphone, Internet...) ,Contribue à la fidélisation et instaure une relation pérenne avec les clients ,Instaure et développe une relation avec les familles d'apporteurs dans le cadre du financement de l'accession sociale.

## Missions

Accueille les clients et qualifie leur projet

- Accueille le client / prospect, selon la méthode à laquelle il a été formé, et vérifie les données clients (date de naissance, adresse..)
- Identifie et qualifie le projet pour définition du projet (mature ou actif) ,
- Saisit des informations récoltées durant entretien dans l'outil dédié ,
- Etudie la faisabilité du projet au regard des conditions d'octroi et analyse risques,
- Restitue le plan de financement en fonction de la qualification du projet (actif ou mature).

Pour les projets immobiliers matures :

- Communique la capacité d'emprunt du contact ,
- Prend un rendez-vous avec le contact sur l'agenda du Conseiller Spécialisé en Immobilier en face à face ou à distance ,
- Saisit toutes les informations qui lui sont communiquées à l'occasion du contact ,

- Communique la liste des pièces à fournir au contact ,
- Transmet le dossier client crédit au Conseiller Spécialisé en Immobilier en face à face ou à distance.

Pour les projets immobiliers actifs :

- Applique le plan de relance établi (« nursing ») ,
- Saisit toutes les informations qui lui sont communiquées à l'occasion du contact.

Pour les projets immobiliers non réalisables :

- Saisit toutes les informations qui lui sont communiquées à l'occasion du contact ,
- Propose un rendez-vous au contact sur l'agenda du conseiller bancaire.

Répond à la demande des clients suite à la réception du formulaire Internet (« Web Call Back ») :

Traite les formulaires Internet sur l'outil dédié suivant les règles de priorisation établis (horaires, client ou prospects, actif ou mature) ,

- Contacte le client ou prospect ,
- Réalise la découverte du projet ,
- Saisit toutes les informations du dossier client crédit qui lui sont communiquées à l'occasion du contact.

Accueille les familles d'apporteurs (bailleurs, cmistes collecteurs) et transmet une proposition commerciale :

Pour les bailleurs :

- Réalise le traitement des données de la fiche découverte ,
- Contacte le client pour effectuer la validation des informations recueillies ,
- Saisit toutes les informations du dossier client dans l'outil dédié ,
- Etudie la faisabilité du projet au regard des conditions d'octroi et analyse risques ,
- Etablie une lettre de pré accord pour envoi aux bailleurs et aux clients.

Pour les collecteurs et cmistes :

- Saisit toutes les informations du client/prospect recueillies dans la fiche découverte dans l'outil dédié,
- Etudie la faisabilité du projet au regard des conditions d'octroi et analyse risques,
- Transmet le plan de financement aux familles d'apporteurs.

Réalise des propositions commerciales et transfère vers les autres services du domaine clientèle

- Transfère le contact vers La Banque Postale Financement et/ ou le Conseiller après avoir qualifié son projet de crédit consommation ,
- Propose des compléments d'informations au contact et transfert au Service Développement dans le but d'équiper le client (argent quotidien et/ou épargne..) ,
- Réalise des transferts via une fiche apport vers BPE quand la nature de l'opération n'est pas réalisable et si le client a un profil patrimonial.

Participe à l'entraide

- Peut être amené à fournir à ses collègues des réponses techniques ou des informations qu'il détient et dont ils ont besoin pour travailler ,
- Échange des informations au sein du Centre National de Mise en Relation – Crédit Immobilier et avec les autres forces commerciales de La Banque Postale afin d'optimiser les synergies ,
- Participe à l'entraide avec ses collègues au sein du domaine clientèle ,
- Traite les mails de la boîte fonctionnelle et prend en charge les demandes d'informations clients et Conseiller Spécialisé Immobilier ,
- Traite les mails de la boîte fonctionnelle et prend en charge les demandes d'informations clients et Conseiller Spécialisé Immobilier.

Participe au renouvellement des connaissances sur son domaine d'activités

- Effectue une veille dans son domaine d'activité : évolutions de la réglementation, évolutions des outils...
- Connaît et applique les procédures relevant de son activité ,
- Développe son niveau d'expertise dans son domaine ,
- Actualise en permanence ses connaissances en matière de réglementation, de concurrence, de marchés, des produits et services proposés par La Banque Postale en se formant et s'informant.

# Compétences

## Banque de détail

### Crédit immobilier

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme et des produits de l'offre Crédit immobilier. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

### 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.

## 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.

### 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.

## Relation Client

### Orientation adaptée

Prendre en charge directement le client interne ou externe et traiter ses sollicitations sur différents canaux ou l'orienter vers le bon interlocuteur afin de mieux satisfaire ses besoins.

### 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.

### Traitement de la connaissance client

Savoir exploiter les données issues des SI de connaissance client afin d'optimiser l'activité commerciale en développant les portefeuilles clients, en améliorant les taux d'équipement et en limitant l'attrition.

### Entrée en relation

Accueillir et prendre en charge les clients dès la phase d'attente dans l'espace de vente ou à distance.

Porter une attention au client, l'accueillir de manière personnalisée, l'écouter et prendre en charge son besoin.

#### Amélioration de la satisfaction du client

S'assurer en permanence de la satisfaction du client en prenant en compte son avis à chaque étape de la relation. Faire preuve d'agilité en adaptant en temps réel sa posture aux attentes et besoins du client. Faire preuve de proactivité et d'initiative pour renforcer le lien avec le client.

### Risques et réglementation

#### Risques de crédit

Maîtriser les risques de crédit dans le cadre de sa fonction et conformément à son niveau de délégation. Utiliser les outils de scoring. Appliquer les règles de délégation. Savoir analyser le risque client.

#### 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.

### Vente

#### Détection du potentiel commercial

Mener une découverte approfondie du client par un questionnaire 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.

### Famille

---

### Filière

---

### Métier

---

### Répartition des effectifs

- □

Banque postale

### Effectif de la fonction

De 1 à 9