

Fonction

MONITEUR DES VENTES RESEAU III.3 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [MONITEUR DES VENTES RESEAU III.2 \(H/F\)](#)
- [MONITEUR DES VENTES RESEAU III.3 \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR APPUI VENTE MARCHÉ IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI ACTION COMMERCIALE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI ACTION COMMERCIALE TELEVENTE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI PROJETS COMMERCIAUX IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE APPUI PROJETS COMMERCIAUX III.3 \(H/F\)](#)
- [MANAGER DE L'EXPERTISE DES OFFRES IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans le respect de la politique commerciale du Réseau La Poste et de La Banque Postale et définit dans son plan d'actions commerciales, le moniteur des ventes Réseau :

Contribue au développement de la performance commerciale de l'espace de vente (CCPE / offre Pros / Banque Postale / téléphonie mobile), Participe à la professionnalisation des chargés de clientèle et des gestionnaires de clientèle Professionnelle, Soutient les directeurs de secteur et les responsables de l'espace commercial dans le déploiement des projets commerciaux et marketing du Réseau.

Missions

Participe à la montée en compétence des chargés de clientèle et des gestionnaires de clientèle professionnelle

- A partir des besoins du directeur de Secteur et du directeur Développement Partenariats et Zones de Marché, il établit un diagnostic des compétences individuelles et collectives dans l'établissement pour définir un plan de développement en concertation avec le responsable de l'espace commercial.
- Il accompagne de manière individuelle et/ou collective les chargés de clientèle et les gestionnaires de clientèle professionnelle, permettant l'appropriation de la démarche d'accueil, d'écoute, et de service vis-à-vis des clients.
- Il s'assure de la maîtrise de l'utilisation d'outils et de méthodes en organisant des actions d'information et de formation.
- Il accompagne la montée en compétence des chargés de clientèle et des gestionnaires de clientèle professionnelle sur les produits et services bancaires, la téléphonie, et l'offre Pros notamment.
- Il assure ponctuellement la dispense de formations en situation de travail.

Maintient et développe son niveau d'expertise

- Il connaît et applique les procédures relevant de son activité
- Il actualise ses connaissances (réglementation, concurrence, marché, produits, services du Réseau et de la Banque Postale) en se formant et s'informant régulièrement.
- Il se forme aux différentes méthodes de formation.
- Il assure ponctuellement la dispense de formations en situation de travail.

Compétences

Banque de détail

Services Courrier Colis

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits Services Courriers Colis. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller

le client en conséquence.

Produits non bancaires

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits ou services non bancaires (ex : La Poste Mobile, télésurveillance, etc.). Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

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.

Digital et Data

Processus dématérialisés

Connaître les processus numériques et comprendre les enjeux en lien avec la dématérialisation (impacts juridiques, archivage à valeur probante, signature électronique, etc.).

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.

Analyse et traitement de l'information

Recueillir / synthétiser de l'information, savoir mettre en place, cadrer et piloter / réaliser des études qualitatives et/ou quantitatives en tirant des enseignements des résultats obtenus.

Transfert de compétences

Maîtriser l'ensemble des techniques et outils et les leviers d'action permettant de faire preuve de pédagogie. Savoir transmettre des connaissances.

Relation Client

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.

Appui et Conseil

Apporter conseils, propositions et informations utiles au client / partenaire, le challenger et l'alerter à bon escient et rechercher des solutions aux besoins exprimés en prenant en compte les impacts potentiels.

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 réglementation

Cadre législatif et réglementaire

Savoir traiter les connaissances relatives aux réglementations, processus internes et législations en vigueur sur son domaine d'intervention.

Prérequis

□

Expérience dans la vente ou la relation client. Cette filière peut également être ouverte aux commerciaux des autres métiers ou à des collaborateurs issus de fonctions telles que téléconseillers, superviseurs CRC,...

Environnement de travail

□

Établissement-Entité : Direction régionale

Rattachement hiérarchique : Directeur Développement Partenariats et Zones de Marché

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □
Bgnp reseau
- □
Groupe - siege

Effectif de la fonction

De 10 à 49