

## Fonction

### PRICING ANALYST IV.A (H/F)

## Évolutions possibles

### Au sein du métier

- [PRICING ANALYST IV.A \(H/F\)](#)
- [PRICING ANALYST IV.B \(H/F\)](#)
- [PRODUCT MANAGER IV.A \(H/F\)](#) ▼
- [PRODUCT MANAGER IV.B \(H/F\)](#) ▼
- [PROCESS OWNER IV.A \(H/F\)](#) ▼

## Raisons d'être

La/le Pricing Analyst définit les grilles tarifaires pour les clients en cohérence avec le positionnement de l'offre dans la gamme et les attributs de service.

Elle/il assure la cohérence du niveau tarifaire avec les analyses de de coût et soumet des propositions en vue d'optimiser la structure tarifaire. Elle/il participe ainsi directement au développement économique du groupe.

Elle/il pilote dans la durée l'évolution de la structure tarifaire, la réalisation des business plan. Pour ce faire elle/il assure l'entretien des paramètres tarifaires dans les différents systèmes IT et de la documentation de référence liée aux tarifs et à la réglementation tarifaire.

## Missions

### Décliner la stratégie pricing

#### Décliner les stratégies tarifaires de l'entreprise sur son portefeuille d'offres

- Elle/il est en charge de contribuer à la définition et à la mise à jour des prix des produits et services proposés par Le Groupe La Poste d'après différentes données (suivi et analyse du marché, suivi et analyse des coûts et analyse des recettes prévisionnelles, veille concurrentielle, niveaux des prix, évolution de la demande, déclinaison du price cap, etc).
- Elle/il s'assure de l'adéquation et de la cohérence de la stratégie de pricing avec le marché et l'entreprise, en coordination avec les autres filières / branches.

#### Centrer ses actions sur l'atteinte des résultats

- Elle/il étudie les recettes, établit des prévisions en matière de rendements et porte la solution en tenant compte des différents paramètres avec comme objectif de contribuer au réalisme des business plans en amont des lancements de nouvelles offres.
- Elle/il met en place les méthodes et outils de pricing tout en cherchant des axes d'amélioration.

#### Suivre les tendances de marché

- Elle/il effectue des études sur le marché et sur l'environnement concurrentiel (évolutions des régulations tarifaires, benchmark tarifaire sur des acteurs intervenants sur des secteurs d'activité connexes, ...) afin de garantir une fixation de prix correcte.

#### Travailler en coopération avec des équipes pluridisciplinaires

- Elle/il joue un rôle de conseil auprès des managers et des équipes commerciales et marketing. Elle/il travaille dans une logique coopérative et de co-construction avec les porteurs d'offres.
- Elle/il propose ses recommandations et ses analyses aident à la décision et à la conduite du changement.

## Compétences

## Communication et marketing

### Segmentation client

Segmenter le marché en sous-ensembles de populations homogènes (clients / prospects) afin de mettre en oeuvre des actions marketing ciblées et proposer des offres spécifiques et adaptées à chaque segment.

### 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.

## Digital et Data

### Outils, bureautique, applicatifs et logiciels

Maîtriser les applicatifs et logiciels de son domaine d'activités, y compris les processus dématérialisés et les modes de fonctionnement afférents (workflows de validation, outils collaboratifs, etc.). Respecter ou garantir les règles de confidentialité selon son niveau de responsabilité.

### Culture Data & IA

Connaitre la politique data du Groupe et l'écosystème d'un projet data. Comprendre les concepts clés, les enjeux (gagner en efficacité et accélérer la prise de décision, améliorer les performances de l'entreprise, créer de nouvelles opportunités business, mieux connaître les clients, mieux les cibler et améliorer l'expérience client) ainsi que les risques liés à la data et à l'intelligence artificielle. Savoir identifier les usages possibles dans l'entreprise. Faire preuve de curiosité et se tenir informé de l'actualité de la data et de l'intelligence artificielle.

## Efficacité professionnelle

### Veille / innovation / tendances

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions 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.

## Projet

### Business Design

Concevoir / modéliser de nouveaux Business Plans sur des projets ou nouvelles activités, analyser et suivre leur performance en anticipant les risques.

## Risques et réglementation

### 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

#### 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

- Profils innovants et ouverts avec une forte culture économique
- Sensibilité juridique

### Famille

---

### Filière

---

### Métier

---

### Effectif de la fonction

De 1 à 9