

## Fonction

# PRICING ANALYST IV.B (H/F)

## Évolutions possibles

### Au sein du métier

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

## 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 assurer 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

### Concevoir et mettre en place une stratégie pricing

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

- Elle/il est en charge de définir et de mettre à jour les 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.
- Elle/il répond aux sollicitations de tarifs personnalisés que peuvent demander des clients finaux ou des partenaires externes.

### 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 et optimise les méthodes et outils de pricing tout en cherchant des axes d'amélioration.
- Elle/il garantit la définition de prix acceptables et satisfaisants pour le client tout en gardant une bonne rentabilité pour l'entreprise.

### Suivre les tendances de marché et insuffler une dynamique de progrès

- Elle/il suit les études réalisées 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.
- Elle/il assure une veille tarifaire et suit les évolutions de son domaine de compétences afin d'être en capacité d'innover et de tester de nouvelles méthodes (groupes test, pratiques promotionnelles, trade-off tarifaire, méthodes agiles).

### 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.
- Elle/il assure la diffusion de son expertise et de la sensibilisation des porteurs d'offres aux sujets de pricing.

## 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.

### 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**

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

## **Famille**

---

## **Filière**

---

## **Métier**

---

## **Effectif de la fonction**

De 1 à 9