

Fonction

PRODUCT MANAGER IV.B (H/F) Viviers

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 Product Manager pilote le chiffre d'affaires, la qualité, la performance et la satisfaction client de sa gamme d'offres et fixe les ambitions de son portefeuille en lien avec le plan de développement.

Elle/il est responsable de la gestion de son portefeuille d'offres dans son ensemble (cadrage, conception, pilotage, etc.) et de la définition de la promesse client sur son périmètre.

Elle/il est responsable de l'innovation sur son portefeuille d'offres au sein du programme stratégique auquel il appartient.

Son activité intègre une forte proximité client.

Missions

Concevoir et piloter un portefeuille d'offres

Concevoir des offres créatrices de valeur pour le client et pour l'interne

- Lors de la création d'une nouvelle offre ou lors de la refonte d'une offre existante, elle/il définit la promesse client et l'expérience client attendue (mix produit, business plan, go-to-market strategy, etc.).
- Elle/il définit les moyens nécessaires à l'accomplissement du projet et à l'atteinte des objectifs définis de son entité (études de marché, études de faisabilité (POC), partenariats, etc.).
- Elle/il propose des offres innovantes (innovation incrémentale et / ou radicale) fondées sur les nouveaux besoins et les nouveaux usages des clients.
- En contact avec les clients, elle/il détecte et analyse les insights clients et les inclue en amont et en aval de la définition de ses offres, qu'elle/il coconstruit avec eux.

Piloter et accompagner le processus de développement d'offres

- Porteur/se de la réussite du projet, elle/il pilote de bout en bout les activités sur son périmètre en fixant les ambitions et en définissant les indicateurs de performance et de suivi de son offre (respect des délais, respect du QCD, atteinte du ROI, etc.) dans le respect de la méthode marketing agile.
- Elle/il pilote, anime et coordonne la conception de l'offre entre les différentes directions concernées (Qualité, Production, SI, Commerce, etc.) afin de structurer et de mettre en cohérence la gamme d'offres.
- Elle/il identifie, analyse et traite les risques de son périmètre d'activité, sait alerter en conséquence et pilote le plan d'actions de retour à la trajectoire.

Conquérir et développer le chiffre d'affaires

- Elle/il assure une veille commerciale et concurrentielle sur son marché de référence et entretient des liens étroits avec des entités innovantes du Groupe ou externes (Business Développement, Innov'up, Start'inPost, relations du Groupe internes / externes, etc.) afin de détecter des opportunités de développement.
- Attentif/ve aux évolutions technologiques et digitales, elle/il s'attache particulièrement à apporter une dimension numérique et servicielle à son portefeuille.

Guider / Encourager le changement

Accompagner une équipe projet

- Elle/il sait conduire un projet de bout en bout, de la conception à la commercialisation de l'offre, en mobilisant les ressources nécessaires, en tenant compte des contraintes de l'environnement et en facilitant la coordination autour du projet.
- Elle/il est capable de fédérer les parties prenantes de son environnement autour de la réussite des projets sur son périmètre (donner la vision, contrôler les délais de réalisation, etc.)
- Elle/il sait développer et entretenir un réseau professionnel à l'interne et à l'externe, notamment à travers des partenariats.

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.

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

- Déplacements clients fréquents
- Grande disponibilité

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- ☐

Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 1 à 9