

Fonction

UX DESIGNER IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'ACTIONS MARKETING CLIENT III.2 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MERCHANDISING IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING RELATIONNEL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MISE EN MARCHÉ ET DÉVELOPPEMENT IV.A \(H/F\)](#)
- [UX DESIGNER IV.A \(H/F\)](#)
- [COACH AGILE IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE COMMUNICATION MARKETING IV.B \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE MARKETING EXPERIENCE CLIENTS IV.A \(H/F\)](#)

Raisons d'être

L'UX Designer est le garant(e) de la cohérence de l'expérience utilisateur de bout en bout sur l'ensemble des canaux (on line et off line).

Grâce à sa créativité, sa maîtrise des méthodologies d'empathie, d'observation et de test, l'UX Designer imagine et conçoit une expérience client autour d'une offre / produit / service et apporte son expertise dans la conception de nouvelles offres.

Son rôle est stratégique : elle/il sait réconcilier les enjeux business, les besoins utilisateurs et les solutions techniques et les incarner dans des prototypes concrets pouvant être testés auprès d'utilisateurs et clients.

Missions

Gestion de projet UX / Mettre en place une stratégie UX au sein d'un projet

Définir et créer l'expérience utilisateur

- Elle/il identifie les usages, attentes et besoins des utilisateurs dans des situations concrètes, analyse la façon dont les clients utilisent l'offre (observations terrains, entretiens et interviews, ateliers customer journey ...) et élabore des profils types d'utilisateurs au travers de personae.
- Elle/il traduit les objectifs de ses clients internes (marketing, business, etc.) et les besoins des utilisateurs en scénarii d'usage détaillant la façon dont le produit agit et réagit.
- Elle/il incarne l'expérience utilisateur au travers de prototypes, qu'elle/il teste auprès d'utilisateurs ou clients réels pour obtenir un retour d'expérience. Elle/il identifie et remonte tous les points critiques de l'expérience et formule des recommandations

Centrer ses actions sur l'atteinte des résultats

- Elle/il incorpore le point de vue des utilisateurs dans la démarche de construction du parcours qu'ils soient physiques ou digitaux, une application ou sur tout autre dispositif interactif (ex : solution d'affranchissement) en tenant compte des enjeux business et techniques du projet.
- Elle/il travaille par itérations successives et dans une logique d'amélioration continue, prenant le soin à chaque étape de faire tester et valider ses prototypes / livrables par les utilisateurs finaux (A/B testing, atelier de tests utilisateurs, questionnaires, etc.) de sorte à mesurer en continu la désirabilité du point de vue utilisateur la viabilité économique et la faisabilité technique de sa solution.
- Elle/il fait évoluer ses prototypes jusqu'à parvenir à une version finalisée du projet pouvant partir en pilote voire industrialisation.

Conquérir et développer le chiffre d'affaires

- Porteur/se de la vision idéale du parcours client, elle/il sait de façon pragmatique proposer des solutions conciliant la qualité des parcours client et les enjeux business (chiffre d'affaires versus coûts de la solution).

Agir pour la satisfaction client

- L'UX Designer est le garant(e) de la vision utilisateur tout au long du projet et veille à ce qu'à aucun moment, l'équipe projet ne perde de vue les enjeux clients.

Guider / Encourager le changement

Insuffler une dynamique de progrès

- Elle/il est force de proposition auprès du product manager et du reste de l'équipe sur les méthodologies à utiliser et les solutions en termes d'expérience client.
- En bon communicant, elle/il sait expliquer et défendre son concept et ses choix.
- Pour convaincre, elle/il s'appuie à la fois sur sa forte culture expérientielle (benchmark, cahiers de tendances, sourcing) et sur la force de ses prototypes et tests (croquis, mockup, wireframe,...).

Compétences

Communication et marketing

Parcours clients multicanaux

Concevoir des dispositifs de ciblage (client / prospects) et des parcours client permettant de faire vivre une expérience client en multicanal

Marketing digital

Connaître l'écosystème numérique et maîtriser l'ensemble des techniques marketing utilisées sur les supports et canaux digitaux (email marketing, publicité display, search engine marketing, content marketing, social / mobile marketing, Réseaux Sociaux, analyse web, codage . . .).

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

Culture digitale

Connaître l'environnement et les enjeux du digital pour un usage personnel ou professionnel, par une veille régulière. Être conscient(e) de l'impact du numérique sur les méthodes de travail et les relations avec la clientèle. Faire preuve de curiosité et d'adaptabilité face aux évolutions digitales (nouveaux outils et usages).

Réalisation de contenus digitaux

Etre capable de concevoir des documents numériques (textes, présentations, création schémas, tableurs etc.), produire des supports audiovisuels et développer des contenus de communication digitale.

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

Méthodes et outils de créativité

Maîtriser et appliquer des méthodes agiles et d'innovation (ex: Design Thinking, Test&Learn, SCRUM. . .) dans son activité et faire preuve de créativité.

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

Capacité à conceptualiser

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □
Services-Courrier-Colis
- Bgpn numerique
- □
Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 1 à 9