

Fonction

DELEGUE REGIONAL DU GROUPE IV.C (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [DELEGUE AU DEVELOPPEMENT REGIONAL IV.B \(H/F\)](#)
- [DELEGUE TERRITORIAL DU GROUPE IV.A \(H/F\)](#)
- [DELEGUE REGIONAL DU GROUPE IV.C \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Le rôle du DRG s'articule autour de trois leviers qui guident son action à l'échelon régional :

- Pilote de la relation institutionnelle
- Garant de la coopération au service du Groupe
- Acteur du développement du Groupe

Missions

Piloter les relations institutionnelles à l'échelle régionale

Il pilote la relation avec les principaux élus, pouvoirs publics et institutions

Il coordonne la relation institutionnelle avec tous les interlocuteurs externes

Il organise les plans de rencontre décidés conjointement avec les directeurs territoriaux des branches et filiales

Il assure une veille territoriale portant sur l'environnement politique, économique et institutionnel du territoire

Il contribue au respect des engagements de service public du Groupe

Il coordonne la communication institutionnelle de la Poste au niveau régional, en s'appuyant sur les savoir-faire des équipes de la communication en région (PRC)

Il est le correspondant en matière de sécurité publique et de gestion de crise transverse Groupe.

Garantir la coopération interne au service du Groupe

Il organise et anime la conférence territoriale

Il apporte un appui à la mise en œuvre et en cohérence des projets des branches ayant un impact territorial

Il stimule la coopération dans le cadre du déploiement des projets transformant impliquant différentes entités (SLD, VLP...) ;

Il met au service des branches son expertise en matière de relations territoriales ; de connaissance du territoire et de construction de l'action publique ;

Il pilote et anime un Club secteur public local (SPL) régional et organise sa démultiplication à l'échelle infra-territoriale (départementale par exemple).

Impulser et soutenir le développement du Groupe auprès des acteurs publics

Il identifie les besoins du secteur public local qui peuvent se traduire en offres ou en services, qu'ils soient

disponibles ou qu'ils nécessitent d'être packagés dans le cadre de la construction d'une proposition spécifique associant 2 ou plusieurs branches et filiales.

Il traduit ces besoins auprès des branches et filiales et coordonne les projets nécessitant d'associer les savoir-faire de 2 ou plusieurs branches ;

Il facilite l'action commerciale en développant la mise en relation avec les acteurs locaux.

Manager l'équipe de la Délégation régionale

Il manage et anime une équipe territorialisée de DDR (délégués au développement régional), de DTG (délégués territoriaux du Groupe) et d'assistant(s) basés au siège de la DRG et dans chaque département.

Compétences

Communication et marketing

Communication et relations institutionnelles

Savoir développer des relations avec les élus, les institutions et les parties prenantes externes, et réaliser une veille de l'écosystème politique, économique et social en appliquant les techniques d'influence.

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

Réseaux sociaux et e-réputation

Savoir appliquer les règles de communication propres aux échanges sur les réseaux sociaux et autres communautés digitales, relayer l'information à bon escient, et évaluer les conséquences possibles des informations partagées et mises en ligne et de ses prises de parole sur internet. Être acteur(rice) d'un réseau social en construisant, animant et interagissant au sein de l'écosystème digital.

Efficacité professionnelle

Analyse du besoin Client / Partenaire / Collaborateur

Comprendre, analyser et challenger les besoins et attentes de ses clients / partenaires / collaborateurs, en prenant en considération leurs contraintes et les risques associés. Conseiller et alerter au regard de leurs choix.

Réseaux et environnements (internes et/ou externes)

Créer / intégrer / animer des réseaux (physiques et/ou numériques) et s'insérer dans des écosystèmes (internes et/ou externes) en lien avec son activité.

Polyvalence multi métiers

Connaître et promouvoir les offres du groupe La Poste et de ses partenaires. Changer d'activité et adapter les modalités de service selon les besoins du client. Favoriser les apports d'affaires croisés.

Pilotage et gestion de l'activité

Culture de la performance

Analyser les résultats économiques et financiers (analyse des coûts et de la performance, gestion budgétaire, rentabilité...) et identifier les leviers sur son domaine d'intervention permettant de maximiser la performance et la rentabilité de l'organisation.

Projet

Expertise secteur public

Connaître les spécificités du cadre d'action des acteurs publics locaux et en particulier des collectivités territoriales. Maîtriser l'environnement juridique et réglementaire s'appliquant aux acteurs publics en matière d'organisation et de prise de décision, de budget/finances et de commande publique. Savoir conseiller les acteurs en prenant en compte les dynamiques territoriales (socio-économiques, démographiques, environnementales, politiques...). Maîtriser les politiques publiques, leur application aux projets de territoires et leurs modalités de déploiement.

Risques et réglementation

Éthique et déontologie

Connaître et appliquer les règles de déontologie, de confidentialité et d'éthique (orientée client).

Prérequis

Parfaite connaissance du Groupe La Poste, de ses enjeux, de ses métiers et de son organisation territoriale.

Expertise du secteur public local.

Aptitude à intégrer et entretenir des réseaux externes.

Forte capacité managériale démontrée.

Environnement de travail

Capitale régionale avec déplacements réguliers sur l'ensemble du territoire régional et au Siège du Groupe à Paris.

Relations internes/externes

Internes: Direction des Affaires Territoriales et Publiques (siège), directeurs régionaux de branches et filiales (DEX, DR, PRC, ...)

Externes: élus, institutionnels, dirigeants et représentants de structures publiques et socio-économiques

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

-
-

Groupe - siège

Effectif de la fonction

De 10 à 49