

Fonction

CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT II.3 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [CONSEILLER FINANCIER III.1 \(H/F\) V](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE III.2 \(H/F\) V](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE PATRIMOINE CONFIRM III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CLIENTELE III.2 \(H/F\) V](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE EN IMMOBILIER III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE EN IMMOBILIER III.3 \(H/F\)](#)
- [CORRESPONDANT FINANCEMENT DE L'ACCESSION SOCIALE III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER CLIENTELE III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE IV.A \(H/F\)](#)
- [CORRESPONDANT FINANCEMENT DE L'ACCESSION SOCIALE IV.A \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EXPERT CREDIT IMMOBILIER 3.2 III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EXPERT CREDIT IMMOBILIER 3.3 III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EXPERT CREDIT IMMOBILIER IV.A \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER FINANCIER III.2 \(H/F\) V](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE A DISTANCE III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE A DISTANCE III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE EN PATRIMOINE A DISTANCE IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE III.1 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DE DEVELOPPEMENT CREDIT IMMOBILIER III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE IMMOBILIER A DISTANCE III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE IMMOBILIER A DISTANCE III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SPECIALISE IMMOBILIER A DISTANCE IV.A \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE II.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE DEVELOPPEMENT CLIENTELE III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER BANCAIRE A DISTANCE III.2 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER BANCAIRE A DISTANCE III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER BANCAIRE A DISTANCE III.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT II.3 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT III.2 \(H/F\)](#)
- [DIRECTEUR SERVICE RELATION CLIENT IV.B \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'AFFAIRES SUCCESSION III.3 \(H/F\)](#)
- [CHARGE D'AFFAIRES SUCCESSION IV.A \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER EN SERVICE RELATION CLIENT VALEURS MOBILIERES III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER BANCAIRE DE PROXIMITE III.1 \(H/F\)](#)
- [CONSEILLER SERVICE RELATION CLIENT IMMOBILIER III.1 \(H/F\)](#)

Raisons d'être

Dans son plan stratégique, La Banque Postale affiche l'ambition de devenir la banque préférée des Français, ce qui implique de proposer un service client de 1er ordre constituant une référence dans le secteur bancaire français, pour un développement rentable.

Dans ce cadre, le Conseiller Service Relation Client garantit la satisfaction et la fidélisation des clients, par la qualité de la relation "omnicanal" et l'excellence de l'expérience client. Il contribue au développement du PNB tout en maîtrisant les risques associés à son activité.

Missions

Accueil et prise en charge client

Assure un accueil personnalisé de qualité sur les principaux canaux à distance

Garantit l'accessibilité au plus grand nombre en adaptant son activité aux flux

Réalise les opérations demandées par le client (information, opération de gestion...) de la brique Services au

Quotidien

Développe l'autonomie du client en l'accompagnant dans l'utilisation des services en self care

Assure l'actualisation de la connaissance client (KYC)

Fidélisation des clients et développement du PNB sur produits/services simples

Identifie le potentiel commercial en effectuant une découverte globale du client en temps réel

Propose les produits ou services adaptés à la situation du client

Assure la souscription de produits/services simples ou transfère vers la personne/service habilités à effectuer la souscription

Assure le suivi des souscriptions

Respecte la réglementation de l'ensemble de son domaine d'activité

Exerce l'ensemble de ses activités dans le respect des règles déontologiques de La Banque Postale, de la charte du contrôle interne de La Banque Postale, de la réglementation bancaire et financière, et de la réglementation applicable au domaine de l'assurance

Applique les règles de vigilance et les procédures de détection définies dans le cadre de la lutte contre le blanchiment des capitaux et du financement du terrorisme

Connaît et applique les procédures relevant de son activité

Compétences

Banque de détail

Marché Particulier

Connaître les spécificités de la clientèle Particulier. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client sur les produits dédiés.

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.

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).

Efficacité professionnelle

Processus métier

Savoir traiter les opérations en s'assurant de leur bonne exécution, selon les procédures et modes opératoires en vigueur, ainsi que l'ensemble des processus en lien avec son périmètre d'activité.

Communication à distance

Savoir dialoguer en multicanal avec un ou plusieurs interlocuteurs en adaptant la posture, le contenu du message, le ton et le niveau de réactivité au canal d'échange. Être en capacité de choisir le bon canal de communication en fonction du message à faire passer ou de l'usage associé.

Relation Client

Recherche de solution

Mettre en oeuvre tous les moyens à sa disposition pour apporter une solution au client. Accompagner le client de manière individualisée. Assurer une traçabilité et un suivi des demandes.

Appui et Conseil

Apporter conseils, propositions et informations utiles au client / partenaire, le challenger et l'alerter à bon escient et rechercher des solutions aux besoins exprimés en prenant en compte les impacts potentiels.

Amélioration de la satisfaction du client

S'assurer en permanence de la satisfaction du client en prenant en compte son avis à chaque étape de la relation. Faire preuve d'agilité en adaptant en temps réel sa posture aux attentes et besoins du client. Faire preuve de proactivité et d'initiative pour renforcer le lien avec le client.

Risques et réglementation

Éthique et déontologie

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

Vente

Détection du potentiel commercial

Mener une découverte approfondie du client par un questionnement approprié et une écoute active. Identifier son potentiel commercial à partir des informations recueillies afin de développer son portefeuille client, dans une perspective de conquête et de fidélisation. Ajuster le temps passé au potentiel commercial du client.

Ventes à distance

Adapter les techniques de vente et les postures à une relation commerciale à distance et faire des propositions commerciales adaptées aux besoins et aux projets du client. Prendre des décisions au cas par cas et savoir refuser en expliquant pourquoi. Savoir identifier l'expert adapté au besoin du client et l'intégrer dans le processus de conseil ou de vente.

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Banque postale

Effectif de la fonction

De 1000 à 9999