



EMPLOI REPERE Groupe

CHARGE DE CLIENTELE PROFESSIONNELS



TENDANCES

EVOLUTION QUANTITATIVE



EVOLUTION QUALITATIVE



SYNTHESE

Afin de répondre aux enjeux ambitieux de son marché, le Chargé de Clientèle Professionnels développe son expertise et sa spécialisation en fonction du secteur de sa clientèle (Agriculture, Viticulture, Professions Libérales,...). Au-delà de ses qualités relationnelles pour conquérir la clientèle, il optimise ses capacités à pérenniser la relation en adoptant une posture de « partenaire ». Il est mobile sur sa zone de chalandise et au plus proche de sa clientèle, il s'implique fortement dans la vie locale. En s'appuyant sur sa collaboration avec un Centre de Relation Clientèle et un Middle-Office dédiés, il consolide son rôle de conseil. Cet emploi est un tremplin vers le métier de Directeur d'Agence.

INDICATEURS AU 31/12/2018

EFFECTIF

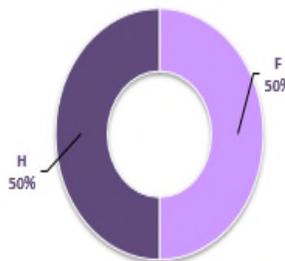
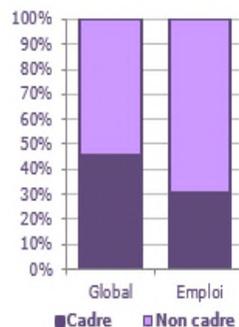
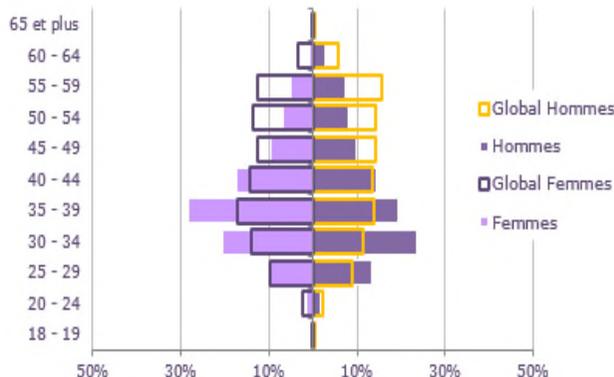
CDI au 31/12/2018	4 127
Variation depuis 3 ans	+6,6%
Part dans la population CDI	4,8%

MOUVEMENTS

Entrées 2018	990
• Recrutements	199
• Mobilités entrantes	791
• Part Mobilités entrantes	80%
Evolution des recrutements par rapport au 31/12/2015	0%
Sorties 2018	1119
• Départs	589
• Mobilités sortantes	530
• Part Mobilités sortantes	47%
Evolution des départs par rapport au 31/12/2015	+99%

SALAIRE de BASE MEDIAN

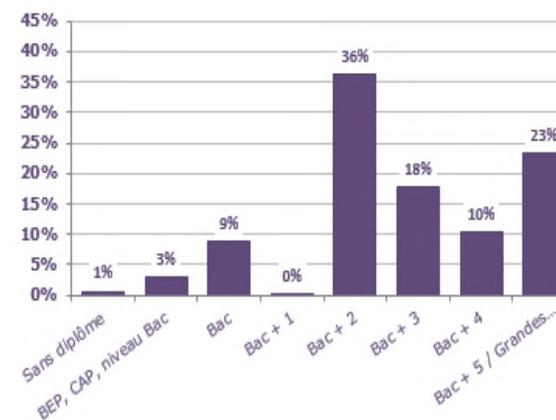
Au 31/12/2018	35 013€
---------------	----------------



	Emploi	Global
% Femme	50,0%	56,8%
% + 55 ans	8,1%	18,7%
Ancienneté	13 ans	15 ans
Age moyen	39 ans	43 ans

Renouvellement

Ancienneté *Equilibre d'expérience*
Age *Renouvellement naturel assuré*





EMPLOI REPERE Groupe

CHARGE DE CLIENTELE PROFESSIONNELS

FACTEURS DE TRANSFORMATION

EXTERNES

➤ TECHNOLOGIQUES

- Diminution des tâches administratives, digitalisation des parcours clients, dématérialisation, fiabilisation et simplification des processus.
- Optimisation de l'utilisation des outils big data (élaboration de profils intelligents et évolutifs pour chaque client, en fonction de ses habitudes de consommation et de ses données socio-démographiques).
- Développement d'un équipement informatique nomade, offrant les mêmes possibilités qu'en agence, pour les déplacements chez les clients.
- Accroissement de l'utilisation des canaux à distance (réseaux sociaux, visio...).

➤ RÉGLEMENTAIRES

- Accélération et complexification de la réglementation sur les aspects juridiques, fiscaux et financiers des sociétés, spécifiques à chaque marché (Agriculture, Viticulture, Professions Libérales, Franchisés, ...).

➤ SOCIÉTAUX

- Evolution des exigences clients : conseils à forte valeur ajoutée allant au-delà des informations basiques déjà détenues, solutions personnalisées rapides et efficaces pour leurs entreprises et relationnel de proximité.

INTERNES

➤ Des enjeux liés au plan stratégique TEC2020 et aux possibilités de développement du marché :

- Double stratégie de conquête : clientèle ciblée en termes de spécialisation (agriculture, viticulture, professions libérales, franchisés, ...) et développement de la double relation (portefeuille de produits élargi avec des solutions intégrant vie professionnelle et vie privée).
- Ambitions en termes d'amélioration de la satisfaction client et de progression dans l'équipement des clients.
- Enjeux d'accroissement de la vente à distance.
- Développement d'un middle-office dédié et de la synergie avec les autres marchés.

ANALYSE DE LA SENSIBILITÉ

- L'emploi de chargé de clientèle Professionnels nécessite une expertise de plus en plus accrue. C'est un expert qui possède des connaissances pointues de l'environnement de son marché, des spécificités et des enjeux métiers de sa clientèle.
- Pour développer ces connaissances, un renforcement de sa présence dans l'environnement de sa clientèle et de son implication dans la vie locale (cercles professionnels, manifestations, évènements, ...) sont nécessaires. Il a un rôle à affirmer dans la vie commerciale et économique de sa zone de chalandise. Il travaille, ainsi, davantage en nomadisme pour être au plus près de sa clientèle.
- Il développe également des activités de prospection/conquête externes, notamment par sa présence active sur les réseaux sociaux, ce qui implique une appétence pour ces canaux de communication.
- Son rôle, au-delà de la prospection est de pérenniser la relation et de promouvoir son activité. L'ambition du chargé de clientèle Professionnels est de construire une relation durable avec ses clients, en adoptant une posture de « partenaire » face à eux. Il contribue ainsi à l'amélioration de « l'expérience client » en développant son écoute, sa disponibilité et sa proactivité. Il contribue au développement de la satisfaction client.
- Sa contribution à la satisfaction client s'exerce également dans l'accompagnement du client dans la maîtrise des outils digitaux. Cela nécessite de sa part une aisance dans l'utilisation de ces outils et une capacité à promouvoir les canaux à distance.
- Le développement de synergies avec d'autres marchés est impératif. Pour cela, le CC Pro doit être autonome et en capacité de travailler avec les différents organes de la banque.
- Cette capacité à travailler en transversalité, voire en binôme, s'exprime dans sa relation avec un middle-office spécialisé. En effet, le développement d'un middle-office Professionnels va générer un nouveau mode de relation « commercial-MO » basé sur l'esprit d'équipe.
- L'emploi de CC Pro reste attractif et est perçu comme un « tremplin » vers l'emploi de Directeur d'Agence. Pour cela, il est nécessaire de le positionner comme un pré-requis pour intégrer un parcours de Directeur d'Agence.