Responsable service client (H/F)

VENTE ET RELATION CLIENTS
VENTE EN LIGNE/SERVICE CLIENT

DESCRIPTION DE L'EMPLOI

Le responsable service client élabore, organise, met en œuvre et supervise l'ensemble des modalités et procédures de traitement des demandes des clients selon la politique de l'enseigne et dans un objectif de fidélisation et de satisfaction de la clientèle.

En étroite collaboration avec sa direction, il participe à l'élaboration de la politique de la relation client, en intégrant les objectifs du service et les plans d'action. Il est également chargé du suivi des budgets alloués aux différents projets, garantissant une gestion financière efficiente.

La qualité du service client est au cœur de ses préoccupations, ainsi il élabore ou fait évoluer les modalités et procédures qualité du service client selon les objectifs et il en contrôle l'application.

Il encadre et anime une équipe de conseillers commerciaux chargée d'assurer le support et l'assistance aux clients.

Il s'assure de la qualité du service clientèle, en suivant et en analysant les indicateurs de performance du service (taux de réclamation, de délais et d'appels) afin d'assurer une constante amélioration du service

Il met à jour les supports de suivi d'activité, dresse les bilans et propose des axes d'évolution à sa direction et son équipe pour maintenir et optimiser l'efficacité du service client.

CONDITIONS D'EXERCICE

Il exerce ses fonctions au sein d'une enseigne de magasins spécialisés en bijouterie-horlogerie.

ACCÈS À L'EMPLOI

L'emploi est accessible à partir d'un **diplôme de niveau bac + 5 dans le domaine du commerce, marketing ou relation client.** Une expérience significative dans des fonctions intermédiaires, dans le digital marketing est nécessaire pour accéder aux fonctions de responsable service client.

Une pratique de l'anglais commercial et technique est requise.

Formations possibles
(liste non exhaustive)

- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de la relation-client et du marketing
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager relation client
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager développement et performance commerciale
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de commerce et de centre de profit
- **MASTER** - Marketing, vente
- **MASTER** - Commerce et distribution

AUTRES APPELLATIONS

- Responsable de la relation client
- Manager relation client

MISSIONS PRINCIPALES

- **Participer à l'élaboration de la politique de relation client** de l'enseigne en cohérence avec la stratégie marketing et multicanale de l'enseigne.
- **Élaborer et gérer les modalités et procédures de traitement des demandes des clients** conformément à la politique de l'enseigne.
- **Superviser et contrôler le processus de traitement des demandes clients** et de la qualité service.
- **Planifier, coordonner et suivre les projets nécessaires** à l'évolution et au développement du service client de l'enseigne.
- **Manager, gérer et accompagner** l'équipe du service client.
- **Suivre, analyser et optimiser la performance du service client** de l'enseigne.

RELATIONS FONCTIONNELLES

EN INTERNE : Selon l'organisation de l'entreprise, le responsable service client peut être rattaché à la direction marketing omnicanal ou vente. Il travaille en étroite collaboration avec son équipe de conseillers. Il est en relation avec différents départements (commercial, qualité…) pour échanger sur les demandes et réclamations clients et pour améliorer l'efficacité et la qualité du service offert.

EN EXTERNE : il est en relation avec les fournisseurs, les prestataires de solutions liées à l'efficacité et à la qualité du service relation client.

MOBILITÉ PROFESSIONNELLE

Avec l'expérience, le responsable service client peut évoluer vers les fonctions de directeur de l'expérience Client/relation client. Il peut s'orienter également vers des fonctions à responsabilités dans le domaine de la qualité ou du marketing.

Responsable service client (H/F)

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Participer à l'élaboration de la politique de la relation client de l'enseigne

- **Effectuer une veille sur les évolutions du marché et l'environnement concurrentiel** de l'enseigne, sur les données et les retours clients, les opportunités d'innovation et de développement pour optimiser le service relation client.
- **Représenter l'entreprise auprès d'acteurs stratégiques**, lors d'événements professionnels, entretenir et développer son réseau professionnel en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.
- **Participer**, en lien avec sa direction, à **l'élaboration de la politique relation client** en cohérence avec la stratégie commerciale, marketing et omnicanale de l'enseigne.
- **Élaborer un plan d'action** pour atteindre les objectifs de la relation client de l'enseigne.
- **Déterminer un budget prévisionnel** et identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre du plan d'action.

Piloter la mise en œuvre de la politique de la relation client de l'enseigne

- **Déployer le plan d'action**, coordonner les moyens nécessaires et suivre sa mise en œuvre en conformité avec les orientations et objectifs définis.
- **Sélectionner et piloter**, le cas échéant, un ou plusieurs prestataires de solutions liées à l'efficacité et à la qualité du service relation client et assurer le suivi et le contrôle de la prestation.
- **Élaborer, adapter et améliorer les modalités et procédures qualité** et de traitement des demandes des clients conformément à la politique de l'enseigne.
- **Superviser le processus de traitement des demandes clients** pour assurer une efficacité et une cohérence optimales.
- **Contrôler l'application des procédures qualité** pour garantir un service client de haute qualité.
- **Coordonner, superviser et suivre les projets d'évolution** et de développement du service client de l'enseigne, s'assurer du respect des délais et des objectifs fixés.
- **Suivre le budget**, identifier, le cas échéant, les écarts budgétaires.
- **Travailler en concertation avec les équipes internes et externes** pour développer les projets et coordonner les actions en faveur de la satisfaction client.

Analyser les performances du service client

- **Concevoir les tableaux de bord** de gestion et de suivi liés à l'activité.
- **Suivre et analyser les indicateurs de performance** et valider l'atteinte des objectifs.
- **Identifier les écarts significatifs** par rapport aux objectifs fixés, en diagnostiquer les causes.
- **Définir des axes d'amélioration et d'évolution ;** piloter leur mise en œuvre.
- **Assurer des reportings réguliers** à la direction.
- **Évaluer l'efficacité** des actions d'amélioration.

Manager l'équipe de conseillers

- **Communiquer et informer sur les orientations et les objectifs** de la stratégie et du plan d'action.
- **Définir et communiquer sur les objectifs individuels et collectifs** de l'équipe.
- **Veiller à l'atteinte des objectifs** collectifs et individuels.
- **Animer, motiver et encourager les initiatives.**
- **Anticiper et gérer les difficultés**, les conflits.
- **Participer à la gestion du personnel :** planification du travail, application des obligations administratives et réglementaires du droit du travail, anticipation et gestion des mouvements du personnel, rémunération, promotion…

Garantir le développement des compétences de l'équipe

- **Participer à la mise en place**, avec les services RH, d'un plan de développement des compétences de l'équipe de collaborateurs.
- **Participer aux entretiens** et aux évaluations de l'équipe de collaborateurs.
- **Identifier les potentiels et les besoins en compétences** des collaborateurs.
- **Participer aux recrutements**.
- **Accompagner l'équipe dans l'exécution de leurs activités**, la gestion du changement et les évolutions d'organisation.

COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES

- **ESPRIT D'ÉQUIPE :** collaborer, agir en servant les intérêts communs et avoir du respect pour le travail de chacun.
- **SENS DU RELATIONNEL :** capacité à nouer des relations et à les entretenir.
- **SENS DE LA PERFORMANCE ET DU RÉSULTAT :** chercher à atteindre avec persévérance et dans une échéance définie les objectifs fixés en prenant en compte l'équilibre entre les coûts et les bénéfices. Rechercher en permanence une performance optimale.
- **ÉCOUTE, EMPATHIE :** se rendre disponible pour comprendre sans a priori ce que ses interlocuteurs pensent et ressentent. Favoriser l'expression de son interlocuteur pour réagir d'une façon adaptée.
- **RIGUEUR, ORGANISATION :** définir et/ou appliquer des méthodes précises et adaptées dans le but d'atteindre ses objectifs avec justesse et précision, en veillant constamment à minimiser les erreurs. Fixer ses priorités, planifier les actions et suivre méthodiquement leur avancement en coordonnant les activités et les ressources de la meilleure manière.
- **CAPACITÉ À EXPLIQUER :** partager et expliciter ses connaissances et ses expériences d'une manière structurée et cohérente pour permettre à d'autres de les comprendre et/ou de les mettre en pratique.
- **CAPACITÉ D'ANALYSE ET DE SYNTHÈSE :** identifier l'ensemble des aspects d'un sujet et les examiner de façon critique ; présenter les informations clés, émettre un avis en structurant et en résumant l'ensemble des éléments utiles.
- **CAPACITÉ À CONVAINCRE :** développer et structurer une argumentation, parfaire sa communication pour transmettre un message dans le but d'amener son interlocuteur à reconnaître quelque chose comme vrai et/ou nécessaire.