

Fiche Métier

CHARGE-É D'ETUDES MARKETING

COMPÉTENCES

Savoirs

- Connaissance en marketing, et notamment en méthodes d'études
- Connaissances en statistiques (plan d'expérience, échantillonnage, analyses de données...)

Capacités

(savoir-faire et savoir-être)

- Identifier les sources d'information
- Sélectionner les données pertinentes
 - Analyser et synthétiser
- Rédiger de façon synthétique et pédagogique
- Communiquer et argumenter
 - Rigueur
 - Curiosité
 - Sens critique
- Sens de l'écoute

ENVIRONNEMENT DU MÉTIER

Localisation

Cabinets de conseil,
agences de communication

Particularités du métier

Conditions de travail

- Disponibilité élevée liée aux contraintes de délais. Les thèmes d'études peuvent être très variés :
- Analyse d'un marché (volume, référencement, prix, comportements et attitudes du consommateur ...) et prévision de son évolution
 - Tests de nouveaux produits, suivi des ventes, repositionnement (changements de packaging ou de prix)
 - Tests et contrôle de merchandising
 - Études publicitaires...

Évolution du métier

Le métier peut aller vers une prise en charge accrue d'activités de type commercial. Des aptitudes commerciales sont alors souhaitables.

MISSION

Mener des études détaillées d'un marché, d'un produit de consommation, d'un concept... pour fournir les informations appropriées permettant la prise de décisions en matière de stratégie marketing de l'entreprise

ACTIVITÉS

- Analyser la demande marketing exprimée directement par le client ou par les appels d'offre, et la traduire en étude
- Rédiger les projets d'étude permettant de répondre aux demandes retenues (objectif, méthode, délai, coût)
- Définir la méthodologie à adopter pour obtenir les données nécessaires à l'étude, en partenariat avec le client, c'est à dire définir :
 - la nature de la méthode : qualitative (entretiens, tests...) ou quantitative (sondages, panels...)
 - l'échantillon (panel de consommateurs, échantillons d'acheteurs...) : définition de la cible, la taille, la composition...
 - le mode et les procédures de recueil de l'information (salle, domicile, téléphone,...)
- Construire l'échantillon et concevoir les outils pour l'obtention des données (ex : questionnaires)
- Recueillir les informations documentaires et les données statistiques appropriées
- Mettre en œuvre et coordonner la réalisation de l'étude, dans le respect de la méthodologie choisie et des délais impartis :
 - Présenter aux personnes intervenant dans la réalisation de l'étude, le contexte, les objectifs de l'étude et leur intervention
 - Rédiger et diffuser la méthodologie et le planning de toutes les étapes de l'étude
- Traiter et analyser l'ensemble des données recueillies
- Interpréter, sans déformer et sans introduire de biais, les résultats de l'étude et en déduire des conclusions et des recommandations (marketing, commerciales) pour le client
- Rédiger le rapport de synthèse et le présenter au client
- Informer le client de l'état d'avancement de l'étude
- Entretenir les relations avec ses clients
- Assurer une veille méthodologique