

CHARGE D'ETUDES MARKETING

Missions :

Le chargé d'études marketing conçoit et réalise des études, avec pour objectif d'éclairer les décisions en matière de stratégie marketing.

Ses missions sont les suivantes :

- rédaction de tout ou partie du cahier des charges d'une étude (méthodologie, délai)
- recueil d'informations documentaires et de données statistiques sur le marché, les clients et les concurrents de l'entreprise
- réalisation d'études qualitatives (création de guides d'entretiens, réalisation d'interviews, animation de groupes d'experts et de tables rondes de consommateurs)
- réalisation d'enquêtes quantitatives (conception de questionnaires, briefing et encadrement des enquêteurs, suivi du déroulement de l'enquête)
- traitement et analyse de l'ensemble des résultats
- rédaction d'un rapport incluant les résultats de chaque phase (documentaire, qualitative, quantitative), une synthèse de l'étude et des préconisations en matière de politique de produit et/ou service, création de nouvelles offres, prix, distribution, promotion et communication.

Personnalité/Qualité :

Curiosité, Intuition, Organisation, Polyvalence

Compétences :

Expert en outils marketing, il est nécessaire de maîtriser parfaitement les techniques de collecte et de traitement des informations, notamment l'informatique, les statistiques et les bases de données.

À noter : la pratique de l'anglais est requise dans les entreprises internationales.

Evolution professionnelle :

Le chargé d'études marketing peut évoluer au sein même du service marketing ou vers un poste opérationnel en commercial.