



Fiche métier – Chargé.e d'études

Chargé.e d'études

Dans quelle(s) structure(s) ?

- Cabinet de conseil en marketing
- Cabinet de conseil en communication
- Annonceur (service marketing ou service d'études)
- Institut d'études
- Société de mesure d'audience
- Régie
- Agence média

Rôle

Le.la chargé.e d'études intervient avant la phase de fabrication d'un produit, la conception d'une campagne de communication ou la mise en place d'un plan média : il.elle est chargé.e de s'assurer que le produit ou la démarche répondra bien à une attente des consommateurs. Il.elle élabore donc un plan d'étude chiffré, préalable à la mise en place d'une stratégie commerciale, publicitaire ou de diffusion adaptée.

Missions

Définition du type d'études à réaliser : quantitatives, qualitatives, sondages, enquêtes, échantillonnage, face à face, téléphonique, en ligne, « focus groupe »...

Suivi de la collecte d'informations sur le terrain

Analyse de toutes les informations recueillies

Elaboration d'une synthèse, d'une recommandation (bilan de l'étude)

Interlocuteurs

Internes : les équipes commerciales et marketing, la communication, la recherche et développement (R&D), le service qualité, etc.

Externes : des sociologues, des enquêteurs, des sociétés spécialisées dans le recrutement de sondés ou la réalisation des enquêtes et sondages (sous-traitants), et les services d'études statistiques

Compétences requises

Connaissances marketing générales permettant la compréhension des produits et des marchés

Connaissances des techniques de sondage

Connaissances sociologiques

Capacité d'analyse et de synthèse

Capacité rédactionnelle

Qualités

Logique : esprit d'analyse et de synthèse

Rigoureux

Adaptable, ouvert d'esprit

Capable de déceler les tendances

Formation

Bac + 5

- École de commerce

- IEP (institut d'études politiques)

- École d'ingénieur avec spécialisation commerciale ou master en marketing

- Master spécialisé en marketing ou un diplôme d'ingénieur avec la spécialité études statistiques