

RESPONSABLE DES ÉTUDES MARKETING

métiers connexes : chargé d'études



MISSIONS

Organise et anime le service des études marketing :

- > participe à l'élaboration de la stratégie de marketing auprès du directeur marketing,
- > centralise les besoins en étude des services sur le plan marketing et commercial,
- > prépare un programme annuel d'études avec les méthodologies adaptées,
- > analyse les données, élabore des recommandations et des hypothèses d'action,
- > établit, fait valider et gère le budget des études marketing.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Dans certaines entreprises, le responsable des études marketing dépend du service commercial et assure des missions de diffusion.

Ainsi, il peut venir en appui aux commerciaux :

- enrichir des argumentaires de vente,
- développer des outils informatiques d'aide à la vente (ex : applications pour analyser le chiffre d'affaires client, information sur leur zone de chalandise, suivi du fonds, etc),
- former les librairies sur les informations du marché.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

• Marketing :

- définir les moyens et méthodologies adéquats pour réaliser les études marketing (études qualitatives ou quantitatives, veille concurrentielle, réalisations en interne ou prestataires, etc),
- extraire, analyser et synthétiser les données recueillies pour répondre aux besoins,
- réaliser les études selon les moyens définis,
- gérer le panel : relation du partenariat, achat d'informations pour donner des indicateurs,
- animer ou sélectionner le prestataire qui animera des réunions de consommateurs.

• Commerciale :

- connaître les marchés, les réseaux de distribution pour garantir la bonne manipulation des données,
- participer aux décisions (stocks, définit tirages) en rapport avec le suivi des ventes,
- donner aux équipes commerciales les informations pour optimiser les ventes.

Compétences de gestion :

- suivre et respecter le budget accordé pour les études marketing,
- superviser la réalisation des études en interne ou en externe (choix du prestataire, coordination).

Compétences relationnelles :

- collecter et retranscrire en langage technique (statistiques) l'ensemble des besoins des équipes marketing et commerciales,
- présenter les résultats des études aux acteurs concernés afin de communiquer l'impact sur les ventes et les stratégies des différentes fonctions.

Compétences en management :

- assurer l'encadrement et la coordination des équipes du service des études marketing.

RESPONSABLE DES ÉTUDES MARKETING



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur marketing, du directeur commercial le cas échéant.
Il encadre les équipes du service des études marketing (ex : chargés d'études).
Il travaille en relation avec le service commercial et l'éditorial, la communication, la distribution, etc.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations certifiantes de niveau I (Ex : écoles de commerce spécialité marketing, ou master Édition – option marketing) peuvent préparer à l'exercice du métier de responsable des études marketing.
Une expérience professionnelle confirmée dans le domaine de l'édition est fortement souhaitée afin de garantir la compréhension des spécificités du secteur.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le responsable des études marketing travaille en équipe en mode projet : il coordonne les acteurs internes et externes, encadre, reçoit et transmet un reporting sur son activité.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le responsable des études marketing débute le plus souvent sa carrière comme chargé d'études dans le secteur de l'édition. Il peut également avoir précédemment évolué dans des services commerciaux ou marketing en dehors du secteur. Après plusieurs années d'expérience, le responsable des études marketing peut voir son champ de responsabilité s'élargir. Il peut également évoluer vers des services commerciaux (exemple : négociateur comptes clés) dans le cadre de mobilité interne ou externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR