

- Industries pétrolières

Chargé(e) d'études marketing



Description

Conduire les études quantitatives et qualitatives relatives aux produits, aux services ou aux marchés, en prenant en compte les évolutions liées à la transition environnementale, à partir de la collecte, de l'analyse et de l'interprétation de données.

FAMILLE DE MÉTIER

Commercial

CODE ROME

Environnement, Tendances & Expériences

Environnement et conditions de travail

- Analyse de la demande, du problème, et définition de la problématique à traiter
- Conception et mise en œuvre des études de marché, y compris sur les nouveaux marchés multi énergies et recyclage
- Recherche, recueil et traitement des informations quantitatives et qualitatives auprès de diverses sources
- Passation de commandes et supervision d'enquêtes réalisées par des prestataires externes
- Mise en œuvre des tests produits
- Analyse et synthèse des résultats des études et des tests
- Organisation et mise à jour de bases de données marketing
- Restitution et diffusion des résultats des travaux menés (rapports, notes de synthèse)
- Elaboration de prévisions sur des segments spécifiques (marchés, produits)
- Veille sur les pratiques d'achats en provenance des différents marchés

Expériences

Ecoles de commerce ou Ecoles d'Ingénieurs ou filières universitaires spécialisées / Master spécialisé (BAC+5) / Etudes statistiques avancées

Savoir faire

Études Marketing

CONCEPTION ET MISE EN ŒUVRE

- Concevoir des études de marché
- Superviser des enquêtes externes
- Mettre en œuvre des tests produits

ANALYSE ET REPORTING

- Analyser les résultats des études
- Élaborer des prévisions sur les marchés
- Restituer les résultats des travaux