- 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

Autres appellations

- Vendeur
- Chef de produits
- Responsable marketing