

MARKETING, COMMUNICATION, DÉVELOPPEMENT DES VENTES, DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE

Chargé / chargée d'études et de recherche

**SOUS-FAMILLE :** Marketing et communication**AUTRES APPELLATIONS :** Chargé / chargée d'études éditoriales

Chargé / chargée d'analyses éditoriales Responsable études publicitaires

Directeur / directrice des études et du marketing publicitaire

Chargé / chargée d'études publicitaires Responsable syndication

Responsable vente de fichiers Chargé / chargée de statistiques

CODE ROME : E1402 - Média planneur / planneuse

Les études menées portent sur des nombreux sujets : pratiques de lecture et usages des médias en général, connaissance et suivi de l'audience, veille sur des nouvelles pratiques commerciales, marketing, publicitaires...

Activités

Activités principales

Elaboration d'outils d'aide à la vente

- Concevoir et piloter des études publicitaires
- Analyser l'évolution du marché
- Analyser l'univers de concurrence (parts de marché et stratégies commerciales des concurrents...)
- Analyser tous les éléments de l'offre produit sur son marché (positionnement, vente, prix, audience...)

Suivi et analyse du lectorat

- Développer de nouvelles approches expérimentales en matière de lecture
- Mesurer et qualifier les usages autour des informations diffusées
- Exploiter les études marketing pour mieux appréhender le lectorat
- Assurer une veille sur les modes de consommation des médias
- Suivre et analyser les taux de lecture et de satisfaction des articles (baromètre rédactionnel...)

Variabilité des activités

En fonction des organisations, le / la chargé / chargée d'études et de recherche peut être amené à proposer des collaborations extérieures dans le cadre de projets spécifique. Il / elle peut également contribuer au développement de bases de données clients, dans le respect de la réglementation en vigueur. Le champ des études peut varier selon les organisations.

Compétences

Compétences stratégiques

Réaliser des benchmarks pour repérer les évolutions des offres concurrentes

Synthétiser et commenter les résultats d'une étude pour orienter ou faciliter une prise de décision

Compétences techniques

Cibler les destinataires dans le choix des modes de présentation de l'information

Construire une base de données (quantis et qualis) pour constituer l'historique des informations

Repérer, qualifier et valider les sources d'information et de documentation

Utiliser des méthodes d'enquête et de testing

Analyser, qualifier et hiérarchiser des besoins pour définir un ou plusieurs scénarios

Choisir les outils et les méthodes adaptés aux objectifs et aux enjeux d'une étude

Rédiger, mettre en forme, présenter un rapport d'étude

Compétences relationnelles

Présenter et Traduire des données techniques de manière accessible

Animer un panel de lecteurs pour les faire s'exprimer sur leurs attentes

Connaissances

Environnement professionnel

- Connaissance des publics, de leurs attentes et comportements de lecture
- Gammes de produits et services de l'entreprise

Statistiques et reporting

- Outils de statistiques / de mesure de l'activité

Techniques de veille et méthodes d'études

- Etudes de marché, études d'audience et de diffusion
- Méthodologies d'études et de réalisation d'enquêtes
- Techniques et outils de recherche, de veille et de collecte d'informations

Voies d'accès et passerelles

Profils

Bac + 5 dans les domaines du marketing, du commerce et de la gestion, des statistiques, de l'économie, du traitement de la donnée

Expérience

Pas d'expérience requise

Envie de changer de métier ?

Retrouvez ci-dessous les passerelles envisageables au sein du des métiers de la presse et des agences de presse, sur la base de plusieurs critères de proximité.

