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](https://candidat.francetravail.fr/metierscope/fiche-metier/E1402)

**FINALITÉS :**

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 MÉTIERS :**

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 règlementation 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
* 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.

MÉTIERS PROCHES

* Chargé / Chargée d'études marketing (publicité)

MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Responsable des études (Publicité)
* Data analyst
* Chargé / chargée de l'acquisition d'audience

AUTRE(S) MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Concepteur / conceptrice d'expérience client (User eXperience researcher / designer)