

CHARGE(E) D'ETUDES EN MARKETING

- **Synonyme(s)** : chargé(e) d'études de marché / consultant(e) marketing / chargé(e) d'études qualitatives ou quantitatives / chargé(e) de mission marketing
- **Famille(s) ROME** : Organisation et études
- **Discipline(s)** : étude de marché / marketing / publicité
- **Centre(s) d'intérêt** : manier les chiffres / enquêter, rechercher, analyser l'information / faire du commerce / convaincre, négocier
- **Fonction(s)** : fonction marketing
- **GFE** : GFE commerce distribution / chargé d'études marketing (publicité)
- **Secteur(s) d'activités** : secteur commerce / secteur de la publicité
- **Statut(s)** : salarié

Accroche

Avant de lancer un nouveau produit ou un nouveau service sur le marché, le chargé d'études marketing analyse les attentes des clients et l'offre de la concurrence pour assurer au maximum le succès commercial.

Synthèse

Les consommateurs se lassent de plus en plus vite. Dès qu'un produit passe de mode, qu'une nouvelle tendance voit le jour, les risques commerciaux sont lourds pour les entreprises. Le chargé d'études marketing dispose d'outils précis pour cerner la demande des clients et étudier leurs attentes. Forte de ces nouvelles données, la direction de l'entreprise pourra changer de stratégie, de cible, modifier le produit, en un mot : réagir. Et, si possible, modifier les comportements d'achat.

Nature du travail

Limiter les risques financiers

Création fromagère ou nouveau dentifrice : le lancement d'un produit ne se fait jamais au hasard. Toute nouvelle mise sur le marché est un pari. Pour en limiter les risques, le produit doit correspondre aux attentes des consommateurs. C'est précisément là qu'intervient le chargé d'études marketing.

Des moyens pour agir

Ses missions : étudier les comportements d'achat et examiner la concurrence. Ses instruments : enquête, échantillon, entretien qualitatif et quantitatif, réunion de groupes ou encore visites dans les magasins pour analyser les hésitations et la prise de décision du consommateur. Son objectif : livrer des études chiffrées, objectives, utiles à son client ou à son entreprise, pour mettre en place une stratégie commerciale adaptée.

Savoir faire parler les sondés

Nombre d'achats mensuels, test de goût, composition des familles et des habitudes de chacun des membres... autant de données concernant la consommation que doit collecter et analyser le chargé d'études. Ainsi, il peut suivre l'évolution des tendances et ajuster ses stratégies.

Conditions de travail

Polyvalent ou spécialisé

Le chargé d'études marketing peut s'occuper de l'ensemble des données concernant un marché (eaux minérales, lessives, biscuits apéritif...) ou, au contraire, se spécialiser dans les études de prix, les statistiques, etc. Il peut exercer en entreprise (industrie, services...) ou dans un cabinet de conseil en marketing ou en communication.

Avec des ressources en interne...

Ses interlocuteurs sont multiples. Dans l'entreprise, il collabore avec la direction, les équipes commerciales et marketing (dites "équipes de terrain"), les services de publicité et de communication... En fonction du produit à étudier, il peut aussi consulter le service R & D (recherche et développement), le service qualité, etc.

... ou en externe

Hors de l'entreprise, le chargé d'études marketing peut travailler avec des sociologues et des enquêteurs, les instituts de sondage, les agences de publicité, les centres de documentation et les services d'études statistiques. De cette façon, il est toujours au fait des nouvelles tendances de consommation.

Vie professionnelle

Annonces ou agences

Des postes peuvent s'offrir au sein des "annonceurs" (entreprises telles que L'Oréal ou Henkel...), mais ils se raréfient. Les petites et moyennes entreprises ont recours aux services d'agences externalisées. Parmi les plus célèbres : AC Nielsen, le leader mondial. Ces grands groupes du conseil privilégient souvent les candidats dotés de 2 à 3 années d'expérience. Les jeunes diplômés débiteront plutôt dans des cabinets plus modestes.

Changements de poste prévisibles

On reste rarement toute sa vie chargé d'études marketing. Et ce, même en changeant de secteur d'activité (industrie, services ou grande consommation) ou de produits. Le poste de chargé d'études marketing est plutôt à envisager comme un tremplin vers une évolution de carrière.

Des fonctions à responsabilités

Fort d'une connaissance approfondie sur les attentes du consommateur, le chargé d'études marketing peut bifurquer vers des postes de commercial (dans la grande distribution, en centrale d'achats ou chez les fournisseurs) ou accéder au poste de chef de produit, pour travailler à la conception de nouveaux produits.

En cabinet de conseil, il pourra évoluer vers un poste de chef de projet, puis de directeur des études.

Rémunération

Salaire du débutant

De 2083 à 2666 euros brut par mois.

Source : Apec (Association pour l'emploi des cadres), octobre 2014.

Compétences

Le goût des chiffres

On pourrait penser le chargé d'études marketing surtout communicant. En fait, il vit en permanence dans le monde des chiffres et des pourcentages. Expert en outils marketing, il maîtrise parfaitement les techniques de collecte et de traitement des informations, notamment l'informatique, les statistiques et les bases de données. Une compétence qui nécessite un grand sens de l'organisation, de la méthode et beaucoup de rigueur. À noter : la pratique de l'anglais est requise dans les entreprises internationales.

Attentif et persuasif

Ses capacités d'observation, d'analyse et de synthèse doivent impérativement être complétées par un talent de persuasion, requis pour convaincre de la justesse de ses conclusions. Habitué à communiquer et à échanger, il doit savoir argumenter auprès de divers interlocuteurs et faire valoir son travail. Impossible de réussir à ce poste sans une solide aisance relationnelle et le goût du travail en équipe. La fibre commerciale est également un atout pour persuader de nouveaux clients ou sa direction de l'utilité de lui commander telle ou telle étude.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers du marketing, de la publicité et de la vente, Parcours, 2012, Onisep

Adresses utiles

Association nationale du marketing, 12 rue de Milan, 75009 , Paris, 01 53 32 30 00, www.adetem.org

CHARGE(E) D'ETUDES ECONOMIQUES

- **Synonyme(s)** : économiste d'entreprise / chargé(e) d'études statistiques
- **Famille(s) ROME** : Organisation et études
- **Discipline(s)** : analyse économique / statistiques / économétrie
- **Centre(s) d'intérêt** : aider, conseiller / enquêter, rechercher, analyser l'information / manier les chiffres
- **Fonction(s)** : fonction conseil, audit, expertise
- **GFE** : GFE tertiaire de bureau tertiaire spécialisé / économiste d'entreprise
- **Secteur(s) d'activités** : secteur fonction publique / secteur assurances / secteur banque / secteur commerce / secteur audit conseil / secteur industrie
- **Statut(s)** : fonctionnaire / salarié

Accroche

Le chargé d'études économiques étudie et analyse la conjoncture économique. À l'aide de savants calculs, il établit des prévisions pour un organisme public ou une entreprise tout en suivant de près les marchés boursiers et la concurrence.

Synthèse

Le chargé d'études économiques est au coeur de la stratégie d'un groupe multinational, d'une banque ou d'un organe de décision politique. Ce fin limier de l'activité économique réalise des études et des prévisions capables d'influencer des choix de marchés ou d'implantation d'entreprises, ainsi que des décisions politiques. Ce métier requiert une formation de niveau ingénieur, master ou diplôme de grande école de commerce.

Nature du travail

S'informer et deviner

Dans quels pays un groupe peut-il s'implanter et quels sont les risques ? Allons-nous connaître une période de récession ? Ces questions complexes exigent des analyses approfondies. Le chargé d'études économiques s'efforce d'y répondre en étudiant les statistiques, en construisant des modèles économiques sophistiqués et en produisant des extrapolations. Surtout, il dispose d'une culture économique bâtie sur des lectures, des rencontres et des voyages, qui l'aide à pressentir des évolutions que les chiffres ne révèlent pas.

L'économie au quotidien

Le chargé d'études économiques dispose de sources d'information qu'il alimente ou utilise régulièrement : presse économique, bases de données statistiques, enquêtes et rapports, relations avec des instituts de conjoncture, des centres de recherche, des fédérations professionnelles... À partir de ses analyses, il publie des notes et des études, ou intervient à l'oral. Analyses de coûts ou de prix, études de marché ou de financement, prévisions de risques financiers font partie de ses travaux.

Travail de veille

La fonction implique un important travail de veille et de repérage. Il faut collecter de nombreuses informations et données chiffrées avant de les interpréter. Rédiger une étude exige un travail de fond.

Conditions de travail

Entreprises et administrations

Le chargé d'études économiques exerce dans les services économiques d'organismes variés : groupes industriels ou commerciaux, banques et compagnies d'assurances, syndicats et organisations professionnelles, instituts de conjoncture, sociétés de conseil, chambres de commerce et d'industrie, chambres d'agriculture, agences de développement économique, organismes publics comme l'Insee (Institut national de la statistique et des études économiques), ministères et régions.

Diverses fonctions

Il peut être rattaché à un directeur des études ou à la direction générale de l'entreprise. Dans un organisme public comme l'Insee, différents concours existent pour devenir contrôleur, attaché statisticien ou administrateur.

Nombreux contacts

Une fois en poste, le chargé d'études participe à des réunions en interne comme en externe pour expliquer et vulgariser les résultats de ses recherches. Ce fin observateur n'est pas toujours plongé dans les chiffres. Il va puiser des informations à l'extérieur et circule beaucoup dans son entreprise pour en connaître tous les rouages.

Vie professionnelle

Des demandes diverses

Soumis à une concurrence internationale exacerbée, et désireux de s'implanter à l'étranger, les groupes industriels et les grandes enseignes recourent de plus en plus aux services des chargés d'études économiques. Ces derniers sont également nombreux dans les banques, qui doivent prévenir les retournements de conjoncture, les risques internationaux et les risques des marchés boursiers. Quant aux collectivités territoriales, elles se soucient du développement économique local et des évolutions sociologiques à long terme.

Un petit nombre d'embauches

Le recrutement est ouvert aux débutants dans une faible proportion. Les entreprises ont en effet besoin de professionnels qui connaissent leur métier, leur fonctionnement et leur environnement stratégique. Le vieillissement des effectifs en poste, notamment dans les groupes bancaires, crée cependant un appel d'air. L'Insee, organisme public de la statistique, recrute des administrateurs, chargés d'encadrer des études, uniquement sur concours. Le chargé d'études économiques junior peut devenir consultant, journaliste économique, chef de projet, etc.

Rémunération

Salaire du débutant

De 2000 euros (dans le secteur public) à 3000 euros brut par mois (dans le privé) .

Source : Apec (Agence pour l'emploi des cadres), 2013.

Compétences

À l'aise avec les chiffres

Entre statistiques industrielles, indices économiques et modèles mathématiques... le chargé d'études économiques étudie les chiffres sous tous les angles. Il aime les analyser et les manipuler, avec l'aide d'outils informatiques.

Curieux, intuitif, convaincant

Sans cesse à l'affût d'une information, cet analyste doit avoir un esprit de synthèse, afin de rapprocher des données dispersées et d'en tirer une analyse pertinente. Son intuition lui permet de se forger une conviction par-delà les chiffres. Il est à l'écoute des besoins des responsables de son entreprise afin de leur communiquer rapidement tout élément intéressant. Des qualités d'expression écrite et orale sont donc nécessaires : pour que ses messages soient compris, ils doivent être clairs.

Doté de connaissances techniques

Le chargé d'études économiques utilise des outils statistiques et de gestion de base de données (comme SAS, par exemple). La pratique de l'anglais est indispensable, notamment dans le domaine de la finance.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers de la statistique, Zoom sur les métiers, 2011, Onisep

Adresses utiles

Association française de science économique, Afse, Université Paris-Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75116, Paris, www.afse.fr

Témoignages

Guylène, attachée statisticienne de l'Insee

Un travail d'équipe

Chargée d'études statistiques et méthodologiques, je travaille à l'Insee qui collecte, produit et analyse les informations sur l'économie et la société française. J'appartiens à un pôle de services qui réalise des outils sur lesquels s'appuient les chargés d'études qui travaillent dans les directions régionales. Mon équipe comprend 9 statisticiens. Nous nous concentrons sur la population et l'emploi. Les services d'études régionaux de l'Insee mettent ensuite en application les outils que nous créons, en fonction des demandes locales. C'est intéressant, car très technique. Actuellement, je réalise des projections départementales concernant le nombre de personnes âgées dépendantes. Nous disposons d'une enquête nationale, " Handicap, invalidité et dépendance ", mais elle n'est pas représentative sur le plan départemental. Les départements ont besoin d'une étude plus fine, car ils gèrent l'APA (allocation personnalisée d'autonomie) dans leur secteur géographique.