**Chargé d'études marketing**

**Le chargé d'études marketing exerce en entreprise ou cabinet conseil spécialisé**. Ses missions peuvent être généralistes (études sectorielles, du marché d'un produit,...) ou spécialisées (études de prix).

Au sein d'une entreprise, il travaille de concert avec différents services (recherche et développement, production, commercial, direction) et des prestataires extérieurs (agences de communication, de publicité, fournisseur de site web, etc.)

Son rôle ? **Participer au lancement, à l'amélioration d'un produit ou d'un service**. Il intervient plus précisément en amont en élaborant des analyses de marché. Il peut s'agir d'étudier les comportements d'achat des consommateurs, leurs attentes, l'image qu'ils ont de l'entreprise, la satisfaction de la clientèle ou encore d'examiner les activités et le positionnement de la concurrence.

Les études qu'il mène permettent à l'entreprise de définir sa stratégie commerciale, de la confirmer ou de la réajuster. Aussi elles lui servent à se tenir au fait des évolutions du marché sur lequel elle se positionne.

Dans le cadre d'une étude, le chargé de mission marketing met en place le planning de réalisation. Il définit les instruments adéquats à utiliser : organisation de tables rondes, rédaction et soumission de questionnaires, réalisation d'enquêtes, visites de magasins,... **Il s'occupe de collecter les informations, de les analyser puis de les synthétiser**.

À partir des résultats obtenus, il rédige un rapport fournissant des réponses aux questionnements préalablement formulés. **Il préconise des axes de développement et formule des objectifs marketing**.

Comment devenir chargé d'études marketing ?

Un niveau Bac +5 est exigé pour occuper un poste de chargé d'études marketing. Cap sur les Masters Professionnels, voire de Recherche, spécialisés en économie, gestion et marketing. Les diplômés d'écoles de commerce sont également plébiscités par les recruteurs.

Qualités et compétences requises pour élaborer des études marketing

Le chargé d'études a des compétences rédactionnelles et une bonne expression orale. **L'aisance relationnelle, des capacités d'écoute et le sens de la persuasion** pour gérer ses relations avec ses collaborateurs et clients, bien comprendre leurs attentes et les convaincre des axes stratégiques à adopter.

**La maîtrise de l'outil informatique est indispensable** : des logiciels de base (surtout Excel) aux bases de données en passant par les logiciels d'enquêtes et d'analyses. Enfin, l'anglais est requis pour travailler dans l’entreprise en relation avec l'international.