RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Chargé / Chargée d'études en marketing (mercatique)

Avant le lancement d'un produit ou d'un nouveau service sur le marché, une entreprise demande à un chargé ou une chargée d'études en marketing (mercatique) d'analyser les attentes de la clientèle et l'offre de la concurrence.

SOMMAIRE

Le métier

Compétences requises

Où l'exercer ?

Les études

Emploi et secteur

Salaire du débutant

Pour aller plus loin

Niveau minimum d'accès : **bac + 5**

Salaire débutant : **1888 €**

Statut : **Statut salarié**

Synonymes : Chargé / chargée d'études de marché, Chargé / chargée d'études qualitatives ou quantitatives, Chargé / chargée de mission marketing (mercatique), Consultant / consultante marketing (mercatique)

Secteurs professionnels : Commerce et distribution, Communication, Marketing, publicité

Centres d'intérêt : J'ai le sens des affaires, J'aime manier les chiffres



© courtneyk/E+/getty Images

Le métier

Analyser la demande

Création fromagère, dentifrice blanchissant ou produit financier performant : tout lancement d'un nouveau produit ou d'un nouveau service ne se fait jamais par hasard. La mise sur le marché est un pari. Pour en limiter les risques, le produit doit correspondre aux attentes des clients et des clientes. C'est précisément là qu'intervient le chargé ou la chargée d'études en marketing (mercatique). sa première tâche consiste à analyser la demande afin de choisir la bonne stratégie et les bons outils. Cela lui permet de faire une proposition d'étude, en chiffrant son coût et en définissant un planning de réalisation.

Définir les outils

Enquêtes, échantillons, entretiens qualitatifs et quantitatifs, réunions de groupes, analyses de données démographiques ou encore visites en magasin : le chargé ou la chargée d'études en marketing a de nombreuses possibilités pour sonder les clients potentiels et les clientes potentielles, étudier leurs comportements d'achat et examiner la concurrence. Selon le cas, il ou elle en utilise un ou plusieurs, choisit le panel de sondés, établit les questionnaires... Dans le secteur financier, par exemple, il ou elle conçoit et met en œuvre des plans marketing pour promouvoir les fonds auprès de la clientèle (institutionnelle et particulière) et élaborer des campagnes de communication adaptées aux différents canaux (digital, presse, événements).

Synthétiser les résultats

Le chargé ou la chargée d'études en marketing est aussi à l'aise avec les chiffres (pour analyser les statistiques et autres données chiffrées) qu'avec les personnes. Il ou elle devra restituer les résultats de son étude par écrit et/ou à l'oral. Son travail est souvent crucial dans la stratégie commerciale de l'entreprise.

Compétences requises

Goût des chiffres et connaissance des produits

On pourrait penser que les chargés ou les chargées d'études en marketing sont surtout des communicants et des communicantes. En fait, ils et elles vivent en permanence dans le monde des chiffres et des statistiques, surtout depuis l'explosion des big data (mégadonnées) qui les a conduits et conduites à maîtriser les techniques de collecte et

de traitement des informations, mais également les outils de marketing digital (SEO, Google Analytics, CRM) ou encore les logiciels de création graphique (Adobe Suite). Ils et elles ont, par ailleurs, une connaissance approfondie des produits et de leur fonctionnement. Une compétence qui nécessite un grand sens de l'organisation, de la méthode et beaucoup de rigueur. À noter que la pratique de l'anglais est requise dans les entreprises internationales. .

Créativité, attention et force de conviction

Des capacités d'observation, d'analyse et de synthèse doivent impérativement être complétées par un pouvoir de conviction et d'argumentation. Impossible de réussir à ce poste sans une solide aisance relationnelle, le goût du travail en équipe et une créativité pour concevoir des campagnes innovantes et impactantes. La fibre commerciale est également un atout.

Où l'exercer ?

Polyvalence ou spécialisation

Les activités des chargés ou des chargées d'études en marketing varient en fonction de leur lieu d'exercice. Ils ou elles peuvent s'occuper de l'ensemble des données concernant un marché (eaux minérales, lessives, produits financiers...) ou, au contraire, se spécialiser dans les études de prix, les statistiques... Ils ou elles peuvent aussi exercer dans une entreprise (de grande distribution, de biens de grande consommation, d'e-commerce, de gestion d'actifs...), dans une agence de conseils en marketing, en communication ou encore au sein d'un institut d'études et de sondages.

Avec des ressources en interne...

Le chargé ou la chargée d'études en marketing collabore avec de nombreux interlocuteurs et de nombreuses interlocutrices. Dans une entreprise, il ou elle travaille avec la direction, les équipes commerciales et marketing (dites « équipes de terrain »), les services de publicité et de communication, ainsi que la direction informatique pour la gestion des bases de données, de plus en plus importantes dans son travail. En fonction du produit à étudier, il ou elle peut aussi consulter les services de R&D (recherche et développement), ou qualité, par exemple.

... ou en externe

Hors de l'entreprise, le chargé ou la chargée d'études en marketing peut travailler avec des sociologues et des enquêteurs ou des enquêtrices, des instituts de sondages, des agences de publicité, des centres de documentation et des services d'études statistiques. De cette façon, il ou elle est toujours au fait des nouvelles tendances de consommation et d'investissement.

Les études

Après le bac

5 ans pour obtenir un diplôme d'école de commerce, d'IEP (institut d'études politiques), un master en marketing (mercatique) ou un diplôme d'ingénieur d'études statistiques.

bac + 5

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Grenoble

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Lille

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Paris

→ Diplôme d'études supérieures en management (PGE) de GEM

→ Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international (PGE) de l'IDRAC

→ Diplôme d'ingénieur de l'École nationale de la statistique et de l'administration économique du Groupe des écoles nationales d'économie et statistique

→ Diplôme d'ingénieur de l'École nationale de la statistique et de l'analyse de l'information du groupe des écoles nationales d'économie et statistique

→ Diplôme du programme grande école d'HEC Paris

→ Master mention économétrie, statistiques

→ Master mention marketing, vente

Emploi et secteur

Annonceurs ou agences

Des postes existent au sein de grosses entreprises, mais ils ne sont guère nombreux. Les PME (petites et moyennes entreprises) ont recours aux services d'agences externalisées et d'instituts d'études et de sondages tels que BVA, Kheolia ou le CSA. Ces instituts sont les plus importants recruteurs de jeunes diplômés et diplômées, notamment à la suite d'un stage de fin d'études qui leur aura permis de faire leurs preuves.

Changements de poste prévisibles

On reste rarement toute sa vie chargé ou chargée d'études en marketing. Et ce, même en changeant de secteur d'activité (industrie, services ou grande consommation) ou de produits. Cette fonction, qu'il représente un premier poste ou obtenu après quelques années d'expérience, est plutôt à envisager comme un tremplin vers une évolution de carrière.

Des évolutions possibles

Les chargés et les chargées d'études en marketing peuvent bifurquer vers des postes de commerciaux ou commerciales (dans la grande distribution, en centrale d'achat ou chez les fournisseurs) ou de chefs et cheffes de produit. En cabinet de conseil ou en institut, ils ou elles peuvent évoluer vers la chefferie de projet ou la chefferie de

groupes, qui chapeaute plusieurs chargés et chargées d'études, voire vers la direction des études.

Secteur

Ce métier peut être exercé dans tous les secteurs d'activité : agriculture ; BTP ; commerce et services ; énergie ; industrie.

Commerce et distribution

Communication

Marketing, publicité

Salaire du débutant *

À partir de 1888 euros brut par mois.

* variable en fonction du lieu d'exercice, du statut.

Pour aller plus loin

Sur le web

Informations sur les métiers et les formations, en particulier en alternance, sur le secteur du numérique et de l'événementiel.

Association française du marketing

Librairie



PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

Paru le 14/10/2021
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €

Centres d'intérêt

Autres métiers à découvrir

- Traffic manager (responsable de la promotion en ligne)
- Acheteur d'espaces publicitaires
- Chargé d'études média
- Responsable de la promotion des ventes
- Chef de projet communication digitale