

# RESPONSABLE DES ÉTUDES

## Autres appellations

Directeur des études et recherches  
Chargé d'études

## Présent dans les secteurs

Agences Conseils en communication  
Agences médias  
Régies publicitaires médias  
Régies publicité extérieure

---

## MISSIONS

Le responsable des études pilote et structure les études en fonction des problématiques posées. Il supervise leur déroulement méthodologique, et définit l'interprétation stratégique des résultats. Il participe à l'élaboration des recommandations.

---

## PRINCIPALES ACTIVITÉS

### Activités communes à tous les segments de la branche

#### Participer à la réflexion des stratégies publicitaires

- Apport d'une expertise sur la pertinence des études et sur la définition des stratégies publicitaires
- Formation des équipes internes ou externes sur les études, les outils, et leurs interprétations

#### Piloter des études et des pré-tests

- Centralisation et analyse des besoins des commerciaux et des planneurs stratégiques en termes d'études
- Formulation des problématiques, recommandations et définition des méthodologies adaptées
- Validation et contrôle des banques de données
- Suivi de la réalisation des études
- Sélection, négociation, pilotage, coordination et suivi de la qualité des prestations
- Négociation tarifaires (prestations, données, logiciels)
- Choix des données
- Établissement des cahiers des charges
- Veille sur l'évolution des méthodologies et des innovations dans le domaine des études
- Participation, en lien avec des informaticiens, à la réalisation d'outils informatiques pour l'analyse des études
- Organisation des informations relatives aux études existantes
- Gestion des données des panels consommateurs et distributeurs (ventes, campagnes, recrutement, fidélisation)

### **Analyser et émettre des recommandations**

- Analyse des résultats
- Rédaction de recommandations

### **Encadrer et animer des équipes de chargés d'études**

- Définition de la stratégie annuelle des études
- Coordination, contrôle, et accompagnement de son équipe et du travail fourni
- Organisation du travail

### **Activités spécifiques à certains segments de la branche**

#### **En Régies publicitaires médias**

- Réalisation de travaux de médiaplanning, des dossiers marketing et médias, des argumentaires sectoriels
- Suivi de l'évolution de l'univers de concurrence en analysant la performance des supports et les investissements des concurrents
- Traitement d'études statistiques (mesure d'audience)
- Élaboration d'analyses et d'argumentaires destinés à favoriser la vente d'espaces publicitaires

---

## **RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES**

### **Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise**

- Commercial et conseil
- Création

### **Relations avec les acteurs externes**

- Clients
- Agences
- Prestataires externes

---

## **COMPÉTENCES CLÉS REQUISES**

### **Savoir-faire du métier**

#### **Participer à une réflexion stratégique, par l'apport de résultats d'études ou de tests marketing en fonction des besoins des équipes commerciaux ou de planning stratégique :**

- étudier les évolutions économiques du marché, l'univers de concurrence d'un client en termes de communication et de produits, le comportement des consommateurs, etc.
- élaborer des recommandations basées sur les résultats d'études ou de tests
- discerner les enseignements des analyses et des études

### **Piloter les études et les tests**

- définir des méthodologies et des moyens de réalisation
- rédiger un cahier des charges, ou un brief pour un prestataire externe ou pour des enquêteurs de terrain, en précisant les objectifs et en définissant les questionnaires, et les panels...
- assurer l'interface entre un prestataire et un annonceur
- collecter (achat de bases de données) et analyser des données sur la concurrence, le ciblage, le marché...afin de constituer des dossiers d'études
- collecter et analyser des informations exprimées par des consommateurs
- organiser des pré-tests sous ( panels de consommateurs, réunions...)
- contrôler les bases de données, extraire et traiter des données en vue d'une analyse

### **Analyser et rédiger des recommandations**

- évaluer l'efficacité ou l'impact des campagnes ou de concepts
- valider un concept ou une campagne

### **Gérer et planifier**

- alimenter des tableaux de bord de planification et de suivi
- mettre à jour un planning pluri-média

### **Animer une équipe**

- Superviser, encadrer et animer son équipe, établir des priorités et s'assurer de la bonne répartition de travail
- Contribuer au plan de formation de son équipe
- assurer le respect des calendriers en tenant compte des effectifs et des charges de travail

### **Connaissances et maîtrise des outils**

- Connaissance du marketing
- Connaissance de gestion d'un budget
- Maîtrise des techniques et des méthodes d'études et des tests, de psychologie, de sémiologie, de sociologie
- Bonne culture générale
- Langues étrangères (anglais)

---

## **FORMATION ET EXPÉRIENCE RECOMMANDÉES**

### **Formation recommandée**

Bac +5 : diplôme(s) d'école de commerce ou d'université.

### **Expérience recommandée**

5 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) en tant que chargé d'études