FICHE MÉTIER

# RESPONSABLE DES ÉTUDES

### Autres appellations

Directeur des études et recherches, Chargé d'études

### Segments d'entreprises

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**

- 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

# COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
  - Elaborer des recommandations pour une stratégie de communication d'un client en analysant les résultats de sa veille, d'études ou de tests, l'efficacité ou l'impact de campagnes de communication ou de concepts

- **Pilotage de projet**
  - Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet en optimisant les synergies, la communication et les processus, le cas échéant en organisant des réunions
  - Piloter un appel d'offres en rédigeant le cahier des charges, en lançant l'appel d'offres, en analysant les offres, en négociant avec les partenaires, prestataires ou fournisseurs retenus
  - Réaliser un suivi et établir un bilan en créant ou en alimentant des tableaux de bord, avec les outils appropriés, le cas échéant en personnalisant les indicateurs, en vue d'une analyse et/ou d'un reporting
  - Mettre à jour des plannings en fonction de l'avancement de l'activité ou de la campagne publicitaire
- **Management et organisation d'équipe**
  - Motiver et animer une équipe en créant les conditions de collaboration par la fédération autour d'objectifs, la coordination, le conseil, le dialogue, la supervision, le recadrage en cas de besoin, la gestion des conflits
  - Développer la montée en compétences de son ou ses équipes en mettant en place des parcours d'intégration, en évaluant les besoins d'apprentissages et en veillant à la mise en place de situations d'apprentissage
  - Répartir les missions ou charges de travail en tenant compte des priorités de réalisation, des effectifs, de leurs charges de travail
- **Réalisation d'études**
  - Définir ou arbitrer les méthodologies et les moyens de réalisation d'une étude en fonction de la problématique posée
  - Extraire des données disponibles en contrôlant la qualité et la cohérence des bases de données
  - Constituer des panels de consommateurs et réaliser des réunions de brainstorming adaptés au pré-test publicitaire visé
  - Rédiger des questionnaires et constituer des panels de consommateurs en fonction des consignes du directeur marketing
  - Analyser des données (avis de consommateurs, évolution de marchés publicitaires…) en prenant en compte les objectifs fixés à l'étude et en appliquant des techniques de sondage, de modélisation, d'analyse statistique
- **Veille et documentation**
  - Alimenter la banque documentaire de l'entreprise par différentes techniques de recherche documentaire (investigations téléphoniques, interrogation de bases de données, dépouillement de titres de presse et d'ouvrages de référence, piges) pour constituer un fonds documentaire ou pour répondre à la demande d'un service de l'entreprise

# CONNAISSANCE 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)

# ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

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

- Commercial et conseil
- Création

**Relations avec les acteurs externes**

- Clients
- Agences
- Prestataires externes

# PROFIL SOUHAITÉ

**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