M1430
CHARGÉ / CHARGÉE D'ÉTUDES COMMERCIALES

Autres emplois décrits

- Analyste prix / Analyste pricing
- Assistant d'études commerciales / Assistante d'études commerciales
- Chargé / Chargée d'études de marché
- Chargé / Chargée d'études en marketing
- Chargé / Chargée d'études prospectives
- Chargé / Chargée d'études satisfaction
- Responsable prévision des ventes

Définition

Le Chargé d'études commerciales collecte, analyse et interprète des données pour orienter les stratégies commerciales et marketing de l'entreprise.

- Conçoit et réalise des enquêtes, des sondages et des études pour comprendre les besoins et les attentes des consommateurs
- Surveille et analyse les activités des concurrents, les tendances du marché et les évolutions sectorielles
- Produit des rapports détaillés et formule des recommandations pour orienter les stratégies marketing et commerciales
- Définit des segments de marché pour mieux cibler les actions et personnaliser les offres
- Analyse les performances des campagnes marketing ou commerciales et propose des ajustements de stratégie en fonction des résultats obtenus
- Peut coordonner et superviser une équipe

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac +3 à Bac +5 en techniques de commercialisation, sciences économiques ou marketing.

Certifications et diplômes :

- BUT spécialité techniques de commercialisation parcours marketing digital, e-business et entrepreneuriat
- BUT spécialité techniques de commercialisation parcours marketing et management du point de vente
- Licence mention economie, science politique

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Analyser les tendances de consommation des clients
- Analyser les données de vente pour optimiser les stratégies
- Identifier une clientèle cible ou des prospects
- Etablir des prévisions, des évaluations, des recommandations, des perspectives
- Synthétiser et mettre en forme des données pour les présenter lors de réunions stratégiques
- Mettre en place des outils d'aide à la décision

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Analyser, exploiter, structurer des données — Transition numérique
- Assister une structure dans l'interprétation et l'analyse d'une étude
- Coordonner le déroulement d'une étude

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Communiquer les résultats des études aux parties prenantes
- Respecter les normes éthiques et de confidentialité

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Concevoir des modèles de détection des insights consommateurs
- Interpréter les résultats d'enquêtes et proposer des améliorations de produit ou service
- Contractualiser une prestation
- Réaliser une veille de marché, une veille concurrentielle
- Concevoir et gérer un projet
- Planifier et suivre les échéances de projet
- Proposer des améliorations basées sur les analyses de données
- Développer et gérer des relations ou partenariats

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Réaliser un modèle de prévision — Transition numérique
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants — Transition numérique
- Concevoir des enquêtes pour évaluer la satisfaction client
- Analyser les indicateurs pertinents sur les tendances et les usages des clients

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Elaborer, suivre et piloter un budget

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Mener des travaux collaboratifs avec la direction et les autres services (marketing, recherche et développement, etc.) de l'entreprise pour améliorer les produits ou services
- Convaincre en argumentant avec un ou plusieurs interlocuteurs
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel
- Communiquer auprès de ses interlocuteurs internes et externes
- Maintenir une veille réglementaire et technique

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Améliorer continuellement les méthodes d'analyse

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de rigueur et de précision
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Etre force de proposition

Savoirs

Domaines d'expertise

- Conception et analyse d'enquête — Transition numérique
- Analyse des marchés
- Analyse statistique
- Modélisation et simulation — Transition numérique
- Suivi des tendances du marché
- Utilisation d'outils Business Intelligence (BI) - Informatique décisionnelle — Transition numérique
- Logiciels de gestion de base de données — Transition numérique
- Utilisation de logiciels d'analyse statistique — Transition numérique
- Intelligence artificielle — Transition numérique

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Produits, outils et matières

- Logiciels d'analyse et de traitement de données — Transition numérique

Normes et procédés

- Modélisation économique
- Méthodes de prospective
- Règlement Général européen sur la Protection des Données (RGPD) — Transition numérique

Techniques professionnelles

- Techniques de sondage d'opinions
- Techniques de communication et de négociation
- Techniques commerciales
- Techniques de benchmarking
- Analyse de l'audience cible

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- En bureau d'études
- Possibilité de télétravail

Horaires et durée du travail

- Travail en journée

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Entreprises et milieux professionnels

Secteurs d'activité

- Communication et marketing
- Commerce et distribution

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail