Fonction
CHARGE D ETUDES MARKETING IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHE IV.B (H/F)
- DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHE IV.C (H/F)
- BUSINESS DEVELOPPEUR IV.A (H/F)
- BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B (H/F)
- MARKETING BUSINESS ANALYST IV.A (H/F)
- MARKETING BUSINESS ANALYST IV.B (H/F)
- CHARGE D ETUDES MARKETING IV.A (H/F)
- CUSTOMER DATA ANALYST IV.A (H/F)
- RESPONSABLE MARKETING INNOVATION IV.A (H/F)

Raisons d'être

La/le chargé(e) d'études marketing a pour mission de produire des études marketing visant à fournir des données objectives sur les cibles de l'étude, en sollicitant des outils innovants et appropriés pour le sujet d'étude.

Elle/il contribue à l'amélioration de la stratégie marketing du Groupe La Poste en proposant des recommandations sur son offre de produits et de services issus des études.

Son activité permet de développer une offre pertinente et cohérente avec les attentes des consommateurs et les évolutions du marché.

Missions

Réaliser des études marketing

Réaliser des études marketing de bout en bout

- Elle/il réalise des études et des analyses marketing de bout en bout sur les produits, marchés et réseaux de distribution. Cela peut aller de l'étude ad hoc à l'étude de marché globale en passant par les travaux de segmentation client.
- Elle/il analyse le projet d'étude et propose un cadrage complet pour le mener à bien (planning, coût, résultats attendus, etc.).
- Suite à l'étude, elle/il délivre des conclusions et des recommandations permettant de répondre aux différentes problématiques définies au moment du cadrage.
- Elle/il possède une forte capacité rédactionnelle et de synthèse qui lui permettent de communiquer ses résultats et de réaliser des supports adaptés (notamment digitaux) pour les partager et les diffuser, au-delà de sa direction dans une logique d'amélioration continue.

Maîtriser et faire évoluer les outils marketing

- Expert en outils marketing (enquêtes, échantillons, entretiens qualitatifs et quantitatifs, panel, questionnaire, etc.), elle/il maîtrise les techniques de collecte et de traitement d'informations (statistiques, bases de données, etc.) et sait solliciter des outils innovants et digitaux en fonction des cibles et de l'objectif des études.
- Elle/il maîtrise les techniques d'analyse de données en masse (big data) afin d'enrichir ses analyses.
- Elle/il peut être amené à gérer les relations avec des panélistes et instituts d'études, afin de garantir la pertinence et la qualité des sources de données utilisées.

Connaître et anticiper les tendances de marché

- Elle/il assure une veille technologique, concurrentielle et commerciale sur son marché de référence pour détecter les besoins et nouveaux usages des clients et identifier de nouvelles méthodologies favorisant l'innovation (exemple : socio démographie, ethno démographie, etc.).
- Elle/il communique les informations nécessaires pour développer une offre pertinente et permettre aux équipes de prendre des décisions éclairées

Conseiller et alimenter les plans d'action Marketing

- Elle/il diffuse son savoir et le résultat de ses études pour permettre aux équipes commerciales et marketing de disposer des informations importantes sur l’environnement dans lequel évolue l’entreprise et de faciliter son développement.
- Elle/il maîtrise les techniques de communication, conseille sur les modalités d’études et propose des dispositifs innovants.
- Elle/il pilote les prestataires et partenaires de son périmètre d’activité.

Compétences

Communication et marketing

Stratégie marketing
: Savoir élaborer une stratégie marketing à moyen et long terme en évaluant les opportunités d'un marché, en définissant le positionnement des offres et en déterminant les axes de développement en fonction des canaux et des cibles.

Techniques de communication
: Maîtriser les techniques de communication, de rédaction, de gestion éditoriale, de design et de scénarisation de messages sur différents supports de communication, afin de transmettre de l'information et du contenu et faire vivre une expérience au client au travers des messages diffusés.

COMPORTEMENTALES

Analyse et discernement
: Pouvoir apprécier, décomposer avec justesse et clairvoyance, une situation observée ou des faits vérifiés et distinguer les éléments marquants à partir du réel pour faciliter la prise de décision. Savoir faire preuve de remise en question, de sens critique, de mise en perspective et de jugement.

Culture du changement et de l'innovation
: Encourager et accompagner le changement et les initiatives d'amélioration dans un environnement complexe et incertain. Expérimenter, tester, évaluer en s'appuyant sur de nouvelles méthodes, y compris numériques. Comprendre et susciter l'innovation en remettant en question les usages et en osant être pionnier. Etre dans une dynamique d'identification et d'apport de nouveautés dans son activité en osant sortir du cadre pour penser le problème en dehors de ses limites et de ses moyens lorsque la situation le demande.

Adaptabilité
: S'adapter aux évolutions et aux aléas des situations et de son environnement de travail dans les délais adéquats en faisant preuve de souplesse. Savoir gérer ses priorités en intégrant les évènements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

Orientation stratégique
: Comprendre les enjeux de son environnement et les impacts opérationnels au long terme de la stratégie de l'entreprise dans son quotidien. Savoir l'expliquer, lui donner du sens et l'intégrer dans son activité pour accroitre la performance globale de l'entreprise. Etre capable de définir des priorités à court et moyen terme, de les mettre en perspective et de les hiérarchiser en intégrant les éléments stratégiques de l'entreprise.

Comportementales Socles

Orientation client
: Enrichir l'expérience client en adoptant une posture de service et de conseil et développer une relation de confiance durable. Anticiper, analyser, comprendre les besoins et attentes de ses clients pour apporter des réponses personnalisées. S'appliquer à améliorer la satisfaction client et mesurer son niveau de satisfaction.

Culture RSE
: Acquérir et/ou développer des connaissances sur la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et connaitre les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

Orientation résultats
: Engager des actions et mobiliser en toute autonomie des ressources (financières, matérielles, techniques, numériques et humaines) pour atteindre des performances durables dans le respect des principes éthiques, de qualité de vie et de RSE. Savoir être proactif et fixer, pour soi et/ou pour d'autres, des objectifs ambitieux et exploiter des opportunités pour aller au-delà des attendus.

Coopération et ouverture
: Construire et faire vivre des réseaux informels ou structurés d'individus ou de groupes en s'appuyant sur les outils collaboratifs comme les réseaux sociaux internes. Participer individuellement à l'atteinte d'un résultat collectif en favorisant l'entraide et le partage de connaissances. Savoir fédérer les parties prenantes d'un projet autour d'un objectif commun et établir des partenariats. Faire preuve d'écoute

active vis-à-vis de ses interlocuteurs et prendre en compte leurs problématiques et les objections émises dans ses actions et prises de décision. Etre ouvert(e) d'esprit et curieux(se) au sein de son environnement.

Digital et Data

Supports digitaux et objets connectés

Utiliser les appareils et supports digitaux (hardware) à bon escient : PC, tablette, smartphone, visio, objets connectés, etc. S'adapter aux évolutions en lien avec les supports digitaux et s'approprier les nouveaux objets connectés.

Culture Data & IA

Connaitre la politique data du Groupe et l'écosystème d'un projet data. Comprendre les concepts clés, les enjeux (gagner en efficacité et accélérer la prise de décision, améliorer les performances de l'entreprise, créer de nouvelles opportunités business, mieux connaitre les clients, mieux les cibler et améliorer l'expérience client) ainsi que les risques liés à la data et à l'intelligence artificielle. Savoir identifier les usages possibles dans l'entreprise. Faire preuve de curiosité et se tenir informé de l'actualité de la data et de l'intelligence artificielle.

Efficacité professionnelle

Réaliser une veille sur les réglementations et/ou innovations

Se tenir informé(e) des tendances, des évolutions réglementaires, technologiques et des innovations en vigueur dans son domaine d'intervention en lien avec les enjeux de l'entreprise et attentes des clients / partenaires et à les intégrer dans son activité. Analyser les impacts et communiquer auprès des acteurs concernés.

Analyse et traitement de l'information

Recueillir / synthétiser de l'information, savoir mettre en place, cadrer et piloter / réaliser des études qualitatives et/ou quantitatives en tirant des enseignements des résultats obtenus.

Risques et Conformité

Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité

Appliquer, transmettre ou faire respecter les consignes spécifiques et générales à son poste de travail. Signaler à sa hiérarchie les situations de travail dangereuses et les problèmes de sécurité. Utiliser les moyens de locomotion dans le respect des normes d'utilisation.

Système d'excellence

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Prérequis

- Ouverture et veille informationnelle (logique d’amélioration et d’innovation)
- Appétence aux nouvelles technologies et au digital

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

-
  Services-Courrier-Colis
- Bgpn numerique
-
  Banque postale

Effectif de la fonction

De 1 à 9