Analyse de tendance

Domaine : Stratégie commerciale et marketing

Appellations

- Responsable de tendance
- Responsable de style et tendances
- Directeur du planning stratégique
- Planneur sénior

Accès au métier

Cet emploi/métier est accessible avec une licence en économie, commerce, gestion, communication ou diplôme d\'école supérieure de commerce, complétée par la connaissance parfaite des caractéristiques de la marque ou de l\'entreprise et son environnement concurrentiel. Une expérience professionnelle peut être exigée pour le poste de manager ou responsable. La pratique d\'une langue étrangère peut être requise.

Conditions d'exercice

L'activité de cet emploi/métier s'exerce au sein d'agences de publicité, de communication, de cabinets de design, ... en contact avec différents intervenants (créatifs, commerciaux, chefs de produits, annonceurs, ...). Elle varie selon le secteur d'activité (publicité, alimentaire, stylisme, ...). Elle peut s'exercer les weekends.

Activités de base

• Actualiser la documentation technique et communiquer les informations aux interlocuteurs concernés • Analyser les tendances et évolutions sur le marché (nouveaux besoins, modes de consommation, concurrence, ...) du produit, service ou marque • Elaborer des propositions sur le positionnement du produit, service ou de la marque et les transmettre aux services concernés (marketing, commercial, ...) • Recenser les informations disponibles (tests, enquêtes, observations, sondage, ...) sur un produit, un service, une marque et définir leur positionnement sur le marché

Compétences de base

• Connaissances de base en sociologie • Techniques commerciales • Techniques d'analyse statistique • Techniques de communication • Techniques de marketing • Techniques et méthodes d'enquête

Activités spécifiques

• Concevoir et proposer de nouveaux concepts pour de nouveaux produits, services ou marques • Coordonner l'activité d'une équipe-Techniques d'animation d'une équipe • Définir ou participer à la définition de la stratégie d'une campagne publicitaire • Développer un portefeuille clients (prospection, négociation de nouveaux contrats, ...) • Diriger un service,une structure