

3.11 Fiche Métier – COMPETENCES Analyste des ventes

1.	Intitulé de l'emploi appellations	3.11.1 • Junior planner • Planneur / Planneuse junior • Planneur / Planneuse senior • Planneur / Planneuse stratégique • Senior planner • Tendanceur / Tendanceuse
2.	Code	REC/UMA/10501
3.	Famille Professionnelle	Support à l'entreprise/ Stratégie commerciale, marketing et activé commerciale
4.	Catégorie	Cadre
5.	Définition	
	Analyse les marques, les comportements des consommateurs et identifie les évolutions, les nouvelles tendances, les innovations, les concepts afin d'anticiper la demande, et de faire correspondre les produits aux attentes des clients. Peut encadrer une équipe ou un service.	
6.	Environnement et conditions de travail	
	L'activité de ce 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, annonceur, ...). Elle varie selon le secteur d'activité (publicité, alimentaire, stylisme, ...). Elle peut s'exercer les fins de semaine.	
7.	Conditions d'accès	
	Ce métier est accessible à partir d'un diplôme de licence en économie, commerce, gestion, communication... complété par la connaissance du secteur d'activité de l'entreprise. La pratique d'une langue étrangère peut être requise.	
	Activités principales	
	• Collecter les tests, enquêtes, observations sur un produit, un service, une marque, des usages ou des comportements • Analyser le produit, le service, la marque et déterminer son positionnement sur le marché • Analyser les comportements, les usages et l'environnement social, professionnel, culturel de consommateurs, de clients • Détecter et évaluer les évolutions du marché, de tendances, d'usages, de comportements de consommateurs et clients ou l'émergence de nouveaux marchés	

- Etablir le cahier de tendances ou les propositions de projets à partir des analyses et études
- Suivre et mettre à jour l'information culturelle, réglementaire, professionnelle

09

Compétences requises

Nomenclature des compétences

Les savoir faire

Réf compétence	Description des compétences	I	P	M	T
1	Définir le concept et le message d'une campagne média	I	P	M	T
2	Formaliser des concepts créatifs pour l'élaboration de nouveaux produits, de nouveaux services ou de nouvelles marques	I	P	M	T
3	Etablir des cahiers des charges précisant la cible, le message pour les créatifs et le marketing	I	P	M	T
4	Développer un portefeuille de clients/prospects	I	P	M	T
5	Coordonner l'activité d'une équipe ou diriger une structure	I	P	M	T
6	Utiliser l'outil bureautique (traitement de texte, tableur,...)	I	P	M	T

Les savoir					
Réf compétence	Description des compétences				
1	Sociologie	I	P	M	T
2	Marketing	I	P	M	T
3	Méthodes d'enquête	I	P	M	T
4	Techniques commerciales	I	P	M	T
5	Analyse statistique	I	P	M	T
6	Méthodes quantitatives	I	P	M	T
Les savoir êtres					
1	Etre disponible et orienté clients	I	P	M	T
2	Communiquer et gérer ses relations	I	P	M	T
3	Maintenir l'esprit d'équipe et de partage	I	P	M	T
4	Organiser et gérer le temps et les activités	I	P	M	T
5	Savoir se maitriser et gérer ses comportements et ses émotions	I	P	M	T
6	Faire preuve de rigueur, de précision et de curiosité	I	P	M	T

* I : initiation / P : pratique / M : maîtrise / T : Tutorat /expertise