

ORBA – DESCRIPTION DE FONCTION

<b>Fonction</b> : Chargé d'étude (m/f)		<b>Activité</b> : Commercial
<b>Place dans l'organisation</b>	<b>Chef direct</b> : Head of Research ou Directeur Marketing dont relèvent quelques chargés d'étude. <b>Subordonnés</b> : Aucun.	
<b>Objectif de la fonction</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rassembler et traiter toute l'information (investissements publicitaires/audiences) afin de transmettre une information correcte et fiable aux responsables des départements de recherches et de ventes d'une part et aux clients/annonceurs d'autre part et afin de formuler des conseils concernant la programmation.</li> </ul>	
<b>Domaines de responsabilités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rassembler, analyser et interpréter les chiffres d'audience.</li> <li>▪ Rassembler, analyser et interpréter les chiffres d'investissements publicitaires.</li> <li>▪ Prodiguer une assistance au département commercial.</li> </ul>	
<b>Interaction sociale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informer les chefs et les collègues des départements marketing, sales, production et de la programmation. Informer et entretenir des contacts avec les agences média et les agences de publicité (clients). Répondre aux questions ad hoc du département commercial (coût/GRP, part du marché). Rédiger des rapports et des présentations.. Egalement dans une langue étrangère (par écrit).</li> </ul>	
<b>Exigences spécifiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se servir d'un PC.</li> </ul>	

▪ **Tâches principales**

- Rassembler, analyser et interpréter les chiffres d'audience des programmes des chaînes-propres afin d'évaluer les programmes, les services et le profil du réseau/de la chaîne. Cela comprend entre autres :
  - estimer les audiences et les parts du marché que les programmes devraient atteindre ;
  - collecter les chiffres d'audience des programmes diffusés ;
  - analyser et interpréter ces chiffres ;
  - tirer des conclusions et déceler les tendances ;
  - rédiger des rapports mensuels reprenant ces données ;
  - garder ces informations et les tenir à la disposition de la Direction, du Marketing et du département commercial.
  
- Rassembler, analyser et interpréter les chiffres d'investissements publicitaires afin d'en évaluer l'impact. Cela consiste e.a. à :
  - collecter les chiffres d'investissements publicitaires, par agence, par media, par annonceur (pige publicitaire) ;
  - analyser la part de marché des chaînes-propres et celles de la concurrence et interpréter les tendances d'investissement ;
  - introduire ces données dans des rapports mensuels afin que ces infos soient disponibles pour la Direction, le Marketing et le département commercial.
  
- Prodiguer une assistance au département commercial afin de l'aider à élaborer sa politique commerciale. Cela consiste entre autres à :
  - analyser et suivre l'évolution des tarifs publicitaires et du coût/GRP;
  - analyser la concurrence ;
  - maintenir la base de donnée à jour ;
  - actualiser les dossiers commerciaux (nombre de GRP, tarifs moyens, coût/GRP, coût/000 selon les différentes cibles et réseaux)
  - répondre aux questions concernant le coût/GRP, les indices d'audience, la part du marché d'un programme spécifique ; des campagnes publicitaires ; les tendances dans le secteur média, etc ...;
  - participer à la rédaction de présentations (PP) pour des conférences de presse.

**Inconvénients:**

- Position unilatérale et fatigue oculaire et dorsale lors des travaux à l'écran pendant la majeure partie de la journée.