

FIȘA POSTULUI

1. Denumirea postului: MARKET RESEARCH ANALYST

2. Departament: Marketing

3. Responsabilități:

- Monitorizează și prezice tendințele de marketing și vânzări
- Evaluează eficacitatea programelor și strategiilor de marketing
- Elaborează metode de colectare a datelor, precum sondajele, chestionarele
- Adună date despre consumatori, competitori și condiții ale pieței
- Analizează datele utilizând programe statistice
- Transformă informațiile complexe în grafice, tabele sau rapoarte ușor de înțeles
- Prezintă rezultatele clienților și conducerii
- Realizează recomandări pe baza datelor colectate
- Negociază contracte pentru proiecte de cercetare
- Gestionează bugete
- Creează o imagine a tendințelor industriei și a competitorilor astfel încât organizațiile să poată prezice modul în care produsele și serviciile se vor comporta în piață
- Determină poziția companiei pe piață, analizând concurența, prețurile, vânzările și metodele de comercializare ale acestora
- Creează broșuri și reclame publicitare, planuri de vânzări și de promovare a produselor, folosindu-și cunoștințele dobândite despre consumatorii vizați
- Analizează preferințele consumatorilor pentru a determina potențialul de vânzări al unor produse sau servicii

4. Cunoștințe necesare:

- Abilități de lucru cu programe precum Microsoft Powerpoint și Microsoft Word, programe statistice (SPSS, WinCross, SAS, and Market Sight)
- Bune abilități matematice și analitice
- Experiență în mediul de afaceri sau în științele sociale

5. Abilități necesare:

- Abilități de persuasiune, influențare și motivarea celorlalți
- Bune abilități analitice și de înțelegere a unor mari cantități de informații
- Abilități de comunicare
- Gândire critică în analizarea informațiilor și determinarea strategiei de marketing
- Atenție la detalii
- Abilitatea de a lucra sub presiunea timpului
- Organizare în lucru
- Bune abilități de prezentare
- Flexibilitate și lucru în echipă
- Abilități interpersonale