

Au sein du département « Sales and Marketing Office » de Stellantis (groupe automobile regroupant un large portefeuille de Marques automobiles internationales : Maserati, Alfa Romeo, DS, Lancia, Peugeot, Opel/Vauxhal, Citroën, Fiat, Chrysler, RAM, Dodge, Jeep), vous intégrerez l'équipe « Market Intelligence ».

Ce service a pour objectif de :

- Capturer les tendances sociétales et les nouveaux défis de la Mobilité
- Conduire des études clients au niveau mondial en lien avec les différentes Régions pour mieux comprendre le client (motivations d'achat/satisfactions produit/ Intérêt pour les innovations automobiles/services)
- Accompagner le développement des projets automobiles, des innovations et des orientations stratégiques du groupe en fournissant des "insights Clients",
- Produire et diffuser les études sur la perception client de l'image des Marques, dans plus de 45 pays
- Déployer auprès des directions des Marques automobiles, de la Qualité, des équipes Marketing des régions, des équipes Planning, les insights d'intérêt stratégique.

-

Intégré(e) à l'équipe des chargés d'études marketing de l'entité, vous participerez, d'une part à la mise en place d'études clients mais aussi à leur analyse, par ailleurs vous serez largement impliqué(e) dans l'analyse des conversations / discussions de médias sociaux (« social listening ») en utilisant une plateforme branchée sur différents environnements (Forum, Twitter, Instagram, Facebook....).

En particulier, vous participerez à la mise en place d'une étude image globale et à son analyse (12 Marques du groupe Stellantis pour 45 pays d'intérêt). Vous participerez à l'analyse des données avec nos partenaires, par exemple, l'évolution de la perception de la marque Alfa Romeo ou Jeep par rapport à ses concurrents, sur les principaux marchés, en utilisant les études classiques et les approches d'analyse Social Media. Enfin vous contribuerez à la formulation de recommandations.

- Rigueur, organisation