



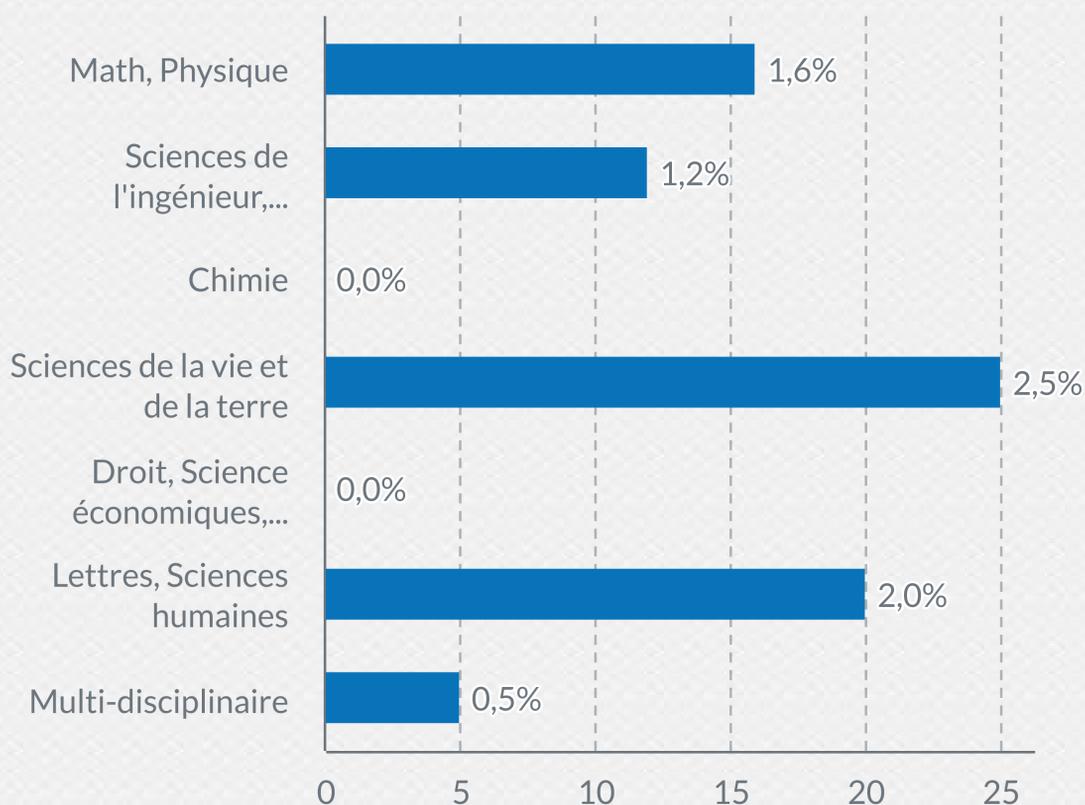
Le projet CAREER (Compétences pour renforcer l'Attractivité Réciproque entre doctEurs Et entReprises) a permis de mettre en évidence l'adéquation entre les compétences développées par les docteurs et les compétences attendues par les entreprises.

Les PhDs exerçant en marketing occupent des postes rattachés à des missions de branding, de recherche business, voire de management.

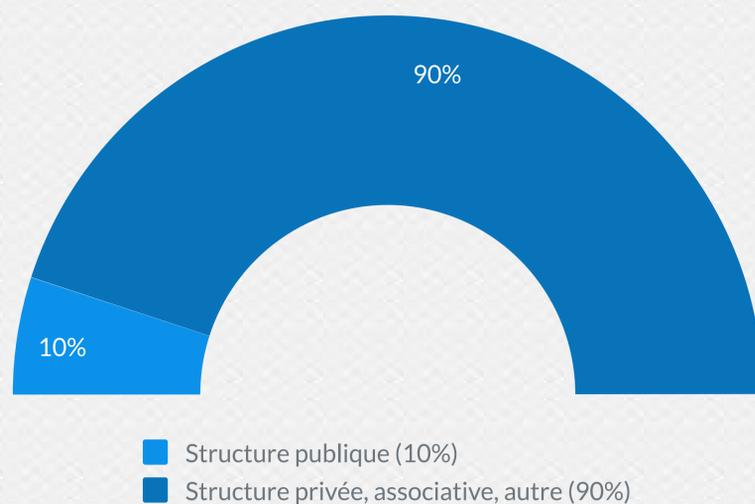
**Exemples de postes cités par les répondants :**

- Marketing Manager
- Chef de produit
- Analyste
- Directeur marketing
- Business analyst
- Responsable marketing et stratégie

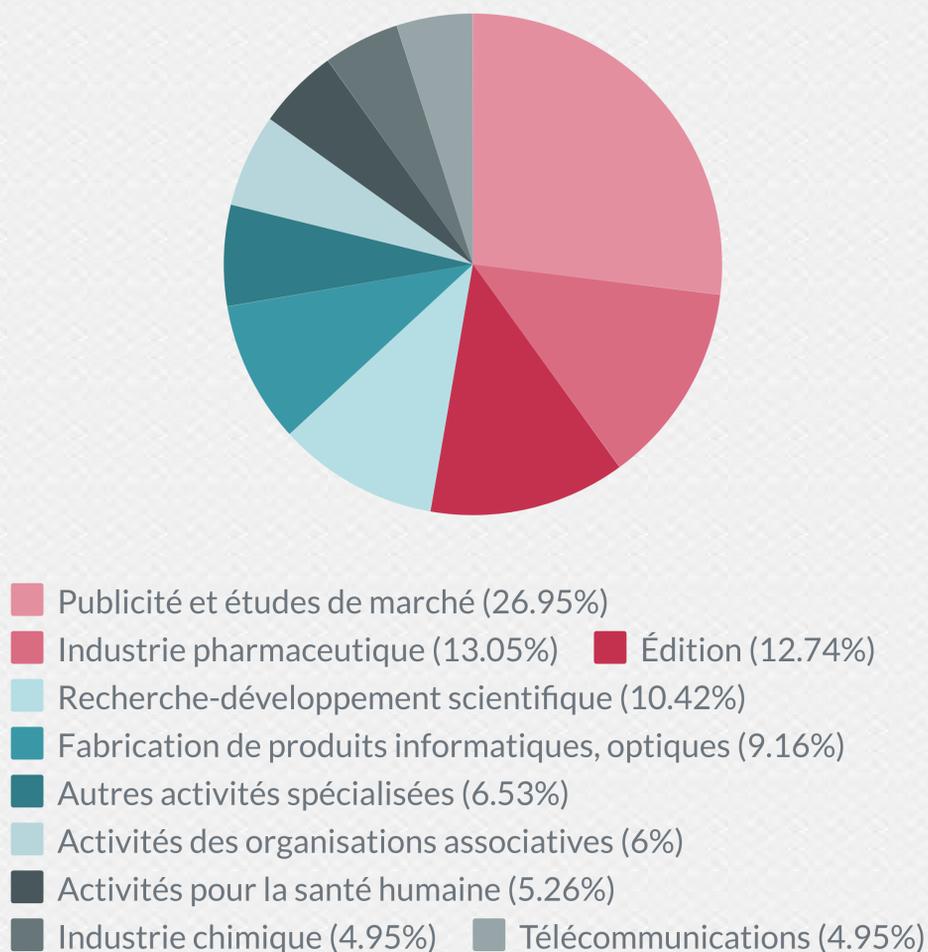
**Répartition des PhDs au sein des métiers de l'informatique par discipline de recherche**



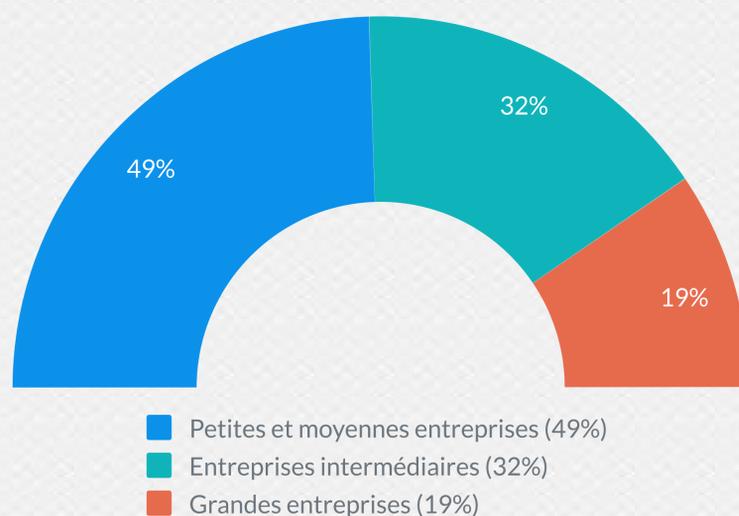
**Type de structure**



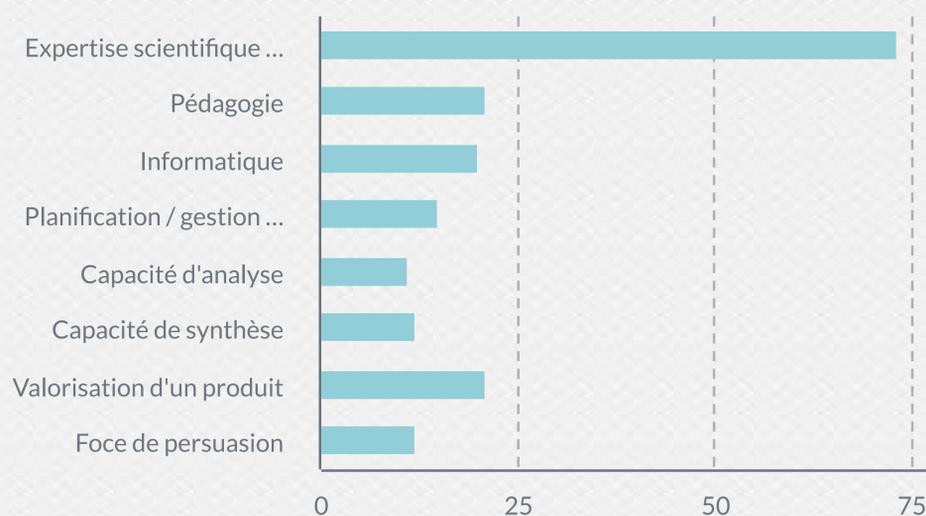
**Secteur d'activité**



**Type d'entreprise (secteur privé)**



**Compétences clés**



## LES MÉTIERS DU MARKETING



Dr Céline Guenebeaud  
RESPONSABLE DES PRODUITS CHIMIQUES  
POUR LA SOCIÉTÉ MERCK

## 1/ Rôle et missions

Je suis aujourd'hui responsable France de la vente des produits chimiques pour la société Merck. J'assure ainsi différentes missions : j'ai une fonction commerciale auprès de nos clients mais également un rôle de support technique et de support commercial terrain auprès de notre distributeur. Enfin, j'ai un rôle très important de communication et de synthèse où je me dois de faire remonter toutes les informations terrain auprès de la maison mère et notamment celles concernant les prix du marché, les promotions de nos concurrents et les actions mises en place par notre distributeur ; l'objectif étant de définir des plans d'action globaux adaptés au marché actuel et aux besoins de nos clients

## 2/ Compétences mobilisées

A mon sens, la communication et l'écoute sont véritablement les compétences clés de mon poste actuel. Ce sont d'ailleurs des compétences que j'ai eu l'occasion de développer durant ma thèse. Durant le doctorat, nous sommes en effet amenés à communiquer énormément, que ce soit de la communication écrite notamment par la rédaction de papiers ou de la communication orale dans le cadre par exemple de participation à des congrès. Après cela, un entretien commercial avec un client n'est absolument plus intimidant et la manière de communiquer n'est finalement pas si différente que ce que l'on peut faire en thèse. Les compétences techniques sont également primordiales. Elles permettent d'échanger avec le client mais surtout de bien comprendre et identifier ses besoins.

## 3/ Plus-value du doctorat

En dehors des compétences que j'ai déjà citées précédemment, je pense que la grande plus-value du doctorat c'est avant tout la crédibilité qu'il nous confère auprès du client. Quelque part, le titre de docteur permet une certaine légitimité qui va rassurer le client sur la capacité de son interlocuteur à bien comprendre ses problématiques et à appréhender clairement ses besoins. La polyvalence est aussi une compétence développée durant le doctorat qui est très utile dans la poursuite de carrière. Durant le doctorat, nous sommes en effet amenés à toucher à différentes situations professionnelles, que ce soit dans la recherche pure et dure, dans le développement de projets ou dans l'encadrement d'étudiants : on apprend beaucoup à s'adapter ! Et c'est une compétence qui m'a énormément servie chez Merck. J'ai été embauché en biologie parce que j'avais fait une thèse en biologie, mais depuis un an et demi, je suis passée sur la chimie. Je suis donc passée de responsable commercial en biologie à responsable France des produits chimiques, une évolution qui n'aurait pu être possible sans cette capacité d'adaptation.

## Mini-CV

2010

Doctorat en biologie  
moléculaire et cellulaire  
CNRS  
UMR5238 (69)

2010-2011

Ingénieur technico commercial  
Merck Bio sciences

2011

Responsable des produits  
chimiques  
Merck

Découvrez les autres fiches métiers  
disponibles au :  
<https://www.adoc-tm.com/fiches-metiers>