

Intersnack Poland

jest częścią międzynarodowej grupy Intersnack Group, czyli wiodącego producenta słonych przekąsek. Nasza działalność skupia się na produkcji i sprzedaży słonych przekąsek w trzech segmentach: brandowym, marek własnych oraz B2B. Produkty brandowe sprzedajemy pod takimi markami jak Felix czy Przynacki nie tylko w Polsce, ale i w całej Europie.



Szukamy kandydatów na stanowisko:

Consumer Insight Manager

Miejsce pracy:

Kraków, ul. Promienistych 1

Twój przyszły zakres obowiązków:

- Odpowiedzialność za projektowanie, planowanie, wycenę i przeprowadzenie ilościowych badań konsumenckich dla obu marek (w tym testy produktów, konceptów, innowacji, opakowań (designu), reklam, badania marki, badania eksploracyjne kategorii etc.)
- Odpowiedzialność za projektowanie, planowanie, wycenę i przeprowadzenie jakościowych badań konsumenckich dla obu marek (w tym grupy fokusowe, wywiady indywidualne)
- Koordynacja projektów badawczych zleczanych agencjom badawczym (w tym odpowiedzialność za proces akceptacji wniosków badawczych, prezentacja wniosków i rekomendacji z przeprowadzonych badań konsumenckich, raportowanie oraz archiwizowanie wyników w organizacji)

SERWIS POŚREDNICTWA PRACY PTBRiO

- Odpowiedzialność za okresowe negocjowanie warunków handlowych z dostawcami analiz rynkowych, współtworzenie i ewentualna akceptacja zmian w zakresie metodologii badań rynkowych kategorii tj. panel sklepów detalicznych Nielsen, panel gospodarstw domowych GFK, monitoring świadomości marek (brand monitoring), przeprowadzanie analiz sytuacji rynkowej i niezbędnych rekomendacji
- Odpowiedzialność za spójność metodologii badawczych z grupowymi rozwiązaniami w tym obszarze, dbanie o właściwy przepływ informacji/ wymianę wiedzy w celu pozyskiwania i utrzymania niezbędnego „know how” w organizacji.
- Zarządzanie budżetem badań konsumenckich
- Ścisła współpraca z innymi działami firmy (szczególnie Dział Sprzedaży Brand/ Nbrand) w zakresie przygotowania rekomendacji dotyczących wiedzy o rynku i konsumencie, wsparcia merytorycznego rozmów i warsztatów klienckich oraz innych zagadnień biznesowych

Nasze oczekiwania:

- Minimum 4 letnie doświadczenie w prowadzeniu projektów badawczych w branży FMCG po stronie agencji badawczej lub w dziale badań po stronie producenta
- Praktyczna znajomość technik badań i metod badawczych, zarówno ilościowych jak i jakościowych, jak również rynku agencji badawczych w Polsce
- Zdolności analityczne, umiejętności wyciągania wniosków z analizowanych danych
- Ciekawość oraz dociekliwość w poszukiwaniu rozwiązań problemów
- Znajomości zagadnień marketingowych
- Znajomość języka angielskiego na poziomie bardzo dobrym
- Wysoko rozwinięte umiejętności komunikacji i prezentacji
- Znajomość obsługa baz danych Nielsen Answers, GFK

Oferujemy Ci:

- Pracę w międzynarodowym środowisku
- Zatrudnienie w oparciu o umowę o pracę
- Atrakcyjny pakiet benefitów (w tym prywatna opieka medyczna)
- Samochód służbowy i inne niezbędne narzędzia pracy
- Możliwość rozwoju, dostępu do szkoleń kompetencyjnych i merytorycznych

Aplikuj poprzez: ***magdalena.malinowska@intersnack.pl***