

Nazwa: Analityk trendów rynkowych (cool hunter)

Kod: 243101

Synteza: Obserwuje istniejące i przewiduje nadchodzące trendy rynkowe w modzie, w stylu życia i kulturze: w muzyce, w filmach, telewizji, w gadżetach elektronicznych;
bada opinie społeczne w odniesieniu do konkretnego produktu: żywności, napojów, alkoholu, papierosów;
analizuje trendy i styl życia osób młodych w wieku 12 - 30 lat, na zlecenie danej firmy produkującej lub dystrybuującej produkt;
pozyskuje opinie klientów o produktach i cechach w naturalnym otoczeniu zbierając informacje w ukryciu i pozostając osobą anonimową.

Zadania zawodowe: dokonywanie obserwacji, gdzie trafiają produkty różnych marek i jak są one oceniane w różnych środowiskach i kategoriach wiekowych, na podstawie których firmom jest łatwiej dostosowywać konkretne produkty do danej grupy odbiorców oraz ulepszać te, które pojawiły się do tej pory;
„wyławianie” zachowania ludzi w danych sytuacjach: obserwowanie, jakie ubrania, buty, fryzury lub noszą nastolatki, jaki sprzęt elektroniczny posiadają, co zamawiają do picia w klubach, pubach, kawiarniach, jakich słów używają;
ocenie wrażenia i zainteresowanie, jakie wzbudził produkt wśród określonej próby wiekowej;
poszukiwanie, odnajdywanie i obserwacja grupowych liderów, którzy w naturalny sposób wprowadzają nowe trendy i promują określone produkty w swoim otoczeniu. przekonywanie do produktu lidera grupy, w celu zwiększenia szans na jego szybkie rozpowszechnienie;
„obdarowywanie” promowanym produktem liderów różnych grup konsumentów;
określanie potrzeb konsumenckich i wyciąganie wniosków, co zrobić, aby marka była pozytywnie odebrana w środowisku;
przekazywanie firmom zamawiającym analizy dokonane obserwacje w postaci raportów dotyczący obecnych trendów oraz przewidywań, które gadżety, ubrania i sposoby spędzania wolnego czasu będą modne w najbliższej przyszłości, a które stają się już przeżytkiem.

Dodatkowe zadania zawodowe: współpraca z agencjami reklamowymi przy opracowywaniu strategii wypuszczenia danego produktu na rynek;
jego reklamy przy wykorzystaniu zdobytej wiedzy.