

STATISTICIEN / ANALYSTE DE DONNÉES

Autres appellations

Data analyst
Web analyst manager

Présent dans les secteurs

Agences Conseils en communication
Agences médias
Régies publicitaires médias

MISSIONS

L'analyste de données apporte aux équipes commerciales, conseil et études une lecture statistique permettant d'éclairer la stratégie de communication et d'établir des recommandations, en récoltant, consolidant, traitant, modélisant et interprétant de manière directement utilisable (économiques, sociologiques, de consommation, de données...).

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Participer à la réflexion et à la rédaction des recommandations, participation au suivi des campagnes

- Participation à la mise en œuvre de la stratégie marketing d'une agence ou d'une régie
- Présentation et explication des outils statistiques décisionnels dans une démarche transdisciplinaire
- Optimisation de la segmentation client à l'aide des statistiques et de données de consommation
- Optimisation du ciblage des campagnes de marketing direct

Assurer la gestion de grands volumes de données

- Récolte, sélection, et modélisation des données à analyser
- Mise en place d'un entrepôt de données (data warehouse)

Traiter les données recueillies

- Réalisation du traitement des données en conformité avec le brief reçu
- Maîtrise de la qualité des données pendant tout le traitement
- Extraction d'indicateurs concrets et exploitables
- Analyse des données

Développement d'outils de support aux clients

- Mise en œuvre et optimisation des outils de stratégie de marketing relationnel
- Choix des outils de reporting

Veille technologique, améliorations des méthodes de travail et suivi de la qualité

- Veille technologique sur le marché du traitement de données
 - Sélection des nouveaux outils ou techniques à utiliser dans le cadre des analyses des données
-

RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
-

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

Savoir-faire du métier

Fournir des systèmes d'aide à la décision pour des recommandations clients

- fournir des leviers statistiques décisionnels pour la conduite et l'analyse des campagnes de prospection
- présenter des systèmes d'aide à la décision
- présenter et expliquer des indicateurs de performance
- expliquer l'exploitation des outils informatiques et décisionnels aux utilisateurs internes

Récolter et modéliser des données pour le client, pour une agence ou pour une régie

- collecter des données disponibles en vérifiant leur cohérence et leur qualité
- gérer des programmes informatiques pour récolter des données à analyser
- modéliser et paramétrer des types de données à recueillir par des logiciels
- enrichir des bases de données et concevoir l'architecture de cette base (data warehouse)
- étudier et mettre en place les solutions techniques adaptées pour gérer des données

Extraire, analyser et traiter des données

- extraire l'ensemble des données disponibles
- tester, contrôler la qualité et la cohérence des bases de données
- implémenter la solution dans des langages portables et flexibles
- explorer de nouveaux usages et mener des analyses
- conceptualiser des données et les rendre compréhensible en vue d'une exploitation commerciale
- développer des scénarios prédictifs des comportements ou de la réalisation d'études de marché

Effectuer une veille technologique et garantir la fiabilité des données

- effectuer une veille technologique sur le marché du traitement de données en vérifiant l'apparition et la pertinence de nouveaux logiciels, de nouvelles approches statistiques et de solutions logicielles d'analyse de données
- rechercher et expérimenter de nouvelles méthodes de modélisation et d'analyse des données
- garantir la qualité des données et des analyses réalisées en développant des outils et des procédures
- établir et rédiger des procédures pour le traitement de données

Animer une équipe

- animer son équipe, établir des priorités et s'assurer de la bonne répartition de travail
- superviser et recadrer en cas de besoin
- mettre en place des formations de son équipe, créer et mettre en place des parcours d'intégration
- assurer le respect des calendriers, des congés, des jours de repos, en instaurant des tableaux et des procédures administratives de demandes de congés, et de décompte d'heures de travail

Connaissances et maîtrise des outils

- Connaissance du marketing
- Maîtrise de l'exploitation des données
- Maîtrise de logiciels spécifiques de bases de données, analyses SAS...
- Langues étrangères (anglais) : vocabulaire professionnel que ce soit sur le numérique, la production publicitaire, le marketing, ou la communication en général

FORMATION ET EXPÉRIENCE RECOMMANDÉES

Formation recommandée

Bac +5 à +6 ou plus : diplôme(s) d'école d'ingénieur ou d'université avec une spécialisation mathématiques, statistiques, modélisation, actuariat, économétrie...

Expérience recommandée

Débutant ou 2-3 ans d'expérience en tant qu'analyste statistique marketing