

A photograph of a modern staircase in a school or office building. Several young people are walking up and down the stairs. The scene is brightly lit with natural light from windows. The text 'Fiche métier – Data Analyst' is overlaid in white on the image.

Fiche métier – Data Analyst

Data Analyst

Dans quelle(s) structure(s) ?

- Annonceur (DSI – Direction des Systèmes d'Information)
- Agence web de grande taille ou Cabinet de conseil spécialisé

Rôle

Le Data Analyst ou Data Miner ou Analyste de données crée, gère et analyse les données en grandes quantités produites par l'outil de gestion de la relation client (ou CRM en anglais – Customer Relation Management) de l'entreprise, pour les rendre exploitables et guider les choix de l'entreprise vis-à-vis de ses marchés principalement.

Missions

Identifier les sources de données et les extraire

Mettre en place une base de données et la mettre régulièrement à jour

Synthétiser et organiser les informations pour les rendre lisibles

Optimiser la segmentation client avec des données de consommation

Définir la cible des campagnes marketing

Déterminer les tendances d'achat et de consommation

Interlocuteurs

Chefs de projets, infographes, analystes marketing, développeurs

Compétences requises

Maîtrise des outils statistiques et des technologies spécifiques au big data

Pratique de l'anglais

Communication : capacité à comprendre les besoins et transmettre ses idées

Capacité à se former seul, en continu, sur les plateformes et les forums en ligne

Qualités

Goût pour les statistiques

Curiosité

Esprit d'analyse

Sens de l'organisation

Grande rigueur

Capacité à synthétiser et visualiser

Formation

Bac +4/5

Cursus Big Data et Business Analytics

Ingénierie et Application des Masses de Données (IAMD)

Master spécialisé en Big Data

Master en Marketing

Master Systèmes décisionnels : architecture, exploration de données et optimisation

Définitions :

Segmentation : division d'une population en groupes homogènes pour adapter les messages à leur adresser

CRM : ensemble de dispositifs, opérations, supports destinés à mieux comprendre le client et le fidéliser.

Tendances : émergence de nouveaux comportements, nouveaux besoins.