

DATA SCIENTIST (H/F)

DESCRIPTION DU MÉTIER

Le/la data scientist exploite plusieurs bases de données afin de contribuer à la prise de décision stratégique et/ou opérationnelle. À l'intersection entre les compétences informatiques et statistiques, il est en mesure de créer des lignes de code et de créer des modèles de données.

ACTIVITÉS ASSOCIÉES

/

AUTRES APPELLATIONS DU MÉTIER

- Actuaire Big Data
- Ingénieur Big Data

ACCÈS AU MÉTIER, FORMATIONS

Bac +5 :

- École d'ingénieur – spécialisation en Big Data
- École de mathématiques appliquées et statistiques
- Master Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises (MIAGE)

Bac +8 :

- Doctorat en analyse statistique et programmation informatique

RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES / EXTERNES

/

MOBILITÉ PROFESSIONNELLE

- Chief data scientist
- Chief data officer

DATA SCIENTIST (H/F)

COMPÉTENCES

EXTRAIRE, UNIFORMISER ET STRUCTURER DES DONNÉES CLIENTS

- Collecter, sélectionner et valider les données clients pertinentes pour l'analyse
- Définir les solutions de stockage et la structuration des données
- Convertir, coder et cartographier des données de consommation ou d'usage produit dans un format compréhensible par l'ensemble des collaborateurs
- Améliorer la qualité et enrichir les bases de données clients de l'entreprise
- Déterminer les outils et méthodes d'acquisition de données depuis un ensemble de bases techniquement hétérogènes
- Concevoir l'architecture d'un entrepôt de données décisionnelles (Data warehouse)
- Maîtriser la qualité des données tout au long de leur traitement

RÉALISER DES ANALYSES PRÉDICTIVES ET DÉVELOPPER LA CONNAISSANCE CLIENT

- Mettre en œuvre et garantir la modélisation statistique des données
- Développer des algorithmes d'apprentissage et scénarios prédictifs des comportements clients
- Optimiser la segmentation client à l'aide des statistiques et données de consommation
- Étudier et mettre en place les meilleures solutions techniques pour gérer les grands volumes de données
- Concevoir des modèles de détection des insights (Attitude ou croyance profonde de consommateurs, qui joue comme un frein ou comme une motivation à un comportement, sur laquelle le marketing va chercher à agir pour définir une offre ou construire une promesse publicitaire) et des opportunités de marché
- Tester, contrôler la qualité et la cohérence des bases de données
- Accompagner l'entreprise dans le développement de leviers de création de valeur

OPTIMISER LES ACTIONS MARKETING DE L'ENTREPRISE

- Mettre en œuvre et optimiser les stratégies CRM du marketing relationnel
- Améliorer la performance des plateformes de contact client (Web, etc.)
- Optimiser le ciblage des campagnes de marketing direct (emailing, sms, web, etc.)
- Analyser les taux de rétention client et les éléments y contribuant
- Mesurer le ROI (Return On Investment ou retour sur investissement) de l'ensemble des actions marketing de l'entreprise
- Construire et optimiser les scores d'appétence (outil qui traduit la probabilité qu'un prospect devienne un consommateur du produit ou service promu)
- Fournir au service marketing les données nécessaires à la réalisation d'études de marché

DÉVELOPPER LES OUTILS DE SUPPORT AUX CLIENTS INTERNES

- Participer à la mise en œuvre de la stratégie marketing de l'entreprise
- Analyser l'ensemble des données commerciales pour développer des systèmes efficaces d'aide à la décision
- Participer au développement des indicateurs de performance commerciale de l'entreprise
- Fournir aux chefs de produit des leviers statistiques décisionnels pour la conduite et l'analyse des campagnes de prospection

- Réaliser des études statistiques pour les clients internes ou la direction générale
- Animer les ateliers d'expression des besoins internes et rédiger les cahiers des charges
- Écrire et rédiger la spécification des besoins à destination des DSI ou de la maîtrise d'ouvrage
- Déterminer les outils de reporting dynamique et multidimensionnel (OLAP)
- Présenter les résultats des études réalisées aux clients internes
- Former les utilisateurs aux outils informatiques et décisionnels

RÉALISER UNE VEILLE TECHNOLOGIQUE SUR LES OUTILS DE DATAMINING

- Effectuer une veille sur les nouvelles technologies et solutions logicielles d'analyse des données
- Rechercher et expérimenter de nouvelles méthodes de modélisation et d'analyse des données
- Sélectionner les nouveaux outils et techniques de data management

MANAGER UNE ÉQUIPE

- Animer les réunions, organiser et planifier les interventions d'une équipe
- Assurer le recrutement et le développement des compétences des collaborateurs
- Gérer un budget et évaluer le coût des interventions
- Dimensionner les projets et définir les choix techniques et méthodologiques des interventions

FACTEURS D'ÉVOLUTION DU MÉTIER

/

CODE ROME

M1403 – Études et prospectives socio-économiques