



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Data Scientist

EXPERT EN MÉGADONNÉES



Missions

Le Data Scientist exploite et analyse de grandes quantités de données pour orienter les stratégies de ciblage et optimiser les campagnes publicitaires. Il se charge de trouver et structurer des données de sources variées, qu'elles soient internes (données clients, CRM) ou externes (données marché, médias sociaux) au service de l'élaboration de stratégies marketing, en lien avec le planning stratégique, le Directeur des études et les équipes marketing et commerciales.

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier en développement

Principales activités

- Rechercher, identifier et intégrer des sources de données pertinentes pour affiner la connaissance client en combinant des données internes (CRM, site web) et externes (données de marché, open data, réseaux sociaux) afin d'enrichir les analyses.
- Identifier et analyser les axes de réflexion et les données collectées pour produire une analyse sur les clients, marchés, supports médias ou la concurrence, en lien avec le planning stratégique et le Directeur des études.
- Développer et tester des modèles prédictifs et des algorithmes pour maximiser l'efficacité des campagnes publicitaires en analysant les comportements des audiences, en anticipant leurs actions et en fournissant des recommandations ajustées en temps réel.
- Construire et formuler des recommandations et orientations stratégiques et marketing sur la base des données pour nourrir les équipes opérationnelles et commerciales.
- Mettre en place et automatiser les canaux d'acquisition de données pour assurer un flux continu de données brutes, nettoyer et structurer ces données, garantissant ainsi leur qualité et leur accessibilité pour les équipes.
- Produire et interpréter des analyses exploratoires et des rapports stratégiques pour éclairer les tendances de marché et des audiences, en élaborant des tableaux de bord interactifs pour guider les prises de décision basées sur les données ou orienter des stratégies de communication, en lien avec le planning stratégique et le Directeur des études.
- Assurer une veille active sur les technologies de collecte et d'analyse de données ainsi que sur les sources mobilisables afin de rester à jour sur les innovations et optimiser les pratiques d'analyse publicitaire.

Compétences clés requises

▼ Mener une veille et documentation

- Identifier et exploiter des sources de données internes et externes pour affiner la connaissance client et optimiser les stratégies publicitaires.
- Assurer une veille technologique sur les outils et méthodes d'analyse de données pour anticiper les évolutions du marché publicitaire.

▼ Concevoir et mettre en œuvre des stratégies ou process digitaux

- Concevoir et superviser des pipelines de traitement de données pour assurer leur qualité, structuration et accessibilité.
- Développer et appliquer des modèles prédictifs et algorithmes pour anticiper les comportements des audiences et maximiser l'impact des campagnes.
- Intégrer et entraîner des modèles d'intelligence artificielle pour la collecte, le nettoyage, le traitement et l'analyse des données

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Interpréter les données et produire des recommandations stratégiques adaptées aux objectifs marketing et commerciaux.
- Construire et automatiser des tableaux

▼ Appliquer un cadre juridique ou réglementaire

- Appliquer les normes de protection des données (RGPD) et intégrer des méthodes d'anonymisation lorsque nécessaire.

▼ Réaliser des études

- Produire des analyses sur la base des données collectées et interprétées pour nourrir les équipes des études, marketing et commerciales avec des éléments contextualisés et sourcés

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Mobiliser les données récoltées pour identifier des axes stratégiques, des signaux faibles et des évolutions de marché

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Sourcing et gouvernance de données
- > Analyse de données avancée et modélisation
- > Visualisation de données
- > Veille technologique
- > Réglementaire
- > Application des procédures de sécurité
- > Langages informatiques
- > Techniques de prompt
- > Outils de data wrangling
- > Outils ETL
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Avec l'essor de l'IA et des réglementations de protection des données, ce rôle implique d'innover en matière de sourcing de données tout en respectant les normes de confidentialité, de respect des données privées et de qualité des données.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur Marketing et Communication
- Responsable Innovation
- Chief Technical Officer (CTO)
- Directeur des études
- Planneur stratégique

En externe

- Clients
- Prestataires
- Régulateur
- Médias
- Plateformes technologiques (DSP, SSP, DMP)

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac +5 ou plus en data science, statistiques, ingénierie informatique ou marketing digital avec spécialisation en science des données.

Expériences recommandées

- > Une première expérience dans la collecte et l'analyse de données marketing ou publicitaires est souhaitée.

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Data Scientist

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Data Analyst

EVOLUTIONS POSSIBLES