Fonction
CUSTOMER DATA ANALYST IV.A (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHE IV.B (H/F)
- DIRECTEUR MARKETING/ DIRECTEUR DE MARCHE IV.C (H/F)
- BUSINESS DEVELOPPEUR IV.A (H/F)
- BUSINESS DEVELOPPEUR IV.B (H/F)
- MARKETING BUSINESS ANALYST IV.A (H/F)
- MARKETING BUSINESS ANALYST IV.B (H/F)
- CHARGE D ETUDES MARKETING IV.A (H/F)
- CUSTOMER DATA ANALYST IV.A (H/F)
- RESPONSABLE MARKETING INNOVATION IV.A (H/F)

Raisons d'être

Rattaché(e) à la direction Marketing, elle/il valorise l'ensemble des données clients pour en faire un levier de création de valeur.

Elle/il optimise la stratégie relationnelle en mettant en œuvre un ensemble d'outils destinés à améliorer le taux de pénétration des offres, entretenir la relation et la satisfaction client, améliorer les services / offres et développer le chiffre d'affaires.

Elle/il analyse la performance multicanale des offres, élabore des recommandations (ciblages, package, …) et définit des potentiels de conquête en fonction des orientations stratégiques de son entité.

Missions

Connaître le client

Analyser les données clients pour développer et entretenir la connaissance client

- Elle/il réalise des analyses de données et d'informations sur le client (détection d'insights, scoring de clientèle, modélisations statistiques, data mining, etc.).
- Elle/il est responsable de développer une base de données des attentes et besoins client et de valoriser l'ensemble des données client pour en extraire de la connaissance utile à l'optimisation des offres / services de l'entreprise.
- Elle/il établit le profil des populations cibles grâce à une segmentation de la base de données client et met en place des solutions de suivi (tracking, outils de pilotage) pour analyser les comportements des clients.
- Elle/il peut être amené(e) à piloter différents prestataires, experts et fournisseurs externes et prospecte de nouveaux partenariats (prestataires de solutions logicielles, agences, instituts d'études marketing, etc.)

Optimiser les actions marketing

- Ses analyses lui permettent de fournir des recommandations et proposer des plans d'action pertinents à la direction marketing.
- Ainsi, elle/il participe à la définition et à l'amélioration de l'ensemble des actions marketing en fournissant des leviers statistiques décisionnelles pour la mise en œuvre de la stratégie marketing (optimisation des scores d'appétence, analyses sectorielles, mesure du ROI, mesures de rentabilité des campagnes, etc.)
- Elle/il identifie les canaux de fidélisation, évalue leur performance, propose des campagnes de recrutement et de fidélisation, et en assure la rentabilité.

Guider / Encourager le changement

- Elle/il est force de proposition et s'appuie sur son expertise pour identifier de nouveaux axes d'amélioration.
- Elle/il propose ses recommandations et ses analyses aident à la décision et à la conduite du changement.
- Elle/il fait preuve de pédagogie et maîtrise sa communication pour présenter ses résultats de manière

claire et utile aux porteurs d’offres

Compétences

Communication et marketing

Gestion de la relation client (CRM)
: Maîtriser les outils d'analyse de l'information client et les techniques permettant d'optimiser la relation qu'entretient la marque avec les clients, afin de les fidéliser.

Marketing digital
: Connaître l'écosystème numérique et maîtriser l'ensemble des techniques marketing utilisées sur les supports et canaux digitaux (email marketing, publicité display, search engine marketing, content marketing, social / mobile marketing, Réseaux Sociaux, analyse web, codage . . .).

Segmentation client
: Segmenter le marché en sous-ensembles de populations homogènes (clients / prospects) afin de mettre en oeuvre des actions marketing ciblées et proposer des offres spécifiques et adaptées à chaque segment.

Parcours clients multicanaux
: Concevoir des dispositifs de ciblage (client / prospects) et des parcours client permettant de faire vivre une expérience client en multicanal

COMPORTEMENTALES

Analyse et discernement
: Pouvoir apprécier, décomposer avec justesse et clairvoyance, une situation observée ou des faits vérifiés et distinguer les éléments marquants à partir du réel pour faciliter la prise de décision. Savoir faire preuve de remise en question, de sens critique, de mise en perspective et de jugement.

Adaptabilité
: S'adapter aux évolutions et aux aléas des situations et de son environnement de travail dans les délais adéquats en faisant preuve de souplesse. Savoir gérer ses priorités en intégrant les évènements imprévus, et adapter son comportement à la situation.

Orientation stratégique
: Comprendre les enjeux de son environnement et les impacts opérationnels au long terme de la stratégie de l'entreprise dans son quotidien. Savoir l'expliquer, lui donner du sens et l'intégrer dans son activité pour accroitre la performance globale de l'entreprise. Etre capable de définir des priorités à court et moyen terme, de les mettre en perspective et de les hiérarchiser en intégrant les éléments stratégiques de l'entreprise.

Culture du changement et de l'innovation
: Encourager et accompagner le changement et les initiatives d'amélioration dans un environnement complexe et incertain. Expérimenter, tester, évaluer en s'appuyant sur de nouvelles méthodes, y compris numériques. Comprendre et susciter l'innovation en remettant en question les usages et en osant être pionnier. Etre dans une dynamique d'identification et d'apport de nouveautés dans son activité en osant sortir du cadre pour penser le problème en dehors de ses limites et de ses moyens lorsque la situation le demande.

Comportementales Socles

Orientation résultats
: Engager des actions et mobiliser en toute autonomie des ressources (financières, matérielles, techniques, numériques et humaines) pour atteindre des performances durables dans le respect des principes éthiques, de qualité de vie et de RSE. Savoir être proactif et fixer, pour soi et/ou pour d'autres, des objectifs ambitieux et exploiter des opportunités pour aller au-delà des attendus.

Coopération et ouverture
: Construire et faire vivre des réseaux informels ou structurés d'individus ou de groupes en s'appuyant sur les outils collaboratifs comme les réseaux sociaux internes. Participer individuellement à l'atteinte d'un résultat collectif en favorisant l'entraide et le partage de connaissances. Savoir fédérer les parties prenantes d'un projet autour d'un objectif commun et établir des partenariats. Faire preuve d'écoute active vis-à-vis de ses interlocuteurs et prendre en compte leurs problématiques et les objections émises dans ses actions et prises de décision. Etre ouvert(e) d'esprit et curieux(se) au sein de son environnement.

Culture RSE
: Acquérir et/ou développer des connaissances sur la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et connaitre les enjeux et les actions du groupe La Poste en la matière (sujets environnementaux, sociaux, sociétaux, et/ou de gouvernance)

Orientation client
: Enrichir l'expérience client en adoptant une posture de service et de conseil et développer une relation

de confiance durable. Anticiper, analyser, comprendre les besoins et attentes de ses clients pour apporter des réponses personnalisées. S'appliquer à améliorer la satisfaction client et mesurer son niveau de satisfaction.

DATA & IA

Outils de gestion de bases de données

Maitriser l'utilisation des outils de gestion de bases de données (Cassandra...), d'analyse de données (SAS, Tableau, Excel...) et les outils Big Data (Hadoop, Spark...).

Outils et technologies d'intelligence artificielle (IA)

Savoir réaliser l'exploration, le traitement, l'analyse et la modélisation de gros volumes de données. Savoir concevoir des algorithmes de traitement de données et réaliser les évaluations de modèles d'intelligence artificielle. Maitriser un ou plusieurs langages de programmation data (R, Python, Scala, Java...), langages de bases de données (SQL, NoSQL...), les outils et technologies d'intelligence artificielle (machine Learning, deep learning etc.) et de data visualisation (Tableau, Dataiku...).

Digital et Data

Culture Data & IA

Connaitre la politique data du Groupe et l'écosystème d'un projet data. Comprendre les concepts clés, les enjeux (gagner en efficacité et accélérer la prise de décision, améliorer les performances de l'entreprise, créer de nouvelles opportunités business, mieux connaitre les clients, mieux les cibler et améliorer l'expérience client) ainsi que les risques liés à la data et à l'intelligence artificielle. Savoir identifier les usages possibles dans l'entreprise. Faire preuve de curiosité et se tenir informé de l'actualité de la data et de l'intelligence artificielle.

Efficacité professionnelle

Analyse et traitement de l'information

Recueillir / synthétiser de l'information, savoir mettre en place, cadrer et piloter / réaliser des études qualitatives et/ou quantitatives en tirant des enseignements des résultats obtenus.

Risques et Conformité

Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité

Appliquer, transmettre ou faire respecter les consignes spécifiques et générales à son poste de travail. Signaler à sa hiérarchie les situations de travail dangereuses et les problèmes de sécurité. Utiliser les moyens de locomotion dans le respect des normes d'utilisation.

Système d'excellence

Amélioration des processus dont elle/il a la responsabilité en prenant en compte la vision du postier, du client, et de l'entreprise

Capacité à observer le processus dans sa mise en oeuvre sur le terrain, en lien avec une fine compréhension des besoins de ses clients et de ses fournisseurs. Capacité à agir sur les différentes opérations avec les parties prenantes en vue de rendre le processus performant et éliminer les gaspillages. Capacité à recourir aux experts en soutien de résolutions de problèmes.

Remise en question

Capacité à accueillir les problèmes constatés et partagés comme des opportunités, des sujets d'amélioration, accepter d'ouvrir et de partager des sujets par transparence, le droit de se tromper, la capacité à regarder là où les erreurs ont été réalisées.

Prérequis

- Faire preuve de pédagogie
- Savoir être synthétique

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 1 à 9