

Fonction

MARKETING BUSINESS 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

La/le Marketing Business Analyst participe au pilotage de l'activité marketing de son entité en mettant en place des outils d'analyse et d'aide à la décision.

Son activité implique une analyse stratégique des données lui permettant d'élaborer des recommandations pour les plans d'actions marketing et commerciaux à venir.

Elle/il contribue directement à la vision stratégique de la BU à laquelle elle/il appartient à partir des analyses produites

Missions

Contribuer au pilotage de la performance de l'activité Marketing

Mettre en place les outils d'analyse

- Elle/il met en place et suit les outils d'analyse permettant de piloter l'activité marketing (indicateurs clés de performance (KPI), tableaux de bord, outils de reporting, outils prévisionnels, benchmark, etc.)
- En lien avec la DSI et la BNUM, elle/il participe à l'optimisation des outils et des analyses prédictives.

Analyser la performance marketing

- Elle/il analyse la performance de l'activité marketing de la BU (vision marché, forces et faiblesses de la BU, business plan, définition des offres, fidélisation du client, objectifs de vente, détection d'opportunité, etc).
- Elle/il mesure le retour sur investissement et élabore des rapports d'activité. Elle/il met également en place des objectifs quantitatifs et qualitatifs sur toutes les actions engagées et assure le suivi et les évaluations en termes de résultats.
- Elle/il possède une forte capacité d'analyse et de synthèse, qui lui permet de communiquer ses résultats et de réaliser des supports adaptés pour les diffuser notamment hors de sa direction (Commerce, Finance / Contrôle de gestion, BNUM...).
- Elle/il a une bonne connaissance des marchés et de l'environnement de l'entreprise. Elle/il a également le sens de la rigueur, de la méthode et un goût prononcé pour les chiffres.

Suivre les tendances

- Elle/il assure une veille technologique, concurrentielle et commerciale sur son marché de référence et peut être amené(e) à piloter des prestataires pour la réalisation de ses analyses (études qualitative / quantitative des tendances et pratiques de consommation, études de marché, études socio et ethno démographiques, analyses ad hoc, perspectives de croissance, prévisions de ventes, etc.).

Encourager le progrès

- Elle/il joue un rôle de conseil auprès des managers et des équipes commerciales et marketing. Elle/il travaille dans une logique coopérative et de co-construction avec les porteurs d'offres.
- Elle/il assure la diffusion de son expertise et la sensibilisation des porteurs d'offres aux évolutions du marché.

Compétences

Communication et marketing

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.

Mise en marché d'offres

Etre capable de lancer, animer et sécuriser des offres qui répondent aux besoins client, garantir leur faisabilité de mise en oeuvre, animer le pilotage et la diffusion des offres auprès des parties prenantes et s'assurer de la bonne adaptation des approches en fonction des canaux et des cibles.

Stratégie marketing

Savoir élaborer une stratégie marketing à moyen et long terme en évaluant les opportunités d'un marché, en définissant le positionnement des offres et en déterminant les axes de développement en fonction des canaux et des cibles.

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.

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.

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 événements 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 accroître 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.

Comportementales Socles

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.

Culture RSE

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

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.

DATA & IA

Outils de gestion de bases de données

Maîtriser 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...).

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 connaître 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.

Projet

Business Design

Concevoir / modéliser de nouveaux Business Plans sur des projets ou nouvelles activités, analyser et suivre leur performance en anticipant les risques.

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

- Vision stratégique
- Capacité à conceptualiser et prendre de la hauteur

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- Bgpn numerique

- □

Services-Courrier-Colis

Effectif de la fonction

De 1 à 9