



GESTION ET OPTIMISATION DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DU PLAN MEDIA

Data Analyst

ANALYSTE DE DONNÉES



Missions

Le/la Data Analyst exploite et analyse les données pour identifier des insights en termes de segmentation d'audience, de capacité de ciblage et de potentiel d'inventaires publicitaires disponibles pour activer une campagne publicitaire. Le/la Data analyst contribue à éclairer la prise de décision stratégique et collabore avec les équipes commerciales de la régie publicitaire. Il/elle structure les données, élabore des modèles analytiques et produit des recommandations pour améliorer la diffusion et l'impact des campagnes.

AUTRES APPELLATIONS :

Chargé d'études statistiques

Statisticien

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences média

Régies communication extérieure

Régies publicitaires



Principales activités

- Collecter et structurer des données publicitaires : Extraire et organiser les données au sein outils analytics pour garantir leur qualité et fiabilité.
- Mettre en place des outils et des process de collecte et contrôle des données : mise en place de traceurs sur les sites à diffuser.
- Analyser des performances des campagnes : Étude des indicateurs clés (impressions, taux de clics, CPM, CPC, conversions, ROI...) afin d'identifier les tendances et leviers d'amélioration.
- Concevoir de tableaux de bord et de reporting : Concevoir des tableaux de bords interactifs et synthétiser les insights pour aider les équipes commerciales et marketing à ajuster leur stratégie.
- Mener une veille technologique et réglementaire : Suivre les évolutions technologiques et législatives (RGPD, cookies, privacy-first) pour adapter les pratiques d'analyse de données en conséquence.

Activités spécifiques au métier dans les Agences Médias

Piloter et optimiser un plan media à partir de la stratégie média, en lien avec les équipes commerciales, projet et techniques et en cohérence avec les objectifs du client et son budget.

Activités spécifiques au métier dans les Régies publicitaires Médias

Accompagner les équipes commerciales dans l'exploitation de la donnée, notamment pour le ciblage des campagnes publicitaires, l'optimisation des inventaires publicitaires (volumes, emplacements, disponibilités), et la valorisation des segments d'audience.

Le Data Analyst joue ainsi un rôle clé de **conseiller opérationnel** auprès des équipes en charge de la commercialisation des espaces publicitaires, en traduisant les données en leviers d'activation concrets pour les annonceurs



Compétences clés requises

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Collecter, nettoyer et structurer des données pour leur exploitation dans le cadre de campagnes publicitaires dans le respect de la réglementation sur la protection des données
- Accompagner les commerciaux de régies dans leur stratégie de ciblage et de potentiel de diffusion en inventaires publicitaires
- Concevoir et exploiter des tableaux de bord de suivi de la campagne sur la base d'indicateurs coconstruits avec l'équipe projet
- Structurer les données à présenter lors du bilan à la fin de la campagne publicitaire et participer à leur analyse
- Configurer des process de récolte de données via des outils de tracking (marquage)

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Interpréter des résultats de campagne sur la base des indicateurs retenus et proposer un ajustement de la campagne publicitaire en fonction de ces résultats

▼ Mener une veille et documentation

- Mener une veille technologique pour améliorer l'identification de sources de données et des outils d'analyse statistique à mobiliser



Autres compétences

Savoirs

- > Analyse de données avancée et modélisation
- > Visualisation de données
- > Outils d'analyse et de tracking
- > Sourcing et gouvernance de données
- > SSP/DSP (Demand-Side Platform)
- > Réglementation protection des données
- > Veille technologique
- > Langages informatiques
- > Plateformes d'achat d'espace

Savoir-être

- > Faire preuve de réactivité
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de curiosité
- > Avoir un esprit analytique
- > S'adapter aux changements
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Travailler en équipe

Tendances d'évolution du métier

L'essor de l'intelligence artificielle et de la publicité programmatique accroît le besoin d'analyses prédictives et d'optimisation en temps réel. La réglementation sur la protection des données (RGPD) impose également de nouvelles contraintes dans la collecte et l'exploitation des données marketing.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Chef de projet
- Responsable Innovation
- Chief Technical Officer (CTO)
- Directeur/trice de Clientèle

En externe

- Annonceurs et clients
- Agences média et conseil en data
- Plateformes technologiques (DSP, SSP, DMP)

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac +5 en statistiques, data science, marketing digital ou informatique

Expériences recommandées

- Expérience en analyse de données, en marketing digital ou en ad tech (minimum 4 à 5 ans dans la data ou dans d'autres métiers nécessitant une forte expertise statistique)

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

