

YIELD MANAGER

- **Synonyme(s)** : analyste gestionnaire de vols / pricing analyst / responsable optimisation / revenue manager / consultant(e) en stratégie yield management
- **Discipline(s)** : marketing
- **Centre(s) d'intérêt** : faire du commerce
- **Fonction(s)** : fonction marketing
- **GFE** : GFE commerce distribution
- **Secteur(s) d'activités** : secteur hôtellerie / secteur transports aériens / secteur transports ferroviaires
- **Statut(s)** : salarié

Accroche

Responsable en partie de la politique tarifaire des transports ou de l'hôtellerie, le yield manager ajuste en permanence les prix des chambres, billets d'avion ou de train. Son but : optimiser les revenus de son employeur en proposant le juste prix.

Synthèse

Le yield manager a pour but d'optimiser le chiffre d'affaires de son entreprise, le taux de remplissage (de l'avion, de l'hôtel, de la salle de spectacle, etc.) et le prix moyen du service offert en s'ajustant à la demande. Pour cela, il analyse finement un certain nombre de données fixes et variables afin d'adapter et de définir les tarifs au plus juste en fonction du taux d'occupation, des dates ou encore du type de client. Bons débouchés pour ce métier encore jeune qui demande une forte réactivité.

Nature du travail

Analyser

Avant de pouvoir déterminer qui doit payer quoi et quand, le yield manager analyse les taux d'occupation de l'année précédente, le prix moyen de vente et le prix de revient par chambre ou par siège vendu. Il établit également une typologie de la clientèle par rapport aux produits et tarifs offerts. Une fois ces indicateurs établis, il doit tenir compte de variables plus conjoncturelles : taux de remplissage, prix de la concurrence, actualité, météo, etc. Il doit également surveiller les habitudes des consommateurs, notamment concernant les pics de réservations.

Établir une politique tarifaire

Cette analyse fine des données lui permet de proposer une politique tarifaire incluant aussi les conditions de vente (possibilité de changement de date, annulation gratuite ou non, option possible ou non...) dans le but d'optimiser le chiffre d'affaires de son entreprise. Car c'est tout l'enjeu de son travail : vendre au bon prix à chaque client, en assurant le meilleur taux de remplissage possible.

Suivre les résultats

Le yield manager doit sans cesse adapter son offre à la demande et au taux de remplissage, par exemple en décidant de mettre en avant un produit ou un autre à un moment donné si les ventes n'ont pas atteint leur objectif. Il rend compte ensuite de ces tendances en interne.

Conditions de travail

Devant l'écran ou en réunion

Face à son écran, le yield manager jongle avec les chiffres, les tableaux de bord et les rapports en tout genre. Son travail est sédentaire, mais il doit régulièrement assister à plusieurs réunions ou les animer.

Un travail d'équipe

Selon la taille de son entreprise, le yield manager travaille au sein d'une équipe plus ou moins importante. Souvent, la répartition se fait par zones géographiques, notamment dans les grands groupes hôteliers ou les compagnies aériennes. Dans tous les cas, il est en relation à la fois avec le terrain, d'où il tire de précieuses informations et à qui il doit expliquer la politique tarifaire, et avec sa direction, à laquelle il doit rendre des comptes. Il travaille aussi en étroite relation avec le service marketing ou la publicité.

Prêt à réagir vite

Dans ce travail, tout est question de timing et d'évaluation. Cela peut être assez stressant car sur lui reposent en partie le taux de remplissage (d'un avion, d'un train, d'une salle de spectacle ou encore d'un hôtel) et donc le chiffre d'affaires de l'entreprise. C'est une grosse responsabilité, si bien qu'il peut parfois être amené à faire des heures supplémentaires lors de périodes tendues ou en cas de changements brutaux lui imposant d'ajuster son offre tarifaire au plus vite.

Vie professionnelle

Un métier jeune, qui évolue

Métier relativement récent qui a d'abord émergé dans le transport aérien dans les années 1980, le poste de yield manager se retrouve maintenant dans de nombreux domaines et évolue sans cesse, notamment à cause d'Internet qui a changé les règles du jeu dans le domaine des réservations de voyages et de spectacles notamment.

De plus en plus de domaines de travail

Le yield manager peut être consultant extérieur ou travailler pour une entreprise dans le domaine du transport aérien ou ferroviaire notamment, ou encore dans le spectacle, l'hôtellerie, les loueurs de voitures, etc. qui se sont tous mis à pratiquer des prix variables.

Belles perspectives d'évolution

Il est rare mais pas impossible de confier un poste de yield manager junior à un jeune diplômé. Cependant, les employeurs apprécient souvent une première expérience de terrain, par exemple en tant que commercial, responsable de réservation, chef de comptoir, etc. Après quelques années, le yield manager pourra passer senior ou bien envisager un poste de directeur d'optimisation, de directeur commercial ou marketing...

Rémunération

Salaire du débutant

2500 euros brut par mois dans le secteur de l'hôtellerie. Il existe cependant de grandes disparités en fonction du secteur, de l'expérience et de l'employeur.

Source : Michael Page, 2014.

Compétences

Les chiffres et l'analyse

Le yield manager doit avoir le goût des chiffres, ainsi que de bonnes capacités d'analyse comme de synthèse. Rigoureux dans son travail, il doit maîtriser l'anglais, les outils informatiques et de statistiques notamment.

Un rien joueur

Il doit également avoir le sens commercial et le goût du challenge. Il doit être à l'aise avec la prise de risques... mesurés et être réactif. Il sait également se remettre en question. Une bonne résistance au stress est également nécessaire pour pouvoir exercer ce travail en toute sérénité.

La communication en plus

Le yield manager doit enfin avoir le sens de la communication et parfois même de la pédagogie pour pouvoir, le cas échéant, expliquer ses choix tarifaires en interne ou auprès des tour-opérateurs ou des agences de voyages, par exemple.

Sources et ressources

Publications Onisep

Quels métiers pour demain ?, Dossiers, 2013, Onisep

Écoles de commerce, Dossiers, 2014, Onisep

Écoles d'ingénieurs, Dossiers, 2014, Onisep

STATISTICIEN(NE) INDUSTRIEL(LE)

- **Synonyme(s)** : ingénieur(e) d'études statistiques
- **Famille(s) ROME** : Études et perspectives socio-économiques
- **Discipline(s)** : statistiques
- **Centre(s) d'intérêt** : manier les chiffres
- **GFE** : GFE enseignement sciences humaines domaines scientifiques droit
- **Secteur(s) d'activités** : secteur des transports / secteur construction automobile / secteur environnement / secteur industrie pharmaceutique / secteur sidérurgie / secteur travaux publics / secteur second œuvre bâtiment / secteur gros œuvre bâtiment / secteur énergie
- **Statut(s)** : salarié

Accroche

Le but du statisticien industriel est d'améliorer la production de l'entreprise. Il effectue donc des études sur la prévision... des imprévus dans la production, l'optimisation des processus de fabrication ou la durée de vie des produits, par exemple.

Synthèse

Prévoir la durée de vie d'un produit industriel ou les pannes de machines, contrôler la qualité, optimiser et réguler la production... autant de défis lancés au statisticien industriel qui doit d'abord analyser la demande de près puis rechercher les données nécessaires pour ses analyses. Les statisticiens sont recherchés dans tous les secteurs de l'industrie, de l'automobile à l'aéronautique en passant par l'énergie. Ils sont généralement titulaires d'un diplôme en statistiques ou mathématiques appliquées de niveau bac + 5.

Nature du travail

Savoir rechercher les informations

Prévoir la durée de vie d'un produit industriel ou les pannes de machine, contrôler la qualité, optimiser et réguler la production... autant de défis lancés au statisticien industriel qui doit dans un premier temps analyser la demande de près, puis rechercher quelles seront les données nécessaires pour leurs recoupements et analyses. Ainsi, par exemple, il doit comprendre comment fonctionne une unité de production mais aussi comment elle peut tomber en panne.

Analyser les données

Le statisticien s'emploie ensuite à choisir les solutions méthodologiques les plus adaptées pour traiter et analyser les informations récoltées. Le travail de croisement des données, ou "data", se fait à l'aide de logiciels statistiques très performants et qui évoluent sans cesse. Mais l'ordinateur ne fait pas tout ! Le statisticien doit aussi analyser les courbes et graphiques, et interpréter les résultats pour en faire une synthèse, écrite et parfois orale.

Améliorer la production

Le travail du statisticien permet de répondre à la question posée au départ. Par exemple, celle de la probabilité de la durée de vie d'un produit ou d'un matériau. Cela permet ensuite aux ingénieurs des bureaux d'études d'améliorer leurs méthodes ou leurs produits.

Conditions de travail

En relation avec la production

Travaillant beaucoup devant son ordinateur, le statisticien industriel peut également aller voir la chaîne de production de plus près pour identifier des problèmes potentiels à étudier, confirmer une hypothèse, etc.

Homme d'équipe et de contact

Il travaille en équipe avec d'autres spécialistes et doit être capable de mettre son savoir et sa spécialité à la portée de tous. Il participe à des réunions et/ou les anime, et peut être amené à se déplacer.

Au fait des innovations

Une veille technologique sur les méthodes et sur le secteur industriel dans lequel il évolue est indispensable. L'anglais technique notamment est également incontournable pour le statisticien industriel.

Vie professionnelle

Dans tous les pans de l'industrie

Le statisticien industriel est de plus en plus recherché dans l'ensemble des secteurs, particulièrement dans les grandes entreprises, que ce soit dans la construction automobile, le BTP (bâtiment et travaux publics), la sidérurgie, les transports, les télécommunications, l'industrie pharmaceutique, l'énergie, l'environnement, etc. Les débouchés sont donc nombreux.

De belles perspectives

Les jeunes diplômés sont appréciés pour leur maîtrise des nouvelles technologies. Ils commencent généralement en tant qu'assistants, puis évoluent vers des missions de plus en plus importantes, avant d'envisager l'encadrement d'une équipe.

Rémunération

Salaire du débutant

2900 à 3300 euros brut par mois en fonction de l'entreprise et du secteur.

Compétences

Une expertise technique

Le statisticien industriel doit maîtriser les techniques et méthodes statistiques permettant d'estimer des paramètres, de modéliser des données, etc. Il doit également savoir programmer car il peut être amené à adapter ou développer certains programmes statistiques/informatiques.

À la portée de tous

Il doit également être capable de travailler en équipe avec des personnes qui ne sont pas nécessairement de son univers, comme des chefs de projet ou des ingénieurs recherche-développement, par exemple. Il est important qu'il sache se mettre à la portée de non-spécialistes des statistiques.

Branché sur son secteur

Il doit aussi avoir de bonnes connaissances du secteur d'activité dans lequel il travaille et effectuer une veille permanente pour rester à la pointe au niveau des techniques et programmes notamment.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers de la statistique, Zoom sur les métiers, 2011, Onisep

Écoles d'ingénieurs, Dossiers, 2014, Onisep

STATISTICIEN(NE) EN GEOMARKETING

- **Famille(s) ROME** : Études et prospectives socio-économiques
- **Discipline(s)** : mathématiques / statistiques
- **Centre(s) d'intérêt** : manier les chiffres
- **GFE** : GFE enseignement sciences humaines domaines scientifiques droit
- **Secteur(s) d'activités** : secteur audit conseil
- **Statut(s)** : salarié

Accroche

À la croisée des statistiques, du marketing et de l'information géographique, le statisticien en géomarketing utilise ces données pour aider son client à choisir une localisation, optimiser l'implantation de ses points de vente ou améliorer ses services.

Synthèse

À la croisée des statistiques, du marketing et de l'information géographique, le statisticien en géomarketing est un expert des bases de données. Il croise les informations afin d'aider son client à choisir une localisation, optimiser l'implantation de ses points de vente ou améliorer ses services. Ce métier encore jeune est présent dans de nombreux secteurs. Le statisticien en géomarketing est généralement titulaire d'un diplôme (de niveau bac + 5) en statistique ou mathématiques appliquées. Une double compétence en marketing, par exemple, constitue un plus.

Nature du travail

S'adapter à la demande

Le travail du statisticien en géomarketing part de la demande de son client. Il peut s'agir de choisir l'implantation d'un point de vente, de développer une clientèle ciblée ou encore de personnaliser des services. En superposant les grilles de lecture des territoires à celle des habitudes des consommateurs, le statisticien va proposer une segmentation de la demande et cibler ainsi les actions commerciales à effectuer. À chaque fois, il doit se poser la question de la meilleure méthode à utiliser et aller chercher les types de données qui répondront au mieux à la problématique.

Croiser les données

Grâce à des algorithmes et des simulations, il peut, par exemple, comparer les performances d'un réseau de vente avec son potentiel idéal. Ces études permettent de déterminer les facteurs de performance ou de faiblesse d'un point de vente, de créer des modèles prédictifs ou des typologies d'unités géographiques selon des variables de profils sociodémographiques ou de consommation.

Aider à la décision

Il fournit des cartes intelligentes ou des " portraits de zone " qui permettent une analyse interactive du territoire et la réalisation de tableaux de bord. Avec ces éléments, son client peut prendre des décisions et faire évoluer son réseau avec toutes les données en main.

Conditions de travail

En équipe pluridisciplinaire

Le statisticien en géomarketing travaille en équipe et il n'est pas rare qu'il soit associé à des spécialistes d'autres disciplines afin de croiser des données larges et nombreuses provenant de différents domaines (démographie, sociologie, consommation, etc.). Le but est d'apporter une réponse globale à la problématique du client en superposant les grilles de lecture.

Un milieu technique en évolution permanente

Le statisticien en géomarketing évolue dans un milieu de très haute technologie du traitement de l'information et, dans ce domaine, les innovations sont fréquentes. Les bases de données, par exemple, sont de plus en plus importantes et de meilleure qualité, permettant des exploitations toujours plus fines. Il faut se maintenir à la pointe de l'innovation et ne pas hésiter à utiliser la formation professionnelle pour se former aux nouveaux outils, toujours plus performants.

Vie professionnelle

Un métier encore jeune

Les premières études en géomarketing remontent tout au plus à la fin des années 80. Cela fait du statisticien en géomarketing un métier plutôt neuf et plein d'avenir. La demande en études géomarketing ne cesse d'augmenter afin d'optimiser les stratégies de marketing ou de communication, par exemple pour la distribution de prospectus ou les opérations de marketing direct.

De nombreux débouchés

Aujourd'hui, la plupart des entreprises des secteurs de la banque, des assurances, de la grande distribution, des transports, de l'automobile, etc. pratiquent le géomarketing, et de nombreux cabinets spécialisés ont vu le jour. Ils recrutent, par exemple, des directeurs d'études titulaires d'un bac + 5, + 6.

Vers l'encadrement et le conseil

Le statisticien en géomarketing peut, après quelques années, encadrer une équipe et jouer un rôle de conseil/expert auprès du client. À ce titre, il évalue les besoins de ce dernier, puis attribue les tâches à effectuer aux différents membres de son équipe.

Rémunération

Salaire du débutant

Entre 2500 et 3300 euros brut par mois. Variable en fonction du niveau d'études et du secteur d'activité.

Compétences

Expert des bases de données

Le statisticien en géomarketing doit évidemment maîtriser en premier lieu les méthodes et outils d'analyse et d'exploitation des bases de données les plus pointus.

Un équipier accessible

Rigueur, curiosité, capacité d'écoute et de communication sont les qualités principales demandées au statisticien. Il doit également savoir travailler en équipe et se mettre à la portée de ses interlocuteurs. En effet, pas question de jargonner pour expliquer les résultats d'une étude à son client !

L'anglais indispensable

Le géomarketing peut souvent prendre une dimension internationale. La maîtrise de l'anglais est donc de plus en plus nécessaire au moment de l'embauche et constitue un plus indéniable.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers de la statistique, Zoom sur les métiers, 2011, Onisep

Écoles d'ingénieurs, Dossiers, 2014, Onisep

STATISTICIEN(NE) EN ANALYSE SENSORIELLE

- **Synonyme(s)** : ingénieur(e) d'études en analyse sensorielle
- **Famille(s) ROME** : Études et perspectives socio-économiques
- **Discipline(s)** : statistiques
- **Centre(s) d'intérêt** : manier les chiffres
- **GFE** : GFE enseignement sciences humaines domaines scientifiques droit
- **Secteur(s) d'activités** : secteur construction automobile / secteur industrie agroalimentaire / secteur audit conseil
- **Statut(s)** : salarié

Accroche

Donner des éléments objectifs et quantifiables aux décideurs concernant leurs produits, c'est le rôle du statisticien en analyse sensorielle qui travaille sur les goûts des consommateurs, dans l'agroalimentaire, la cosmétique, l'automobile, etc.

Synthèse

Le statisticien en analyse sensorielle travaille sur les goûts des consommateurs (couleur, odeur, aspect, saveur, etc.) concernant les produits de son client ou de son entreprise. Il fournit des éléments objectifs et quantifiables qui seront des aides aux décisions stratégiques pour l'amélioration ou le marketing d'un produit donné. Il peut travailler directement en entreprise dans les secteurs de l'agroalimentaire, la cosmétique, l'automobile, etc., ou dans un cabinet spécialisé.

Nature du travail

Fournir des données objectives sur les propriétés des produits

Il est difficile pour la plupart d'entre nous d'expliquer précisément pourquoi nous aimons ou nous n'aimons pas un produit. Couleur, odeur, texture, goût : autant d'éléments qui intéressent le statisticien en analyse sensorielle, car sa mission est de fournir aux services marketing des données objectives et quantifiables sur nos attirances ou nos rejets.

Établir des critères pertinents

Le statisticien croise et analyse les informations qui remontent des enquêtes de consommateurs. Ceux-ci sont soumis à une grille de questions élaborée en collaboration avec des experts qui ont établi à l'avance des profils sensoriels afin d'uniformiser les réponses.

Classer et caractériser les produits

Ces études permettent au statisticien d'établir une cartographie (ou " mapping ") des préférences des consommateurs, c'est-à-dire une classification et une caractérisation des produits grâce à leur description sensorielle. Les résultats de ces travaux permettent ensuite aux responsables des différents services concernés de prendre des décisions quant à l'amélioration et à la commercialisation de tel ou tel produit.

Conditions de travail

Un travail d'équipe

Le statisticien en analyse sensorielle travaille en équipe. Il peut exercer soit dans le service de recherche et développement de l'entreprise, soit dans un service plus proche du département marketing, en binôme avec le chef de projet.

L'ordinateur mais pas seulement

Souvent devant son ordinateur pour récolter puis classer les données et les faire " parler ", le statisticien assiste également à des réunions avec les différents services et interlocuteurs de l'entreprise.

Vie professionnelle

Une profession en développement

Les statisticiens sont encore peu nombreux dans le domaine de l'analyse sensorielle, mais leur nombre augmente régulièrement, ce qui donne un avenir certain à cette profession. Les recrutements au niveau ingénieur se situent à bac + 4, + 5.

Dans de nombreux secteurs

Les statisticiens en analyse sensorielle sont employés en priorité dans l'agroalimentaire, la cosmétologie, mais aussi dans l'industrie, notamment l'automobile. Ils peuvent travailler directement en entreprise, souvent dans le département recherche et développement, parfois dans le marketing, ou bien en cabinet spécialisé dans l'analyse sensorielle.

Vers l'encadrement

Après plusieurs années d'expérience, le statisticien en analyse sensorielle peut prendre en charge une équipe ou un service, et assumer davantage de responsabilités en management.

Rémunération

Salaire du débutant

À partir de 2500 euros brut par mois ; variable en fonction du secteur et du type d'entreprise.

Compétences

Statistiques et informatique

Le statisticien en analyse sensorielle doit maîtriser les techniques d'analyse de type classification/segmentation et de régression. Il doit également savoir programmer car il peut être amené à adapter ou développer certains programmes informatiques.

À la portée de tous

Il doit également être capable de travailler en équipe avec des personnes qui ne sont pas nécessairement de son univers, comme des chefs de projet marketing ou des ingénieurs, par exemple. Il est important qu'il sache se mettre à la portée de non-spécialistes des statistiques.

Branché sur son secteur

Il devra également avoir une bonne connaissance du secteur d'activité dans lequel il travaille et effectuer une veille pour rester à la pointe de l'innovation en ce qui concerne les différents programmes et techniques notamment.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers de la statistique, Zoom sur les métiers, 2011, Onisep

Écoles d'ingénieurs, Dossiers, 2014, Onisep

DATA MANAGER

- **Synonyme(s)** : gestionnaire de données
- **Discipline(s)** : statistiques
- **Centre(s) d'intérêt** : contrôler la qualité, expertiser / manier les chiffres / programmer, créer du contenu numérique
- **Fonction(s)** : fonction exploitation informatique
- **GFE** : GFE tertiaire de bureau tertiaire spécialisé
- **Secteur(s) d'activités** : secteur santé / secteur commerce / secteur banque / secteur assurances / secteur industrie pharmaceutique
- **Statut(s)** : salarié

Accroche

Né de la multiplication et de la complexification des données, le data manager, ou gestionnaire de données, recueille et organise les informations de l'entreprise, en vue de leur exploitation optimale. Il travaille désormais dans tous les secteurs.

Synthèse

Né de la profusion de variables qui demandent de nouvelles méthodes analytiques, le data manager est à la croisée des chemins de la statistique, de l'informatique et de la maîtrise des enjeux économiques et sociaux de l'entreprise pour laquelle il travaille. Plus qu'un statisticien, il a souvent un rôle stratégique d'aide à la décision, notamment pour le marketing. On trouve désormais des spécialistes data dans tous les secteurs d'activité.

Nature du travail

Spécialiste des bases de données

Sachant identifier les données vitales d'une entreprise (références clients, données produits et fournisseurs, résultats d'études cliniques, etc.), le data manager les recueille et les organise dans une base pour les rendre exploitables et " parlantes ".

Une attention constante

À lui de trouver les meilleures solutions d'hébergement pour traiter, archiver et indexer ces précieuses données. Responsable de la qualité et de la sécurité des fichiers, il veille, au quotidien, à l'enrichissement des bases de données, les nettoie en faisant la chasse aux doublons, par exemple, met à jour et établit un descriptif précis des informations disponibles pour les différents services de l'entreprise. Il peut également être amené à établir des modèles statistiques, ou à faire des extractions et des analyses, en fonction des demandes.

Une dimension stratégique

Mais son rôle est également stratégique. Il doit anticiper les changements dans son secteur d'activité, récolter de nouvelles données, effectuer des extractions, générer des statistiques ou mettre en cohérence différentes sources pour mettre en lumière tel ou tel phénomène. Dans le secteur médical, le data manager participe à un projet de recherche en gérant notamment les données d'études cliniques.

Conditions de travail

Seul ou en équipe

Les yeux rivés sur des écrans, le data manager travaille seul ou en équipe, en fonction de la taille de l'entreprise et du périmètre de son poste, qui peut varier énormément d'une organisation à une autre.

Dans certains cas, il sera à la tête d'une équipe pouvant inclure, par exemple, un ou plusieurs data miners, chargés d'identifier de nouvelles informations, des statisticiens pour les extractions et les analyses... Chef d'équipe, son travail sera alors davantage orienté sur la stratégie, la planification et le management que sur la gestion et l'exploitation des données.

En relation avec de nombreux services

Dans tous les cas, le data manager est en contact régulier avec les services marketing, commercial, financier et avec la direction de l'entreprise. Selon le cas, il est rattaché à la direction informatique ou au département marketing. Les réunions sont assez fréquentes. Dans le secteur de la santé, le data manager travaille en collaboration avec des chercheurs, bio-informaticiens, médecins, etc.

Vie professionnelle

Des secteurs historiques...

Au début des années 2000, on trouvait essentiellement les data managers dans le secteur de la banque et de l'assurance, dans les laboratoires pharmaceutiques ou les instituts de sondage. Aujourd'hui, ces spécialistes des données ne sont plus cantonnés à ces seuls secteurs.

... aux nouveaux venus

Le data manager peut désormais travailler au sein de tout type d'entreprise gérant un nombre important de données. Les professionnels de la VPC (vente par correspondance) et du e-commerce, ainsi que les entreprises du Web par exemple, sont particulièrement friands de ces spécialistes, surtout s'ils ont une coloration marketing. De nombreuses agences spécialisées ou start-up sont également sur le secteur du big data et recrutent des experts en bases de données.

De belles perspectives de carrière

Après quelques années d'expérience, le data manager peut devenir responsable de système d'information ou bien bio-statisticien, s'il exerce dans le secteur très porteur de la santé. Il peut également devenir expert ou créer sa propre entreprise spécialisée.

Rémunération

Salaire du débutant

2000 euros brut par mois.

Source : Cadremploi, 2015.

Compétences

Informatique et statistique

Au minimum, le data manager doit être rompu aux chiffres et maîtriser les outils informatiques spécifiques à la gestion de bases de données. Mais, auparavant très statisticien, le poste de data manager évolue de plus en plus vers la stratégie.

Une bonne connaissance du secteur

Selon le secteur vers lequel il s'oriente, le data manager devra, en plus d'un solide socle de connaissances techniques, avoir des bases en marketing, commerce, vocabulaire médical ou bancaire, etc. Les doubles profils sont particulièrement recherchés.

Pédagogie et discrétion

Pour les phases d'analyse des résultats et de restitution, le data manager doit faire preuve de clarté et d'un grand esprit de synthèse. Il est important qu'il se mette à la portée de ses interlocuteurs, qui peuvent être très variés. Son aisance devra être réelle, à l'oral comme à l'écrit. Par ailleurs, dans la mesure où il traite des informations souvent stratégiques pour l'entreprise, il doit savoir faire preuve d'une grande discrétion, en interne comme à l'extérieur du travail.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers de l'informatique, Parcours, 2014, Onisep

Les métiers des mathématiques et de l'informatique, Zoom, 2015, Onisep

Témoignages

Alexandre, data scientist, cofondateur de Snips à Bordeaux (33)

Un domaine où tout est à inventer

C'est un métier où il faut être bon en mathématiques, mais aussi posséder un esprit pratique pour créer des modèles - la physique forme bien à ça - et il faut aussi savoir coder ! Il est impératif d'être créatif et ouvert, car c'est un domaine où tout est à inventer, en prise directe avec le monde. Ma société est spécialisée dans la prévision de flux dans le domaine urbain. Par exemple, pour la SNCF, nous avons créé un modèle qui permet de prédire l'affluence des voyageurs franciliens, en étudiant les données historiques, le contexte, la localisation des gares, etc. Cela a abouti à l'application Tranquilien qui permet aux utilisateurs de savoir en temps réel si leur train va être plein ou pas. Les sociétés comme la nôtre sont demandeuses de spécialistes data, mais de plus en plus de grandes entreprises commencent à voir les bénéfices qu'elles peuvent tirer de la data science et recrutent également. L'économie numérique offre aussi de bons débouchés.

ECONOMETRE STATISTICIEN(NE)

- **Synonyme(s)** : économétricien(ne) / économiste statisticien(ne) / statisticien(ne) en économie / spécialiste en économétrie
- **Discipline(s)** : statistiques / économétrie / mathématiques
- **Centre(s) d'intérêt** : manier les chiffres
- **Fonction(s)** : fonction études économiques ou sociales
- **GFE** : GFE enseignement sciences humaines domaines scientifiques droit
- **Secteur(s) d'activités** : secteur industrie pharmaceutique / secteur audit conseil / secteur banque / secteur assurances / secteur fonction publique / secteur recherche
- **Statut(s)** : fonctionnaire / salarié

Accroche

Scientifique de haut niveau, l'économètre statisticien effectue un traitement mathématique et statistique de données économiques. Son objectif : fournir à ses employeurs des éléments fiables et quantifiés afin qu'ils puissent prendre des décisions.

Synthèse

Scientifique de haut niveau, l'économètre statisticien effectue un traitement mathématique et statistique de données économiques. Son objectif : fournir à ses employeurs (banques, assurances, entreprises industrielles et commerciales, PME, Banque centrale européenne, Inra, CNRS, Insee, sociétés de conseil, ministères, etc.) des éléments fiables et quantifiés afin qu'ils puissent prendre des décisions capables d'influencer des choix de marchés, d'implantation d'entreprises, voire de mise en place de politiques économiques.

Nature du travail

Aide à la décision

Que ce soit pour des secteurs comme la finance, la banque, la grande distribution, l'industrie pharmaceutique, l'énergie, la santé... l'économètre statisticien simule des process, crée des outils de modélisation, anticipe, repère et planifie les tendances et les fluctuations futures, en vue de réaliser des applications économiques et financières, tant au niveau national qu'international, en s'appuyant sur les mathématiques et les statistiques. Objectif : fournir des prévisions capables d'influencer des choix de marchés ou d'implantation d'entreprises, ainsi que des décisions politiques.

Au plus près des données

À partir d'une commande sur un projet donné, il pose une hypothèse pour expliquer les données qu'il va étudier et analyser avant de les modéliser. Au terme de son expérience, l'économètre statisticien constate les écarts entre la théorie et la réalité des chiffres et des données qu'il aura croisés, et en fait part aux différents services (R & D, marketing...) impactés.

Vérifier ses hypothèses

Avant de soumettre ses résultats, l'économètre statisticien s'attache à faire des tests pour être sûr que son hypothèse de départ se vérifie. Sinon, il devra recommencer en apportant de nouvelles spécifications au modèle.

Conditions de travail

Devant son ordinateur

L'économètre statisticien est un sédentaire qui travaille essentiellement devant son ordinateur, dans les services économiques des entreprises industrielles et commerciales, ou dans des organismes publics comme l'Insee.

Collecter et étudier les données

Ce professionnel réalise aussi un important travail de veille et de repérage. Pour cela, il collecte de nombreuses données économiques et chiffrées, dans ou à l'extérieur de son entreprise, à partir desquelles il rédige des études qui exigent rigueur et précision.

Vie professionnelle

Dans de nombreux secteurs

L'économètre statisticien peut exercer dans les banques, les assurances, les entreprises industrielles et commerciales, les PME (petites et moyennes entreprises), mais aussi les organismes internationaux (Banque centrale européenne, Fonds monétaire international, Commission européenne...), les centres de recherche (INRA, CNRS), les instituts statistiques (Insee) ou encore les sociétés de conseil, les ministères, etc.

Des missions variées

L'économètre statisticien apporte sa contribution, par exemple, quand la Banque centrale européenne fixe la politique monétaire et qu'elle cherche à connaître l'effet probable d'un changement des taux d'intérêt sur l'inflation et la croissance. Mais il peut aussi être employé dans l'industrie pharmaceutique pour apporter des éléments précis lors des négociations avec les autorités sur le prix d'un médicament et son taux de remboursement...

Consultant ou employé

L'économètre statisticien commence souvent sa carrière au sein d'une société de services spécialisée avant d'être recruté directement par une entreprise, un grand groupe ou une organisation d'envergure. Après quelques années, il peut encadrer une équipe et devenir responsable de service.

Rémunération

Salaire du débutant

Salaire variable en fonction du lieu d'exercice et du type d'entreprise.

Source : non communiquée.

Compétences

Scientifique de haut niveau

Expert en mathématiques et statistiques, l'économètre statisticien connaît bien le secteur d'activité dans lequel il évolue, afin de pouvoir formuler les bonnes hypothèses et apporter des réponses adaptées. Rigoureux, passionné de chiffres, mais possédant aussi des compétences à l'oral et à l'écrit, il sait se mettre à la portée de ses interlocuteurs, grâce à son sens de l'écoute et de la pédagogie.

Curieux et intuitif

L'économètre statisticien se tient en permanence à jour des évolutions économiques dans le secteur dans lequel il évolue. Intuition, sens de la persuasion, mais aussi maîtrise de l'anglais et des logiciels spécialisés dans le traitement des données statistiques lui sont indispensables.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers des mathématiques et de l'informatique, Zoom sur les métiers, 2015, Onisep

Les métiers de la statistique, Zoom sur les métiers, 2011, Onisep

Écoles d'ingénieurs, Dossiers, 2014, Onisep