

BUSINESS ANALYST (H/F)

Il/elle participe au pilotage de l'activité de l'entreprise à partir de l'étude de données chiffrées. Il/elle apporte des éléments utiles à la prise de décision en amont des ventes et permet une meilleure compréhension des résultats.

➤ Accès à l'emploi

Les formations/certifications courantes pour accéder à l'emploi (cette liste n'étant pas exhaustive) sont :

- RNCP31973 - Business analyste (niv.7)
- RNCP34299 - Analyste financier international (niv.7)
- DGE_GM - Management et Organisation
- DIPLOVIS - Diplôme supérieur en Marketing Commerce et Gestion
- DGE_GM - Marketing & Stratégie
- RNCP35834 - Diplôme Supérieur en Stratégie et Gestion des Entreprises
- Master- Marketing, Vente
- RNCP31916-Manager des stratégies communication marketing
- RNCP36025-Manager du développement Marketing et commercial

Expérience professionnelle souhaitée dans le domaine visé.
Pratique de l'anglais requise.

➤ Mobilité professionnelle

Le business analyst (H/F) peut évoluer vers ces emplois (cette liste n'étant pas exhaustive) :

- Pricing analyst (H/F)

Avec l'expérience et une formation complémentaire notamment en management, le business analyst (H/F) peut progressivement évoluer vers les emplois suivants :

- Responsable business analyst (H/F)
- Directeur business controller (H/F)
- Directeur marketing (H/F)
- Directeur finance (H/F)
- Directeur commercial (H/F)



➤ Activités & compétences techniques



En fonction du contexte de l'entreprise et du poste concerné, la personne peut exercer tout ou partie des activités suivantes :

Réaliser la veille stratégique externe et interne à l'entreprise

- Réaliser des études qualitatives et quantitatives sur les tendances, pratiques et attentes des consommateurs du secteur
- Réaliser les benchmark et études de veille concurrentielle pour éclairer l'orientation des choix stratégiques de l'entreprise
- Rédiger des rapports d'analyse permettant d'identifier les perspectives de croissance sur son segment de marché
- Elaborer des recommandations stratégiques en lien avec ces analyses, à destination des équipes des filières construction de l'offre et marketing et expérience clients

Accompagner le suivi de la performance commerciale

- Mener des analyses complètes du cycle de vie des produits (planification, évaluation des risques et disponibilités des systèmes de suivi)
- Etablir et présenter les objectifs dans le cahier des charges de la performance commerciale
- Participer à la définition d'indicateurs de performance commerciale des produits
- Participer au choix des outils de suivi de la performance commerciale afin d'assurer un reporting régulier à destination des filières concernées (développement commercial notamment)
- Participer à la diffusion et à l'appropriation des outils d'analyse et d'aide à la décision (tableaux de bord, reporting, KPI...)

Analyser les résultats et identifier les opportunités d'amélioration de la performance commerciale

- Etudier le chiffre d'affaires et la plus-value par segments (clients, produits, canaux de ventes, etc.)
- Analyser sur la base des indicateurs choisis, la performance commerciale des différents segments produits
- Mesurer le retour sur investissement des politiques de l'entreprise déployées pour la performance commerciale
- Produire des diagnostics de performance commerciale des produits de l'entreprise afin d'orienter la stratégie
- Proposer des recommandations d'amélioration continue, sur la base des pratiques existantes, dans le but de maximiser la performance de l'entreprise



➤ Compétences comportementales

- + Capacité d'analyse
- + Esprit de synthèse
- + Sens de la performance et du résultat
- + Rigueur, organisation, gestion des priorités

