

Référence (réservé DP.GS) :

<b>Intitulé du poste : Data Scientist au Marketing Digital</b>
<b>Manager en charge du recrutement : Sébastien THOMAS</b> Tel : 0149899076 Email : sethomas@airfrance.fr

Direction : Commercial	Nombre de postes : 1	Date de prise de poste : 1 <sup>er</sup> octobre
Libellé Service :Marketing Digital – e-acquisitions	Offre publiable sur site AF : oui	Numéro de DAEE :
<b>Nom du gestionnaire de cadre/ RRH : Claudine Pouget</b>	Tél :	Email : clpouget@airfrance.fr

Descriptif du poste:	
Présentation du contexte et de l'environnement métier	<p>Les ventes Internet représentent pour Air France plus de 2 milliards de chiffre d'affaire annuel, et connaissent depuis plusieurs années une progression à 2 chiffres.</p> <p>Le Marketing Digital, au sein de la Direction centrale du Digital, est en charge de la promotion des ventes internet sur plus de 80 marchés en France et à l'international. Les leviers sont notamment l'e-acquisition, les medias sociaux et le Webmastering.</p> <p>L'e-acquisition regroupe plusieurs canaux permettant d'amener les internautes sur le site Air France :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Emailing : envoi d'emails commerciaux pour mettre en avant les offres</li><li>▪ Display : bannières publicitaires sur des sites web tiers</li><li>▪ Search : référencement sur les moteurs de recherche (Google, Bing, ...)</li><li>▪ Metasearch : comparateurs de prix des billets d'avion (Kayak, Liligo, ...)</li><li>▪ Affiliation : sites tiers relayant des offres promotionnelles.</li></ul> <p>D'importants budgets (plusieurs millions) sont investis dans ces canaux pour maximiser les visites du site Air France et optimiser le retour sur investissement.</p> <p>L'essor de l'ad tech a permis le développement de technologie avancée d'achat d'espaces publicitaires en temps réel (RTB). Air France a fait le choix il y a 2 ans, d'internaliser cette compétence afin d'avoir plus de contrôle sur ces campagnes. Aujourd'hui, nous lançons une initiative autour de la gestion centralisée de nos données (Data Management Plateforme). Cette réflexion a pour but d'affiner nos ciblage publicitaires afin d'être le plus efficace possible et ainsi maximiser le retour sur investissement de nos campagnes marketing</p>
Description de la mission	<p>La mission s'articulera autour de 2 axes media trading et data science</p> <p><b>Media trading :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Piloter et optimiser les campagnes RTB en coordination avec l'équipe display</li><li>- Proposer des améliorations de la stratégie de trading</li><li>- Proposer des nouveaux algorithmes d'optimisation d'achat</li></ul> <p><b>Data science :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Analyser les données transverses e-acquisition et CRM pour améliorer notre efficacité publicitaire (ciblage et personnalisation) en créant des modèles prédictifs</li><li>- Piloter la plateforme de gestion unifiée des données (DMP)</li><li>- Animer l'utilisation de la DMP</li></ul>
Profil recherché	<p><b>Diplôme :</b> Ecole d'ingénieur, Université (majeure scientifique / statistique)</p> <p><b>Compétences clés</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Forte capacité d'analyse, à la fois chiffrée et qualitative</li><li>- Flexibilité, capacités d'apprentissage et d'adaptation</li><li>- Capacité de créativité et d'innovation</li><li>- Aisance et autonomie dans la prise de décision et gestion de divers interlocuteurs</li></ul>

	<p><b>Connaissances (langues, outils...)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Anglais courant indispensable. Autre langue pratiquée serait un atout</li><li>- Maitrise de la gestion de base de données NoSQL type Mongo DB</li><li>- Maitrise des Frameworks type Hadoop</li><li>- Maitrise des outils d'analyse type R, SPSS, SAS</li><li>- Maitrise des langages Java, Javascript, C/C++ et HTML</li></ul> <p><b>Expérience requise (3 années d'expérience, stages, parcours international...)</b> Expérience (Stage / CDD / CDI) ou formation en Data Science est un atout important</p>
--	---