



Abderrahmen DHIF

DATA SCIENTIST

32 Boulevard de picpus Paris 75012

+33 7 68 15 11 55 | dhifabderahmen@hotmail.fr | [abderahmen-dhif-84011873](https://www.linkedin.com/in/abderahmen-dhif-84011873) | [dhifabderahmen](https://twitter.com/dhifabderahmen)

Passionné par les nouvelles technologies et techniques autour de l'exploitation de la data. Notamment, dans le marketing et le digital.

Formation

Université de Reims

MASTER 2 STATISTIQUE

ESSAIT

INGÉNIEUR EN STATISTIQUE

Reims, France

2015 - 2016

Tunis, Tunisie

2010 - 2015

Expériences professionnelles

Caroll - Data Scientist/Analyst

CUSTOMER ANALYTICS

- Analyse des données clients

Marketing clients

06/2019 - NA

Air France - Consultant Data Scientist

TEXTMINING ET SEGMENTATION CLIENTS

- Optimisation de la segmentation clients
- Analyse textmining des commentaires

Customer & Market insight

12/2018 - 06/2019

Fnac-Darty - Consultant Data Scientist

CALCULS STATISTIQUES ET REPORTING SUR UN CLUSTER BIG DATA

- Manipulation de données et requêtage sur un cluster hadoop
- Création d'agrégats et calcul de KPIs
- Création de reporting interactifs en R Markdown et R Shiny
- Analyse de comportement des clients web
- Ciblage et bilan de campagne marketing
- Analyse de ré-achat

Connaissance clients

11/2017 - 10/2018

Système U - Consultant Data Scientist

CLASSIFICATION DES PRODUITS SELON LA MIXITÉ

- Classification des produits selon la mixité
- Calcul des indices de mixité entre les produits
- Etablissement des règles d'associations
- Classification des produits

Connaissance clients

08/2017 - 11/2017

Vivarte - Data Scientist

CRM

- Analyse de l'impact des opérations commerciales
- Mise en place de reportings commerciaux
- Audit de base de données
- Segmentation RFM
- Etude géomarketing sur les clients web (géolocalisation des clients et des magasins)
- Modélisation de score de ré-achat des clients pour une campagne mailing
- Analyse du ré-achat selon les leviers d'acquisition de trafic (SEO, SEA, display ...)

CRM

04/2016 - 07/2017

Ooredoo - Data Scientist

MODÉLISATION DE LA VALEUR CLIENT (CLV)

- Modélisation de la probabilité de churn et du chiffre d'affaires moyen par abonné
- Analyse du comportement des abonnés (CA, fréquence d'achat ...)
- Mise en place d'une application à l'aide de R Shiny

Connaissance clients

03/2015 - 07/2015

Environnement technique

R, SQL, SPARK, SAS, SPSS MODELER

DPLYR, SPARKLYR, SHINY, RMARKDOWN, DPLYR.TERADATA ...

- Data management, Statistiques descriptives, Machine learning, Reportings interactifs

Centres d'intérêt

