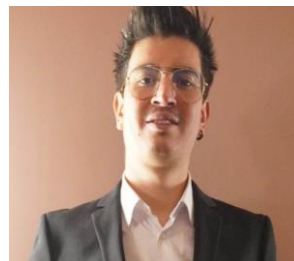


Mehdi AFFES

Data Analyst

mehdi.affes1992@gmail.com / 07 52 56 33 87



Diplômes & formations

Diplômes universitaires :

2015 Diplôme d'ingénieur en Business Intelligence (IT Business School)

2012 Baccalauréat en administration des réseaux et services (ISI)

Certificat formation :

2022 Tableau Software : Spécialiste Desktop + Data Analyst

2022 Tableau Desktop Specialized

2022 Microsoft Power BI - Évaluation des compétences LinkedIn réussie

Forces

TABLEAU SOFTWARE

POWER BI

EXCEL

DASHBOARDS

DAXSTUDIO

TABULAR EDITOR

ANALYSE

VISUALISATION

Compétences maîtrisées

Traitement des données et analyse statistique :

- Identification des KPI.
- Extraction de données précises en fonction des demandes de service.
- Identification des données critiques et des anomalies pour l'intégration et l'analyse.
- Nettoyage des données.
- Élaboration de recommandations en matière de KPIs.
- Conception des graphs.
- Conception des filtres, Pages et Bookmarks.
- Détermination de la meilleure approche et technique d'analyse pour chaque donnée à partir des tableaux de bord spécifiques.
- Publiez les rapports sur le Serveur.
- Documentation et Manuel de chaque sprint.

Compétences, environnement technique :

- **Visualisation des données** : Power BI, Tableau Software, Power Point.
- **Analyse des données** : DAXSTUDIO, Power BI, Tableau Software.
- **Bases de données** : GCP, Sales Force, Ms Excel, Text, Word, Nielsen.
- **Systèmes d'exploitation** : Windows.
- **Gestion de projet** : Agile, framework SCRUM, JIRA, Assana.
- **Communication** : Microsoft Teams, Outlook.

Langues étrangères :

Anglais : Courant

Français : Courant

Date de début de l'activité :

Septembre 2016

Expérience professionnelle

L'Oréal (Luxe)

Février 2024 – Décembre 2024

Data Analyst & Report Automation

Mission: En tant que Data Analyst spécialisé(e) dans l'automatisation des reportings au sein de la division Parfums de L'Oréal Luxe, mon objectif principal est d'optimiser le processus de reporting et d'analyse en concevant et en déployant des solutions automatisées pour un portefeuille de marques prestigieuses, incluant Lancôme, Giorgio Armani, Yves Saint Laurent et d'autres. Ce projet, initialement axé sur la division Parfums, sera étendu aux divisions Maquillage et Soin.

Réalisation :

- Concevoir, développer et maintenir des rapports automatisés (mensuels, trimestriels) et des tableaux de bord dynamiques via Power BI, en utilisant Power Query pour l'extraction et la transformation des données et en exploitant le langage DAX pour des calculs et analyses avancés.
- Mettre en place un modèle de données performant et optimisé dans Power BI Desktop en utilisant le Tabular Editor pour affiner les relations entre les tables, créer des mesures DAX complexes et optimiser les performances du modèle.
- Assurer la qualité des données et la fiabilité des reportings en effectuant des contrôles de cohérence, en identifiant et en corrigeant les erreurs de données.
- Accompagner le déploiement et l'adoption des solutions de reporting automatisées auprès des utilisateurs finaux, en fournissant une documentation claire et concise et en assurant des formations adéquates.

Résultats :

- Améliorer la visibilité sur les performances de la division Parfums de L'Oréal Luxe en fournissant des données précises, fiables et actualisées aux décideurs.
- Accélérer la production de rapports et d'analyses, permettant aux équipes de se concentrer sur l'interprétation des données et la prise de décisions stratégiques plutôt que sur la collecte et la compilation manuelle des informations.

Mehdi AFFES – Data Analyst
mehdi.affes1992@gmail.com
0752563387

- Identifier les tendances, les opportunités et les risques commerciaux grâce à des analyses approfondies des données, contribuant à la croissance et à la rentabilité de la division Parfums.
- Déployer à terme les solutions d'automatisation des reportings aux divisions Maquillage et Soin, capitalisant sur les best practices et l'expertise acquises.

Environnement technique : Power BI, Power BI Server, MS Excel, Tabular Editor.

Décathlon (Sport)

Juin 2023 – Décembre 2023

Data Analyst & DataViz Tableau

Mission : En tant que Développeur Front-End au sein de l'équipe Unified Commerce chez Decathlon, ma mission consiste à migrer le tableau de bord "Instore Traffic Analysis" de Quicksight vers Tableau Software. L'objectif est d'aligner cet outil stratégique d'analyse du trafic en magasin avec la stratégie BI globale de Decathlon et de faciliter sa maintenance future.

Réalisation :

- Collaborer avec les équipes métiers (équipes magasin, Business Intelligence) pour comprendre en profondeur les besoins et usages liés au tableau de bord "Instore Traffic Analysis".
- Recréer les fonctionnalités existantes du tableau de bord dans Tableau Software, en veillant à la cohérence des données affichées, des filtres disponibles et de l'expérience utilisateur globale.
- Optimiser l'interface utilisateur et la visualisation des données dans Tableau en tenant compte des besoins spécifiques des utilisateurs finaux (population magasin) et en privilégiant la clarté et la rapidité de compréhension.
- Mettre en place des tests rigoureux pour garantir l'exactitude des données affichées dans Tableau après la migration et s'assurer qu'il n'y a aucune régression par rapport à l'ancien tableau de bord.
- Documenter le développement et la configuration du tableau de bord migré dans Tableau afin d'assurer une maintenance simplifiée à long terme.

Résultat :

- Fournir aux équipes magasin un outil d'analyse du trafic en magasin performant, intuitif et parfaitement intégré à l'écosystème BI de Decathlon.
- Permettre aux équipes magasin de prendre des décisions plus rapides et plus éclairées grâce à une meilleure visualisation et compréhension des données de trafic.
- Faciliter la maintenance et les évolutions futures du tableau de bord "Instore Traffic Analysis" en l'alignant sur la solution Tableau Software, privilégiée par Decathlon.
- Contribuer à l'amélioration continue des processus d'analyse et de pilotage de la performance au sein des magasins Decathlon.

Méthodologie : Scrum.

Environnement technique : Tableau Software, Quicksight, JIRA, Databricks, Redshift, SQL.

Mission : Comprendre le comportement d'achat des consommateurs est crucial pour stimuler les ventes et augmenter les revenus. Une façon de mieux comprendre le comportement des consommateurs consiste à analyser le panier et à affiner les produits. En tant que Senior Data Analyst, ma tâche principale est de créer un tableau de bord qui présente des informations sur le comportement des consommateurs basées sur des données transactionnelles. Le tableau de bord soutiendra la prise de décision basée sur les données pour l'équipe eD2C.

Réalisation :

- Développer des KPI en fonction des besoins.
- Concevoir et développer des plateformes d'analyse globale à l'aide d'outils de visualisation de données (PowerBI).
- Développer un environnement d'analyse de Business Intelligence de e-commerce pour mieux stimuler les affaires
- Défendez activement auprès de l'équipe Data & Analytics les meilleures pratiques, les directives et les informations clés en matière de modélisation des données, de visualisation des données, de qualité et de gouvernance des données, de narration des données.
- Participer aux processus mondiaux de gouvernance des données et à la qualité des données
- Analyser le comportement d'achat des consommateurs
- Identifier les produits qui sont fréquemment achetés ensemble
- Identifier les produits qui sont souvent achetés dans un ordre particulier
- Identifier les produits et catégories de produits populaires
- Identifier les opportunités de vente croisée et incitative
- Définissez le flux de données et la périodicité pour synchroniser le traitement des données.
- Définir l'algorithme d'auto-apprentissage qui traitera les données d'entrée
- Utiliser les compétences en visualisation de données pour développer une matrice claire et compréhensible

Résultat :

- Concevez un tableau de bord visuellement attrayant et convivial qui présente les données analysées dans un format facile à comprendre.
- Testez le tableau de bord pour s'assurer qu'il fonctionne comme prévu et qu'il fournit des informations précises.
- Déployez le tableau de bord sur un serveur sécurisé ou une plateforme cloud accessible à l'utilisateur final.
- Spécifications techniques à rédiger

Méthodologie : Scrum.

Environnement technique : Power BI, Power BI Server, MS Excel, GCP, Salesforce, Dax Studio, Tabular Editor, Jira, Assana.

Mission : En tant que Data Analyst chez LVMH, plus précisément au sein de Louis Vuitton et d'autres Maisons de renom telles que Dior, Marc Jacobs, Fendi et Sephora, j'étais responsable de l'optimisation des processus de reporting et de la fourniture d'analyses pertinentes aux dirigeants du groupe. Mon rôle impliquait de collaborer avec les principales parties prenantes pour définir les besoins en matière de reporting, gérer la collecte et la validation des données provenant de sources diverses, et assurer la livraison dans les délais de rapports financiers et opérationnels précis et fiables.

Réalisation :

- Pilotage du développement et de la mise en œuvre de tableaux de bord automatisés à l'aide de Power BI afin de suivre les indicateurs clés de performance (KPI) liés à la performance financière, au e-commerce, au CRM et aux activités sur site.
- Gestion de la collecte, de la validation et de l'analyse de données financières et opérationnelles sensibles provenant de diverses sources, garantissant ainsi l'intégrité et la cohérence des données dans les rapports.
- Conception et mise en place de modèles et de définitions standardisés pour le suivi de la performance omnicanale, permettant une production de rapports cohérente et une prise de décision éclairée.
- Collaboration étroite avec le responsable Insights pour analyser les tendances de performance, identifier les informations clés et préparer des rapports complets à l'intention des dirigeants.
- Travail transversal avec les équipes Finance, NPS, CRM et E-commerce pour établir une structure de reporting unifiée et promouvoir une culture axée sur les données au sein de l'organisation.
- Mise en œuvre de processus de gouvernance des données robustes, garantissant l'exactitude, la sécurité et la conformité des données aux politiques internes.

Résultat :

- Automatisation réussie des processus de reporting, améliorant significativement l'efficacité et la rapidité de livraison des rapports aux principales parties prenantes.
- Fourniture aux dirigeants d'analyses pertinentes basées sur des données précises et opportunes, soutenant ainsi la prise de décision stratégique et la croissance de l'entreprise.
- Amélioration de la qualité et de la cohérence des données entre les différentes sources, contribuant à des décisions commerciales plus fiables et éclairées.
- Promotion d'une culture axée sur les données au sein de l'organisation en encourageant la transparence, la collaboration et l'utilisation d'analyses basées sur les données pour la prise de décision.

Méthodologie : Scrum.

Environnement technique : Power BI, Power BI Server, MS Excel, Microsoft SQL Server Management Studio, DaxStudio, Tabular Editor.

Cdiscount (E-Commerce)

avril 2021 – janvier 2022

Data Analyst et DataViz Power BI

Mission : Au sein de la direction de la marque Cdiscount, je suis intervenu en tant que Lead Data Analyst au sein d'une équipe de 5 personnes « études & médias » qui gère l'achat de media planning et les achats publicitaires.

Réalisation:

1. Traitement et analyse des données de recherche sur les médias :

- Récupération des fichiers bruts auprès des instituts et qualification des données.
- Etudes sur les images de marque, entre Cdiscount et concurrents, forces et faiblesses par rapport aux autres acteurs, évolutions par rapport aux concurrents, évaluation du marché.
- Extraction des points clés des données et proposition de recommandations d'action.
- Manipuler des données « excel », des graphiques et trier les données afin d'avoir les bons éléments.
- Présentation des résultats, esprit de synthèse, esprit de reporting.

2. Section de l'analyse globale : Planification du rendement des médias et rapports :

Mehdi AFFES – Data Analyst
mehdi.affes1992@gmail.com
0752563387

- Différentes sources de données selon les canaux, les tableaux, les rapports.
- Budget utilisé pour chaque média, ventilé par jour.
- Rapports de performance basés sur les campagnes, intégration avec Salesforce.
- Rattrapage des données historiques.
- Intégration des données.

Résultat:

1. INVESTIR LE MARCHÉ DES MÉDIAS

- Comparaison des investissements du S1 2021 au S1 2020.
- Focus sur les pure players : Amazon + Backmarket + Manomano + Leroy Merlin + Rakuten + Showroom privé + Veepee + Cdiscount.
- Focus par marché 1 : DIY = Castorama + Manomano + Leroy Merlin.
- Focus by market 2: Furniture/decoration = Ikea + Maison du Monde + Conforama + La Redoute.
- Tendances d'investissement sur le marché dans son ensemble.
- Tendances de l'investissement par les médias.
- Evolution par période (T1 / T1 + T2; par mois; par semaine).
- Présentation de ces éléments et conclusion avec Learnings.

2. SUPPORT DU TABLEAU DE BORD

- Même type d'analyse effectué que ci-dessus mais cette fois basé uniquement sur le Cdiscount avec les montants réels (vs les données Kantar qui sont des données brutes de marché).

Méthodologie : Scrum.

Environnement technique : Power BI Desktop, Power BI Server, MS Excel, Microsoft SQL Server Management Studio.

General Mills (Agroalimentaire)

mars 2020 – mars 2021

Data Analyst et DataViz Tableau Software

Mission : Au sein du département E-commerce, la mission visait à créer un tableau de bord « eCommerce Retail Digital Media » pour la France, le Royaume-Uni et l'Australie, qui permet de mesurer la performance des campagnes marketing via des KPI définis, du ROI, du ROAS, de l'évolution des ventes et de l'évolution des parts de marché.

Réalisation:

1. Mapping :

- Mapping de tous les leviers du eCommerce Digital Media : par revendeurs et agences.
- Mapping de tous les types de recherches payantes disponibles par détaillant.
- Mapping de toutes les données disponibles pour chaque levier (agences, revendeurs et outils internes) et coûts.
- Suivi des agences et revendeurs sur la disponibilité et les formats des données fournies.
- Mettre en évidence toutes les possibilités de test et d'apprentissage.
- Cartographie des médias numériques pour General Mills au Royaume-Uni et en Australie (effets de levier du commerce de détail, disponibilité des données et opportunités).

2. Analyse:

Mehdi AFFES – Data Analyst
mehdi.affes1992@gmail.com
 0752563387

- Définissez les KPI d'activation avec l'équipe Marketing & Ecommerce.
- Harmoniser la méthodologie de mesure des KPI d'activation avec l'équipe Marketing et E-commerce.

3. Tableau de bord:

- Créez un tableau de bord e-Retail Digital Media évolutif pour tous les KPI d'activation.
- Rassemblez et structurez toutes les données disponibles pour l'activation F18/F19/F20.
- Alignez le tableau de bord sur General Mills UK et Australie.

4. eRDM Play book :

- Partagez l'apprentissage sur une sorte de manuel.

Participation:

- Réunion quotidienne avec l'équipe de données.
- Réunion hebdomadaire avec l'équipe E-commerce.
- Réunion mensuelle avec l'équipe du Royaume-Uni et de l'Australie.
- Présentation mensuelle sur l'avancement de l'outil.

Résultat :

- Développement d'un outil de commerce électronique pour les médias numériques pour chacun des trois pays.

Méthodologie : Scrum.

Environnement technique : Tableau Server, Tableau Desktop version 2020.2.9, MS Excel, Microsoft SQL Server Management Studio, Nielsen.

SOFTCORP (Société de conseil)

janvier 2019 - février 2020

Data Analyst et DataViz

Synthèse :

Participation et intervention au niveau digital, suite à la mise en place d'un nouvel outil de gestion des ressources de l'entreprise, au sein de la DRH du groupe et dans un contexte de forte transformation.

Réalisation:

- Formalisation des nouveaux besoins de l'équipe RH.
- Identification des données sources dans le SI.
- Traitement, organisation et structuration des données.

- Participation à la définition des KPI et à l'automatisation des indicateurs RH et des tableaux de bord.
- Création de statistiques descriptives sous forme de graphiques adaptés.
- Evolution de l'outil de simulation budgétaire (Payroll, URSSAF, Payroll, ...) et recette avec la Clé Utilisateurs.
- Accompagnement au déploiement d'outils d'aide à la décision, en lien avec d'autres équipes comptables et ressources humaines, et à la production.

Participation:

- Extraction des résultats sous forme de rapports optimisés.
- Présentation mensuelle de l'état d'avancement des données traitées.

Résultat:

- Elaboration de tableaux numériques utiles à la préparation du budget et à l'aide à la décision.
- Rapports de situation et analyse quantitative.

Méthodologie : Scrum.

Environnement technique : Java JEE, Redmine, SQL, Excel, PowerPoint, Tableau, SQLServer.

Novo Nordisk (société pharmaceutique)

septembre 2016 – décembre 2018

Data Analyst

Mission:

- Évaluation et mesure du ROI des campagnes marketing.
- Optimisation et prévision du budget marketing.
- Outils d'aide à la décision et d'analyse pour la performance des campagnes.

Réalisation:

- Collecte et formalisation des besoins du client.
- Rédaction de DFS.
- Identification des données sources.
- Collecte de données (SQL).
- Planification et structuration des données.
- Constitution des variables nécessaires.
- Identification de variables dépendantes et indépendantes.
- Quantification des impacts sur les variables marketing.
- Normalisation des données et saisonnalité.
- Corrélations des variables avec R Studio.
- Statistiques descriptives avec SAS Base.
- Modélisation de régression multiple sur des variables significatives.
- Construction d'un modèle prédictif.
- Visualisation des résultats avec MassTer (Mass Analytics).
- Simulations de scénarios et validation de modèles.

- Création de rapports avec MassTer.

Participation:

- Réunion de suivi hebdomadaire avec le chef d'équipe.
- Présentation mensuelle de l'avancement et des données traitées.

Résultat:

- Rapport visant à établir des recommandations stratégiques.
- Rapport détaillé indiquant clairement quel canal de marketing est productif.
- Rapport détaillé sur les actions marketing à mener pour booster les ventes du client.
- Résolvez rapidement un problème complexe lié au manque de données client importantes.

Méthodologie : Scrum.

Environnement technique : SQL, Excel, SAS, R studio, MassTer, Tableau Server, Tableau Desktop