



OFFRE D'EMPLOI

Data & Insight Marketing Analyst (H/F) - CDI

NOTRE ENTREPRISE

Le Toulouse Football Club, détenu depuis juillet 2020 par Redbird Capital Partners, est un club de Football créé en 1937.

En moins de 4 ans, le Club a remporté le Championnat de France de Ligue 2 BKT 2021-2022 ainsi que la Coupe de France 2022-2023 et a participé à l'UEFA Europa League avec des victoires marquantes (Liverpool au Stadium notamment) et un 1/8^{ème} de finale contre le Benfica Lisbonne.

La saison dernière le club a terminé 9^{ème} de Ligue 1 McDonald's.

NOTRE VISION

Nous construisons le Club qui fait vibrer Toulouse et toute l'Occitanie.

Nous assumons de faire les choses différemment en misant sur l'innovation et la créativité.

Nous sommes exigeants avec nous-mêmes : soit nous faisons bien, soit nous ne faisons pas.

VOS MISSIONS & RESPONSABILITES

En tant que **Data & Insight Marketing Analyst**, vous évoluerez au sein de l'équipe **Marketing & Digital** du Club, et serez placé(e) **sous la responsabilité de la Digital Manager**.

Vous évoluerez dans un **environnement stimulant** au sein d'un club sportif professionnel **en pleine croissance, avec des interlocuteurs variés**.

Vous exercerez les **missions** suivantes :

1. Stratégie et gouvernance de données

- **Définir et piloter** la stratégie data business globale du club en alignement avec la stratégie marketing et digitale.
- **Cartographier** l'écosystème digital du club et identifier les opportunités d'optimisation.
- **Sécuriser et documenter** les flux de données (data lineage, qualité, conformité RGPD).
- **Forces de proposition** pour l'amélioration des outils, processus et approches data au sein du club.

2. Architecture & ingénierie de la donnée

- **Garantir la connexion et l'intégration** des différentes sources de données (CRM, billetterie, merchandising, partenaires) au sein de **l'écosystème digital** (Data Lake AWS, CDP, Marketing Automation, SSO, sites web) en collaboration avec l'équipe IT.
- **Concevoir et maintenir** des pipelines ETL/ELT robustes (collecte, nettoyage, transformation).

- **Créer et maintenir un référentiel client unique** dans le **Data Lake AWS**, en structurant les données clients (360°) pour une activation marketing ciblée.
- **Intégrer et qualifier** les données partenaires (2nd party et 3rd party data).
- **Sélectionner et configurer les outils technologiques** adaptés aux besoins métiers (ex : CDP, outils d'activation marketing).

3. Analyse & modélisation

- **Collecter, structurer et analyser** les données issues de multiples sources pour produire des insights actionnables pour les équipes opérationnelles.
- **Créer des modèles prédictifs** pour :
 - Anticiper les comportements clients (churn, upsell, engagement).
 - Optimiser les performances commerciales (merchandising, billetterie).
 - Analyser les tendances de consommation (prix, produits, canaux).
- **Identifier des tendances, opportunités et axes d'amélioration** pour optimiser :
 - **Marketing** : Ciblage CRM, analyse des campagnes, impact des médias sur la billetterie et le merchandising.
 - **Ticketing** : Suivi de la fréquentation, ventes, engagement (taux de remplissage, segmentation).
 - **Merchandising** : Performance produits, pricing, comportements d'achat, profils clients.

4. Reporting & visualisation

- **Concevoir et maintenir des tableaux de bord interactifs (Power BI)** pour le suivi des KPIs Marketing et business (activations organiques/paid, ROI campagnes, engagement).
- **Développer des solutions de reporting automatisé** pour gagner en efficacité et réactivité (alertes, rapports dynamiques).
- **Vulgariser les analyses** (dataviz, storytelling) pour les rendre accessibles aux non-techniciens.

5. Vision client 360° et activation data

- **Participer à la définition des stratégies d'activation** (emailing, SMS, réseaux sociaux, partenariats) via une segmentation fine des fans.
- **Collaborer avec les équipes marketing** pour affiner les ciblage et mesurer l'impact des campagnes.
- **Proposer des recommandations stratégiques basées sur les données** (ex : optimisation des prix, personnalisation des offres).

6. Intelligence artificielle & innovation

- Contribuer **au développement, à l'amélioration et à l'évolution de l'outil d'intelligence artificielle développé en interne**, en participant à **la structuration des données, à l'optimisation des modèles, et à l'identification de nouveaux cas d'usage**.
- Piloter **en lien avec le service IT les évolutions de l'outil d'intelligence artificielle développé en interne** afin d'améliorer les capacités d'analyse, de prédiction et d'aide à la décision.

Dimensions du poste :

- Implication forte dans les projets stratégiques du club (maximisation des revenus, engagement des fans).
- Contribution à l'évolution des outils et méthodes d'analyse data au sein de l'organisation.
- Autonomie et proactivité pour proposer des initiatives créatrices de valeur.

NOTRE PROFIL IDÉAL

COMPÉTENCES TECHNIQUES :

- **Maîtrise des environnements Cloud et Data**
 - **AWS** : S3, Glue, Athena, Redshift, IAM
 - **SQL** : Requêtes complexes, optimisation, gestion de bases de données relationnelles.
 - **Python** : Pandas, NumPy, Scikit-learn, PySpark (pour le traitement et l'analyse de données à grande échelle).
 - **ETL/ELT** : Airflow, DBT ou équivalent (conception de pipelines en chargement incrémental)
- **CDP & Marketing Data**
 - **Connaissance d'une CDP** (Splio, Salesforce Data Cloud)
 - **Outils de tracking web** (GA4, GTM, pixels)
- **Visualisation et reporting**
 - **Power BI** : Création de tableaux de bord interactifs, DAX, intégration de données en temps réel.
 - **Excel avancé** : Tableaux croisés dynamiques, Power Query, macros VBA (un plus).
- **Analyse et modélisation**
 - Statistiques descriptives et prédictives (segmentation, régression, classification).
 - Capacité à transformer des données brutes en **insights actionnables**.

COMPÉTENCES TRANSVERSES :

- **Analyse et synthèse** : Esprit critique pour extraire des recommandations stratégiques des données.
- **Gestion de projet** : Capacité à piloter des projets data de bout en bout (méthodologies Agile/Scrum un plus).
- **Capacité à collaborer efficacement avec les autres services et départements du club**
- **Communication** :
 - Présentation claire des analyses aux équipes métiers et à la direction.
 - Vulgarisation des concepts techniques pour des non-experts.
 - Compréhension des enjeux des clubs sportifs (marketing, billetterie, merchandising, sponsoring).
 - Sensibilité aux tendances du marché (fan engagement, precision marketing, personnalisation).

FORMATION ET EXPÉRIENCE :

- **Formation** : Diplôme supérieur en **data science, statistiques, économie, gestion, finance ou ingénierie** avec une **spécialisation en analyse de données** (Bac +5)
- **Expérience** :
 - **Minimum 3 ans** en analyse de données, idéalement dans un environnement **sportif, événementiel ou e-commerce**.
 - **Expérience en CDP ou outils de marketing automation** (ex : Splio, Salesforce Marketing Cloud) est un **fort atout**.
 - **Expérience en modélisation prédictive** (segmentation RFM, scoring, churn) appréciée.
 - **Expérience confirmée** avec :
 - **AWS** (Data Lake, S3, Glue, etc.) et **Python** (Pandas, PySpark).
 - **Power BI** pour la création de rapports dynamiques.
 - **SQL** (requêtes complexes, optimisation).

VOTRE LIEU DE TRAVAIL

Bureaux administratifs du Toulouse Football Club.

LE CONTRAT PROPOSÉ

CDI – Dès que possible – Du lundi au vendredi.

LE NIVEAU DE RÉMUNÉRATION

Package fixe + variable : **entre 32K€ et 38K€ brut annuel** – À définir en fonction du profil et de l'expérience du/de la candidat(e).

Avantages :

- Accès au self du Centre de formation
- CSE
- Evènements Club

Candidature par mail à l'adresse suivante :

recrutement.marketing@toulousefc.com

Merci de communiquer un CV et une lettre de motivation en précisant l'intitulé de l'offre d'emploi dans l'objet du mail.

Nous croyons que la diversité est une chance, et nous nous engageons à traiter les candidatures sans considération de sexe, d'âge, d'origine, de handicap ou de conviction.