

TÉMOIGNAGES

«Pour une entreprise digitalisée, ... utiliser des outils digitaux permet d'automatiser certaines tâches à «non valeur ajoutée» comme la collecte et le traitement des données et ainsi, de dégager du temps pour l'élaboration de rapports et l'analyse de toutes ces données ... Or, dans un monde qui change tout le temps, c'est l'analyse des données qui sauve l'entreprise.»

Vanessa Torrekens, directrice chez Deloitte, Alessandro Zayas-Garcia, consultant chez Deloitte.

«Chaque point de contact avec le client va générer de la data et ce, même si ce point de contact est en dehors de l'univers digital. Une des grandes missions du marketeur est de pouvoir capitaliser sur les données de la manière la plus éthique possible pour construire une proposition unique et positionner l'entreprise ou la marque de manière à amener des clients et les satisfaire»

Hugues Villeret Head of group digital marketing activation at Etex – Data Week 2020

«Le volume de données à traiter par une entreprise double en moyenne tous les 18 mois. Ce n'est donc pas étonnant que la grande majorité des marketeurs considèrent que le marketing a davantage changé depuis 2012 que lors des 50 dernières années. Nous pouvons capter une quantité énorme de données mais ce qui est plus rare, c'est la capacité à l'exploiter et surtout à la rendre opérable. La data doit être au centre des décisions stratégiques tout en la captant de manière transparente et consentante.»

Michel d'Urso Freelance Digital Strategist / COO at Reed.be

GRILLE DES COURS

BACHELIER DE SPÉCIALISATION EN BUSINESS DATA ANALYSIS

Cours	Crédits
Aspects juridiques, éthiques et déontologiques et sécurité des systèmes d'information <ul style="list-style-type: none">• AA : Aspects juridiques, éthiques et déontologiques• AA : Principes de base de sécurité des données et des systèmes d'information	5
Fondements de la Data Analysis et enjeux dans l'entreprise	5
Data Visualization	5
Exploitation et modélisation des bases de données (BD + logiciels)	5
Extract, Transform & Load et Datawarehousing <ul style="list-style-type: none">• AA : Extract, transform & Load• AA : Datawarehousing	5
Statistiques et Data Mining <ul style="list-style-type: none">• AA : Statistiques inférentielles• AA : Data mining	10
Data Analysis (Gestion de projets)	5
Interprétation et exploitation des données en Business Intelligence	5
Épreuve Intégrée de la section	15
Total	60



INFOS ET INSCRIPTION

Coordination du bachelier de spécialisation :

Philippe Van Goethem

philippe.vangoethem@henallux.be



< HENALLUX OU ESA >



BACHELIER DE SPÉCIALISATION EN

BUSINESS DATA ANALYSIS

EN 1 AN À HORAIRE DÉCALÉ

L'ANALYSE DE DONNÉES : UNE ARME EFFICACE POUR RENFORCER SA COMPÉTITIVITÉ

Prendre une décision, cibler une campagne marketing, rentabiliser une application, prévoir, investir, organiser... tout passe désormais par la collecte, la gestion et l'interprétation efficace des données collectées par l'entreprise.

UNE ANNÉE POUR RELEVER CE DÉFI !

Face aux différentes évolutions numériques et aux nouveaux modes de management, les besoins des entreprises changent. Pour y répondre et proposer des collaborateurs capables de comprendre, de gérer et d'utiliser les informations disponibles ainsi que les technologies liées, l'Hénallux et l'ESA organisent une année de spécialisation en Business Data Analysis.

En un an, vous :

- apprendrez à identifier les données pertinentes pour l'entreprise ;
- pourrez les collecter, les traiter et les interpréter au service de sa stratégie ;
- serez entraînés à présenter avec conviction ces informations afin d'aider les décideurs dans leurs choix.

À QUI S'ADRESSE CE BACHELIER ?

Aux frontières du marketing, de la finance et de l'informatique, la formation se veut résolument pratique et accessible à tous ceux qui devront orienter la stratégie de l'entreprise.

Organisé en horaire décalé, ce bachelier de spécialisation d'un an est proposé aussi bien aux étudiants à temps plein qu'aux professionnels qui souhaitent parfaire leur formation ou donner une nouvelle orientation à leur carrière.

QUELQUES DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Business Data Analyst

Il analyse de manière très pointue des données massives afin de répondre à l'ensemble des besoins stratégiques de l'entreprise. Ses compétences en business et sa maîtrise technique font de lui un profil très recherché.

Chief Data Officer

Il pilote la stratégie digitale de l'entreprise. Il s'assure de la qualité et de la pertinence des données récupérées pour qu'elles soient exploitables. Les qualités requises sont business, statistiques et techniques : cette multiplicité des compétences fait de lui une perle rare !

Marketing Data Analyst

Il est expert en analyse statistique. Il identifie les statistiques clés du marché et les indicateurs de performance utiles. Ensuite, il interprète les résultats et oriente la stratégie marketing de l'entreprise.

Digital Brand Manager

Il est chargé de veiller à la réputation numérique de la marque. Il met en œuvre les outils destinés à l'évaluation de l'impact des campagnes sur le Web. Il conçoit des méthodologies à appliquer dans les médias sociaux pour valoriser la marque.

De manière générale, cette formation renforcera les compétences de nombreuses fonctions où la prise de décisions est facilitée grâce aux prévisions faites via l'analyse de données (secteur touristique, logistique, politique, secteur médical, ingénierie...).

Autres fonctions clés : Responsable de données cliniques, Quality Data Manager, Data Scientist, Responsable de données CRM, Risk Manager, Data Scientist Consultant, ...

COMMENT S'ORGANISE LA FORMATION ?

La formation est proposée en horaire décalé, deux soirs par semaine de 18h à 21h et les samedis matins de 8h30 à 13h. Les cours sont assurés sur deux implantations namuroises facilement accessibles :

L'Hénallux-IESN
Rue Calozet 19 – 5000 Namur

et **l'École Supérieure des Affaires**
Rue du Collège 8 – 5000 Namur

Les cours sont répartis en 4 pôles :

1. Un pôle introductif

Ce pôle vous permettra :

- d'identifier les problématiques auxquelles l'entreprise est confrontée ;
- d'identifier les indicateurs utiles à leur résolution ;
- d'analyser les données nécessaires à la prise de décision ;
- d'acquérir les bases juridiques indispensables pour agir dans un cadre légal et dans le respect des droits fondamentaux de chaque individu.

2. Un pôle data

Ces cours vous apprendront comment concrètement :

- distinguer les différents types de données ;
- organiser leur collecte et leur exploitation grâce à des logiciels dédiés. Ils vous permettront d'analyser la demande de l'entreprise et de déterminer quelles ressources mobiliser ;
- présenter les données de façon claire et facilement actualisable.

3. Un pôle statistique

- Vous apprendrez à maîtriser des outils d'analyse statistique des données que vous observerez sous différents angles et que vous mettrez en relation. C'est cette analyse qui permettra à l'entreprise de prendre des décisions financières, stratégiques et de mieux comprendre sa clientèle.

4. Un pôle business

- Très concrètement, les données récoltées et analysées vont déboucher sur des recommandations. Par votre compréhension des besoins concrets de l'entreprise, vous apprendrez à les formuler de façon critique, synthétique et compréhensible afin d'aider à la prise de décision.
- Un projet réel vous sera soumis, dans le cadre duquel vous devrez mettre en jeu l'ensemble des connaissances de la formation. Ce module se terminera par un travail de fin d'études qui témoignera de votre capacité à produire un rapport circonstancié et critique ainsi qu'à le défendre oralement.