

# Panorama des métiers du digital **en 2023**



# Édito

Le numérique est un secteur dynamique et en pleine expansion, boosté par la digitalisation des entreprises post-Covid et le développement permanent de nouvelles technologies. Il présente une multitude de métiers, aussi passionnants et enrichissants les uns que les autres, avec des expertises propres et des enjeux à relever en 2023. Les opportunités offertes dans le digital sont légion, avec des postes à pourvoir actuellement dans tous les types de structures (startups, TPE/PME, ETI, ESN, grands groupes...), et tous les secteurs d'activité.

S'il est nécessaire de se former pour acquérir les compétences techniques indispensables, les métiers du digital sont ouverts à tous, quelle que soit votre expérience passée. Vous pouvez en effet vous orienter dans ce domaine mais aussi vous reconverter, en démarrant un nouveau projet professionnel ou en ajoutant une brique digitale à votre savoir-faire. Le plus : le numérique vous permet d'évoluer vers davantage de responsabilités ou en vous spécialisant sur une technologie spécifique, par exemple. Avec de nombreuses professions en tension, vous bénéficiez aussi de rémunérations attractives dans la plupart des disciplines, en particulier dans la tech.

Nous vous proposons de vous plonger dans cette galaxie des métiers du digital : du webmarketing à la cybersécurité, en passant par le community management, le SEO et le SEA, l'e-commerce, mais aussi le développement web, la data, le design, la conception de jeux vidéo... Si ces fonctions sonnent creux et vous font l'effet d'une nébuleuse, aussi confuse qu'imprécise, nous vous invitons à tourner la page pour découvrir notre cartographie de cet écosystème, réparti en 2 grandes catégories : le marketing (en bleu) et la tech (en noir). Chaque métier est suivi d'une présentation courte (rôle, objectifs, principales missions et salaires\*), avec un focus sur :

- le métier de community manager,
- le métier de chargé de transformation digitale,
- le métier de développeur web,
- le métier d'expert en sécurité digitale.

Ce guide a été conçu en partenariat avec 4 écoles et organismes de formation reconnus du numérique : [Aston École Informatique](#), [Efrei](#), [ifocop](#) et [O'clock](#). Nous tenons à remercier chaleureusement les directeurs, intervenants, partenaires, formateurs et étudiants pour leur participation !

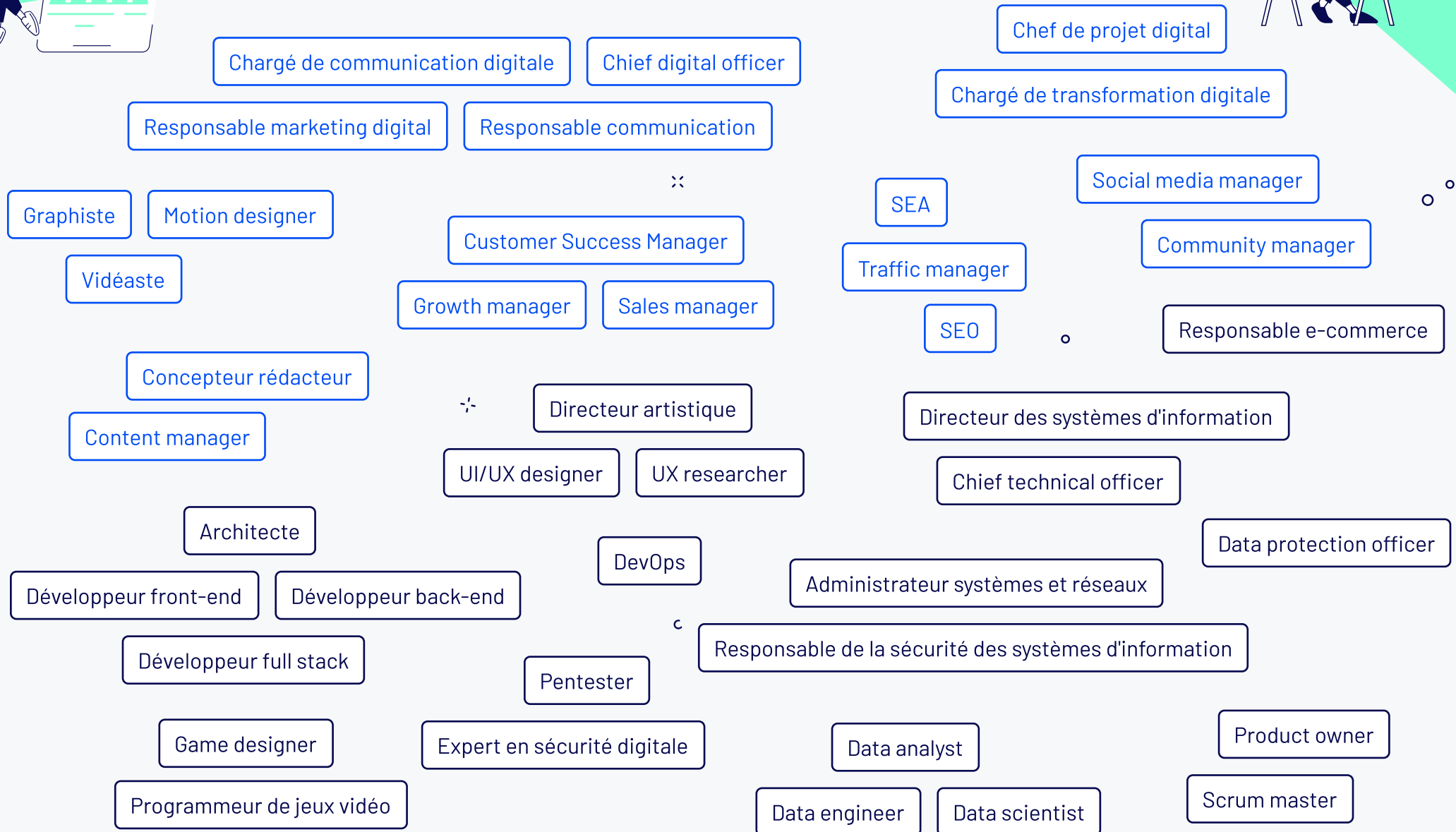
Nous espérons que notre guide vous aidera à y voir plus clair et répondra à toutes vos questions. Notre objectif : vous accompagner dans la construction de votre projet professionnel, pour vous épanouir et trouver la voie qui vous correspond le mieux.



\*Les salaires mentionnés sont exprimés en bruts annuels et se basent sur les rémunérations observées à Paris. Sources : [le guide des salaires 2023 dans l'IT et le digital de Robert Half](#), [l'étude de rémunérations 2023 de PageGroup](#), [l'étude des salaires 2022 de Silkhom](#) (informatique, électronique, digital) et [le référentiel des métiers du jeu vidéo du SNJV](#) (Syndicat national du jeu vidéo).

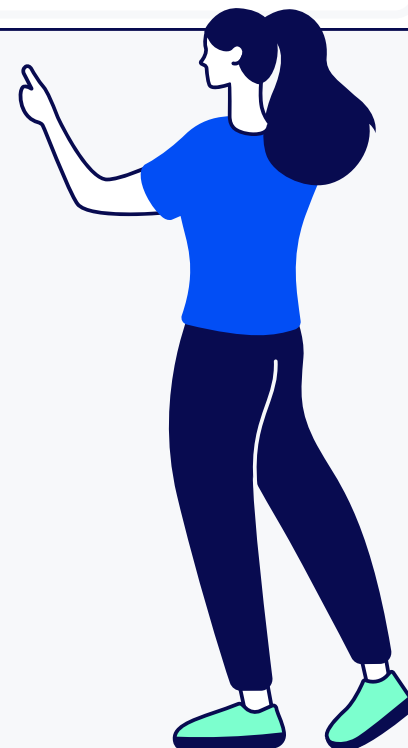


# Cartographie des métiers du digital





# Métiers du marketing



## Responsable marketing digital

Le responsable marketing digital conçoit la stratégie de son entreprise ou de ses clients et la met en place sur les différents canaux. Son objectif : améliorer la visibilité de la marque auprès de sa cible et générer davantage d'interactions avec les consommateurs. Pour cela, il crée de nouveaux produits et services digitaux et en coordonne le développement. Ses autres missions : analyser le ROI des opérations et actions marketing déployées, manager ses équipes (internes, externes), et réaliser une veille sectorielle, stratégique et concurrentielle.

### Son salaire :

de 45 000 € pour un profil junior  
à 85 000 € pour un profil senior.

## Responsable communication

Le responsable communication définit et dirige la stratégie de communication interne et/ou externe de son entreprise. Son objectif : valoriser et promouvoir l'identité et les valeurs de la société à travers la mise en place d'actions et la gestion d'outils de communication qu'il coordonne, tout en gérant les relations et partenariats extérieurs. Son rôle est central et stratégique car il représente l'intermédiaire principal avec les médias et les consommateurs. Il est en lien direct avec de nombreux métiers autour de la création visuelle et de contenu : rédacteur web, community manager, graphiste...

### Son salaire :

de 40 000 € pour un profil junior  
à plus de 60 000 € pour un profil senior.

## Chargé de communication digitale

Le chargé de communication digitale déploie la stratégie de son entreprise ou de son client sur le web et les réseaux sociaux. Son objectif : améliorer l'image de marque de son organisation face à la concurrence, garantir son e-réputation et son référencement sur les moteurs de recherche, en mettant en œuvre les actions de communication digitale pour répondre aux objectifs fixés. Parmi ses missions, on retrouve la production de contenus, la gestion du site web, la mesure des résultats, mais aussi, en fonction de son périmètre, la réalisation de campagnes publicitaires ou l'animation des communautés.

### Son salaire :

de 26 000 € pour un profil junior  
à 50 000 € pour un profil senior.



## Chief digital officer

Le chief digital officer (CDO), qui peut aussi être désigné comme head of digital, directeur de la stratégie digitale ou du numérique, est le garant de la transformation digitale de son entreprise (TPE/PME, grand groupe) ou de ses clients. Son objectif : définir et piloter la stratégie digitale pour transformer les processus de son organisation et en optimiser les performances grâce aux nouvelles technologies. Il insuffle ainsi la culture du numérique dans tous les services de son entreprise.

### Son salaire :

de 60 000 € pour un profil junior  
à 150 000 € pour un profil senior.

## Chef de projet digital

Le chef de projet digital orchestre les différents projets web qui lui sont confiés. Son objectif : piloter et coordonner la réalisation de projets digitaux (création ou refonte de site web, vitrine ou e-commerce, applications mobiles, objets connectés...) pour développer la notoriété de sa marque ou de ses clients. Il identifie les besoins, définit le cahier des charges et organise les différentes étapes jusqu'à leur réalisation, en respectant le budget alloué et le temps imparti. Il est amené à travailler avec différents métiers, comme des développeurs, graphistes, rédacteurs ou référenceurs.

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior  
à 60 000 € pour un profil senior.

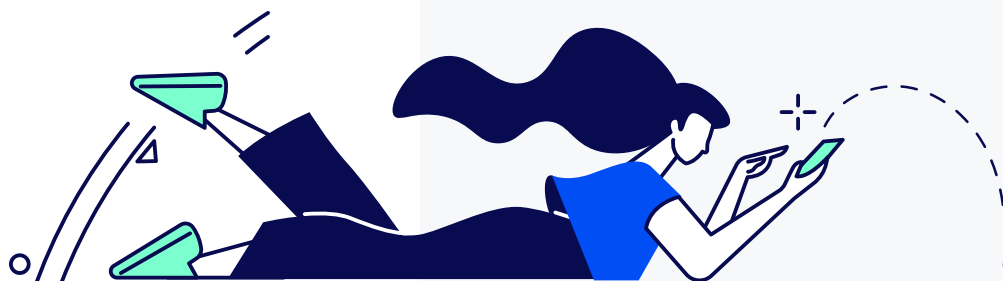
## Chargé de transformation digitale

Le chargé de transformation digitale accompagne les entreprises dans la digitalisation de leurs processus. Son objectif : créer de la valeur, améliorer la relation ainsi que l'expérience client, mais aussi optimiser le travail des collaborateurs en interne. Il analyse l'organisation de son entreprise pour en dégager des solutions innovantes et efficaces, sur le plan technique et technologique, à adapter au sein de chaque département. Fonction transverse, sa parfaite connaissance de l'écosystème du digital lui permet d'identifier des leviers d'actions, et ses qualités managériales l'aident à fédérer des équipes sur la voie de la transformation digitale de l'entreprise.

Voir page suivante.

### Son salaire :

de 40 000 € pour un profil junior  
à 65 000 € pour un profil senior.





## Chargé de transformation digitale, une profession qui allie un savoir-faire technique et managérial

*En quoi consiste le métier de chargé de transformation digitale, quels sont ses enjeux à relever en 2023 et les principales compétences à maîtriser ? Les réponses avec une enseignante et un étudiant de l'Efrei.*

### **La RSE et l'impact environnemental au cœur des enjeux de la transformation digitale en 2023**

La digitalisation, qui touche désormais toutes les organisations quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité, a pour objectif d'améliorer la qualité de la relation et de l'expérience client. En 2023, les entreprises vont devoir relever de multiples enjeux pour répondre aux besoins du marché et attirer davantage de clients. Parmi les défis et les perspectives d'évolution qui les attendent, on peut notamment citer la symétrie des attentions (satisfaction des clients et des employés), mais aussi les problématiques liées à la responsabilité sociétale (RSE) et environnementale des entreprises, qui devraient prendre de l'ampleur dans les mois à venir.

Créer un climat de confiance dans l'environnement numérique est crucial, notamment lorsqu'il s'agit de protéger des données personnelles. Sans quoi, certaines parties prenantes pourraient être réticentes à s'engager dans cette voie, ce qui entraverait l'économie de l'entreprise et ralentirait l'innovation. Ce sujet prend d'autant plus d'importance que le partage des données personnelles se développe avec l'utilisation massive d'Internet, des réseaux sociaux et des objets connectés, explique Camille Potier, enseignante à [l'Efrei](#).

Parmi les solutions à mettre en place pour limiter l'impact environnemental des outils numériques utilisés dans le cadre du processus de transformation digitale, l'écoconception des produits et services ainsi que le développement des technologies associées, avec notamment l'analyse et le partage des données en temps réel, représentent de belles opportunités pour les entreprises.

Le smart grid est un exemple phare : ce système intelligent de distribution d'énergie électrique adapte automatiquement la production à la demande, favorisant ainsi une consommation raisonnée des ressources, poursuit Camille Pottier.

## Une double compétence technique et managériale essentielle pour conduire des projets digitaux

Pour accompagner les organisations à relever ces défis, le

chargé de transformation digitale joue un rôle majeur, avec l'objectif d'améliorer la chaîne de valeur, de la relation avec les clients et les fournisseurs jusqu'aux opérations de marketing, en passant par la qualité des produits et des services proposés. L'enseignante de l'Efrei, l'école qui forme les jeunes talents à appréhender les enjeux liés à la transformation digitale, nous détaille concrètement les principales missions de ce poste :

- **L'amélioration de la relation et de l'expérience client**, en se basant sur les données personnelles fournies par le client mais également en utilisant les nouvelles technologies, qui permettent de créer une plus grande proximité et de tisser un lien de confiance avec les clients (réseaux sociaux, CRM...),
- **L'optimisation du travail des collaborateurs**, à travers la mise en place des plateformes de partage et d'échange pour favoriser une meilleure communication interne (service de messagerie d'entreprise comme Microsoft Teams ou Slack) ainsi que des systèmes d'automatisation afin de limiter le risque d'erreur et les tâches répétitives.

Des compétences à la fois techniques et managériales sont nécessaires pour celles et ceux souhaitant s'orienter dans cette voie. Si le travail en équipe représente une qualité devenue indispensable pour les collaborateurs, le métier de chargé de transformation digitale repose sur 3 piliers : l'analyse, l'adaptation et l'innovation.

La double compétence de ce chef d'orchestre permet, sur le long terme, de créer une meilleure cohésion d'équipe mais surtout d'avoir une vision plus juste et cohérente sur l'ensemble des projets et missions à mener, en vue de répondre à la stratégie de développement de l'entreprise, souligne Camille Potier.



Un constat partagé par Alexandre Brillard, étudiant en 2e année du master spécialisé en marketing digital et management à l'Efrei, et chef de projet en alternance au sein du groupe L'Oréal :

« Il est nécessaire d'avoir une certaine connaissance des différents métiers avec lesquels nous sommes en lien : développeur, graphiste, consultant, etc. Par ailleurs, il faut aussi réussir à établir les besoins, fixer un budget, et définir les étapes du projet dans un temps restreint. Ce poste exige aussi d'être capable de coordonner le travail des différents interlocuteurs avec qui nous réaliserons le projet. Pour cela, les compétences relationnelles sont pour moi au moins aussi importantes que les compétences techniques. Il faut être organisé, rigoureux, mais surtout savoir faire face aux imprévus en s'adaptant constamment aux aléas qui pourraient entraver l'avancement du projet. »

## Une formation complète pour monter rapidement en compétences

C'est pour répondre à ce besoin de double compétence que l'Efrei vient de lancer le [bachelor management & stratégie digitale](#). Il permet aux apprenants d'acquérir des connaissances à la fois en IT (45 %), en management (30 %) et des soft skills (25 %). Car le seul savoir-faire technique n'est plus suffisant aujourd'hui pour être capable de conduire des projets digitaux, et répondre aux besoins des entreprises qui recrutent ce type de profil pluridisciplinaire.

« L'avantage de suivre une formation digitale, dans une école d'ingénieurs comme l'Efrei, est avant tout de pouvoir baigner dans un univers où le numérique est omniprésent. La devise de l'école « techno first » nous montre tout de suite la culture qui y réside, précise l'alternant. »

En plus de pouvoir se démarquer sur le marché grâce à cette double compétence, les étudiants de l'Efrei bénéficient de nombreux avantages, tels que la réalisation de projets et la possibilité de diriger des équipes, mais aussi la participation à des événements, des hackathons, à des associations dans de nombreux domaines du digital (robotique, création 3D, intelligence artificielle...), à des sessions d'initiation au développement ou encore à la cybersécurité.

« L'Efrei propose un juste milieu entre théorie et pratique, grâce à des partenariats tissés avec des entreprises de divers secteurs technologiques, et des intervenants passionnés par leur métier qui n'hésitent pas à partager leurs conseils et leurs bonnes pratiques. C'est un point essentiel qui permet de devenir plus rapidement opérationnel et favorise l'employabilité de nos étudiants, conclut l'enseignante. »

Devenir chargé de transformation digitale avec l'Efrei

## Social media manager

Le social media manager conçoit la stratégie d'une entreprise sur le web et les réseaux sociaux. Si son périmètre est globalement similaire à celui du community manager, son rôle est davantage stratégique grâce à sa connaissance pointue de son audience, du marché et de la concurrence. Son objectif : gérer et développer la visibilité d'une marque en ligne, veiller à son e-réputation, tout en répondant aux attentes de ses utilisateurs. Différents leviers d'actions sont à sa disposition : de la publication de contenus à l'optimisation du référencement, en passant par la fidélisation des clients ou la gestion des influenceurs.

### Son salaire :

de 30 000 € pour un profil junior  
à 70 000 € pour un profil senior.

## Community manager

Le community manager anime les communautés autour d'une marque. Son objectif : fédérer de nouveaux membres et fidéliser les abonnés en mettant en avant les valeurs, les produits ou services de son entreprise ou de ses clients, en fonction des objectifs fixés. Pour cela, il produit du contenu (textes, visuels, vidéos, audio), échange avec les utilisateurs sur les plateformes sociales (Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook...). Il exerce une veille permanente pour soigner la e-réputation de son organisation et développer sa notoriété, tout en surveillant la concurrence et en modérant les propos négatifs pour éviter les situations de crise.

Plus de détails page suivante.

### Son salaire :

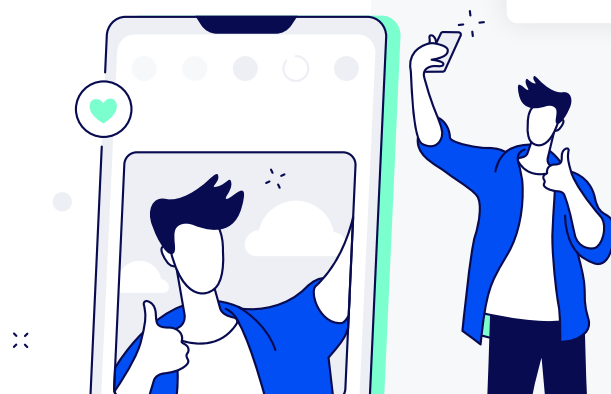
de 30 000 € pour un profil junior  
à 70 000 € pour un profil senior.

## Content manager

Le content manager est le garant des contenus numériques d'une marque, qu'il crée, organise, planifie et diffuse sur le web et les réseaux sociaux, en fonction de la stratégie éditoriale de son entreprise ou des besoins de ses clients. Son objectif : proposer des publications adaptées et efficaces, afin de toucher son public cible et transformer son audience en prospects ou clients. Il gère tout type de contenu : articles, emailings, newsletters, vidéos, infographies, visuels... Il peut évoluer en tant que brand content manager pour valoriser l'image de marque d'une entreprise et développer sa visibilité par le contenu.

### Son salaire :

de 32 000 € pour un profil junior  
à 60 000 € pour un profil senior.





# Community manager : les réseaux sociaux indispensables à maîtriser en 2023

*L'animation des communautés sur les plateformes social media représente une part essentielle des missions réalisées par le community manager. Décryptage avec une formatrice et une jeune diplômée d'ifocop.*

## L'importance d'animer la communauté d'une marque sur les réseaux sociaux

Le community manager (CM) se caractérise par son rôle polyvalent, qui l'amène à réaliser différentes tâches au quotidien. Ses missions sont variées et peuvent aller de la production de contenus (texte, photo, vidéo) jusqu'à l'analyse des résultats obtenus, en passant par de la veille sur sa marque et son secteur d'activité. Au cœur du rôle du CM figurent également la gestion et l'animation des communautés sur les plateformes où la marque est présente, afin de soigner son image dans le cadre de sa stratégie digitale.



*L'objectif principal d'une marque sur les réseaux sociaux est d'augmenter sa notoriété, sa visibilité,*

*d'élargir sa clientèle, de créer un véritable lien avec des clients et d'améliorer son image. C'est à ce titre que le travail du community manager est important pour ces marques, explique Emmanuelle Estrade, intervenante et tutrice pour la formation CM enseignée par [ifocop](#).*

Pour cela, il est recommandé de publier régulièrement sur les différents canaux et d'interagir avec ses abonnés, pour faire vivre sa marque et avoir une présence active sur les réseaux sociaux.



*Dialoguer et partager avec ses abonnés peut nous permettre de mieux contrôler l'e-réputation de sa marque, et renforcer le lien de proximité avec sa communauté. Cela passe par les remerciements, les solutions apportées à une réclamation, les réponses aux interrogations de ses clients, la transmission de la personnalité de marque, de ses valeurs... et bien d'autres encore, précise Clara Lourenço Ferreira, chargée de communication 360 et community manager, diplômée d'ifocop en alternance.*

Autres avantages : garder le contact avec sa communauté permet aussi de fidéliser ses clients, renforcer la crédibilité de la marque, mais aussi le sentiment de considération auprès de ses cibles ainsi que le capital sympathie générale de l'entreprise. Pour Clara Lourenço Ferreira, la recette gagnante pour réussir à animer la communauté de sa marque repose sur 3 critères :

- De la transparence dans les contenus partagés,

- De l'authenticité à travers les différentes prises de parole,
- Et toujours un peu d'originalité pour se démarquer de la concurrence.

## **TikTok, Instagram et LinkedIn : les plateformes clés des community managers en 2023**

Alors que les formats courts et la vidéo sont de plus en plus plébiscités par les utilisateurs, les professionnels du social media doivent être capables de proposer des contenus impactants, engageants, allant à l'essentiel, à travers une expérience la plus immersive possible pour leur communauté. L'objectif : réussir à capter l'attention de leur audience afin de délivrer les messages forts de la marque, en fonction des canaux les plus pertinents pour l'entreprise. Pour cela, il est nécessaire de maîtriser les codes des principaux réseaux sociaux utilisés par les clients et prospects, notamment TikTok, mais aussi Instagram et LinkedIn.

### **TikTok, le réseau n°1 à maîtriser en 2023 pour les marques**

Pour nos deux interlocutrices, TikTok, qui est de plus en plus intégré au sein des actions de marketing digital réalisées par les marques, devrait poursuivre son ascension en 2023. Ses formats courts et divertissants devraient continuer d'être poussés grâce à l'efficacité de son algorithme.



*La génération Z, et maintenant la génération alpha, ne sont plus des consommateurs classiques. Ils cherchent avant tout une expérience client / utilisateur, et c'est ce qu'apportent les réseaux sociaux. Je pense qu'aujourd'hui, on ne peut plus faire l'impasse*

*sur aucun réseau social. Et nous le voyons très bien avec l'émergence de TikTok depuis plusieurs années. Les marques, qui ont raté ce virage, ont un mal fou à rattraper le retard accumulé, analyse Emmanuelle Estrade.*

Les community managers devront ainsi puiser dans leur créativité en 2023, en vue de trouver des concepts originaux pour se démarquer, tout en suivant l'évolution des fonctionnalités proposées par la plateforme et sa cible, « *qui reste pour le moment assez jeune* ».

### **Instagram, toujours indispensable pour les marques, et LinkedIn, un canal à ne pas sous-estimer**

Le réseau social du groupe Meta, autrefois popularisé par les photos et les vidéos, se tourne lui aussi vers des formats plus courts. « *Instagram reste une vitrine intéressante pour une entreprise, qui souhaite communiquer par l'image et la vidéo. Les Reels devraient encore plus se développer dans les mois à venir, propulsés par les algorithmes* », précise Clara Lourenço Ferreira.

De son côté, LinkedIn poursuit son essor avec l'émergence de vidéos professionnelles de plus en plus partagées sur le réseau : prises de parole, storytelling, coulisses d'entreprise, via des publications régulières. « *Je pense que cela va aussi se poursuivre et se développer en 2023, avec une plateforme qui devrait être encore plus participative*, poursuit la CM. *Il sera intéressant de profiter de cela pour mettre en avant les employés par exemple.* »

Également à suivre en 2023 : la place importante du service client, et du S.A.V. des entreprises, via des plateformes numériques dédiées ou des réseaux existants, comme cela est déjà le cas sur Twitter, par exemple.

## **Une formation en alternance pour devenir community manager**

Vous souhaitez vous orienter vers ce métier riche et passionnant ? ifocop, l'organisme de formation professionnelle, propose une formation pour [devenir community manager](#). Vous y apprendrez les compétences techniques nécessaires, comme la maîtrise des codes des réseaux sociaux, mais aussi l'analyse de l'audience, la rédaction, la veille technologique et concurrentielle, ou encore la gestion de crise. Des soft skills sont également indispensables pour réussir dans ce domaine, telles que la curiosité, une bonne organisation ou encore la réactivité.

Afin de vous accompagner dans votre apprentissage, ifocop propose plusieurs formules, en centre avec 4 mois en entreprise, à distance en visioconférence avec 3 mois de stage, ou à distance en 100 % e-learning avec des ressources accessibles en ligne 24h/24.



*Les réseaux sociaux bougent sans cesse, on est donc la plupart du temps dans du test and learn. Durant toute la formation, un projet vous accompagne et permet de tester en grandeur nature tout ce que vous apprenez, c'est un double plus ! Premièrement, parce que vous mettez en pratique vos compétences, et deuxièmement, car le diplôme vous offre une véritable carte de visite pour votre recherche d'emploi, poursuit l'intervenante.*

Le plus du cursus enseigné par ifocop : l'alternance et les cas pratiques réalisés renforcent votre employabilité, en vous apportant une expérience significative sur ce poste.

Vous devenez également plus rapidement opérationnel et autonome en tant que CM, grâce à l'enseignement délivré par des professionnels en activité, « *qui connaissent la réalité du terrain et les évolutions du métier* », conclut la diplômée.

**Devenir community manager avec ifocop**

## Concepteur rédacteur

Le concepteur rédacteur conçoit les éléments textuels d'une campagne publicitaire pour tous les supports : presse, radio, télévision, web... Souvent associé au graphiste pour la partie visuelle et au chef de publicité, il imagine et retranscrit à travers des mots le brief ou le plan de communication de son entreprise ou de ses clients. Son objectif : trouver le slogan ou la formule choc pour valoriser l'image de la marque et faire la promotion de ses produits et services auprès des consommateurs. Son travail de veille lui permet de rester à l'écoute des tendances et des évolutions de la société.

### Son salaire :

de 25 000 € pour un profil junior  
à 42 000 € pour un profil senior.

## SEO

Le SEO, aussi appelé référenceur SEO, consultant ou chargé de SEO, définit et met en place la stratégie de référencement naturel (Search Engine Optimization) de son entreprise ou de ses clients. Son objectif : développer et optimiser la visibilité d'un site ou d'une application pour améliorer son positionnement dans les moteurs de recherche, afin d'obtenir davantage de trafic et accroître la notoriété de la marque. Il réalise l'audit technique du site, applique des optimisations on et off-site, identifie et analyse les mots-clés pour répondre aux requêtes des internautes. Il réalise une veille permanente sur l'évolution des algorithmes des moteurs.

### Son salaire :

de 28 000 € pour un profil junior  
à 60 000 € pour un profil senior.

## SEA

Complémentaire du SEO, le SEA, aussi appelé consultant ou SEA manager, définit et déploie la stratégie de référencement payant (Search Engine Advertising) de son entreprise ou de ses clients. Son objectif : améliorer la visibilité d'un site ou d'une application en vue de générer plus de trafic et obtenir un meilleur taux de conversion. Ses missions consistent en l'achat de mots-clés, qu'il identifie en fonction de sa cible, ses objectifs et son budget, et la mise en place de campagnes publicitaires sur le web et les réseaux sociaux (social ads). Il mesure et analyse les performances pour optimiser ses actions.

### Son salaire :

de 28 000 € pour un profil junior  
à 60 000 € pour un profil senior.



## Traffic manager

Le traffic manager, aussi désigné comme chargé d'acquisition, est le responsable de la gestion du trafic d'un site ou d'une application via différents leviers webmarketing : SEO, SEA, social ads, affiliation, emailing... Son objectif : développer l'audience d'une marque, accroître sa base de clients et ainsi augmenter la croissance du chiffre d'affaires de son entreprise ou de ses clients. Grâce aux outils marketing, il tracke le comportement et les clics des internautes, mesure le ROI de ses actions et des campagnes mises en place pour optimiser leurs performances. Il effectue une veille concurrentielle pour rester à jour sur les tendances de son secteur.

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior  
à 65 000 € pour un profil senior.



## Growth manager

Le growth manager accompagne et guide la stratégie de son entreprise ou de son client pour développer son activité. Son objectif : générer davantage de croissance, augmenter ses ventes, acquérir plus de clients, les fidéliser et maximiser les performances. Son poste est à la croisée entre technique, marketing et R&D. Il suit et anticipe les tendances du marché pour garder une longueur d'avance et proposer des solutions innovantes en vue d'adapter les processus, les outils et les actions mises en place. Il analyse les résultats, trouve de nouveaux modèles et services digitaux à déployer.

### Son salaire :

de 42 000 € pour un profil junior  
à 73 500 € pour un profil senior.



## Sales manager

Le sales manager, aussi désigné comme responsable commercial ou directeur des ventes, définit et déploie la stratégie commerciale de son entreprise ou de ses clients. Son objectif : développer l'activité de son organisation et augmenter son chiffre d'affaires, pour une gamme de produits ou services, sur une zone géographique ou à destination d'une cible spécifique. Il supervise et veille sur les actions menées dans son périmètre par une équipe de commerciaux, qu'il peut accompagner sur le terrain, et dont il suit les performances en fonction des objectifs fixés. Ses missions peuvent aussi intégrer la formation de collaborateurs à la vente.

### Son salaire :

de 40 000 € pour un profil junior  
à 90 000 € pour un profil senior,  
avec une part de variable de  
10 % à 40 %.



## Customer Success Manager

Le customer success manager (CSM), aussi désigné comme responsable clientèle, est le garant des bonnes relations et de la satisfaction des clients d'une entreprise, en avant et surtout en après-vente. Son objectif : la fidélisation et le développement de son portefeuille client, grâce à son suivi et son rôle de conseiller dans la vente de produits et services. Il doit avoir une parfaite connaissance de ses interlocuteurs et de leurs besoins pour trouver des solutions adaptées, mais aussi pour être en mesure de transformer des prospects en clients. Il analyse les KPI des actions menées pour optimiser la relation client.

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior à 80 000 € pour un profil senior, avec une part de variable pouvant aller jusqu'à 10 %.

## Graphiste

Le graphiste conçoit et réalise des éléments de communication visuelle (image, logo, illustration, bannière, affiche, newsletter...) pour tout type de support, print comme numérique. Son objectif : transmettre un message fort dans le cadre d'une campagne, véhiculer les valeurs d'une marque, ou répondre aux besoins des clients d'une agence. Il maîtrise les logiciels de PAO, notamment ceux de la suite Adobe : Photoshop, InDesign, Illustrator... Il a une parfaite connaissance de l'univers de la marque dont il décline l'identité visuelle, et réalise une veille graphique et marketing pour se tenir informé des tendances de son secteur.

### Son salaire :

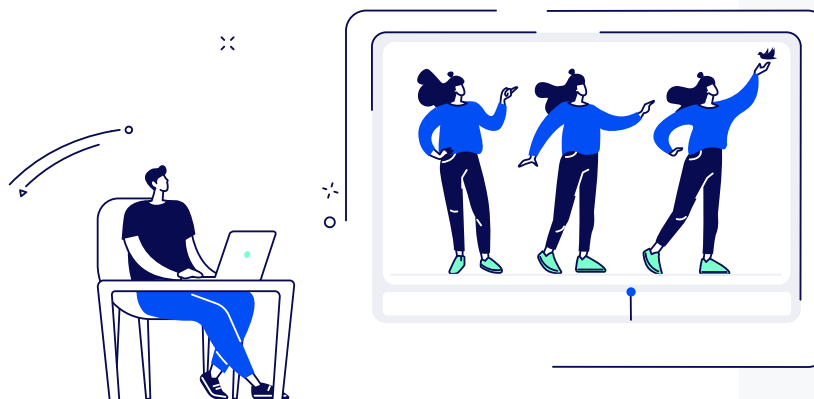
de 28 000 € pour un profil junior à 45 000 € pour un profil senior.

## Motion designer

Le motion designer est chargé de créer tout type d'éléments graphiques : animations 2D, 3D, effets spéciaux, typographies, son, vidéo... Son objectif : donner vie aux images et transmettre les messages souhaités par une marque en apportant du mouvement au graphisme. Son profil requiert des compétences techniques et créatives pour mettre au point les demandes de son entreprise ou de ses clients à partir d'un brief : vidéos promotionnelles, bannières publicitaires pour les réseaux sociaux, infographies animées... Ses projets peuvent s'inscrire dans le cadre du lancement d'un nouveau produit ou service, ou d'une campagne de communication.

### Son salaire :

de 28 000 € pour un profil junior à 45 000 € pour un profil senior.



## Vidéaste

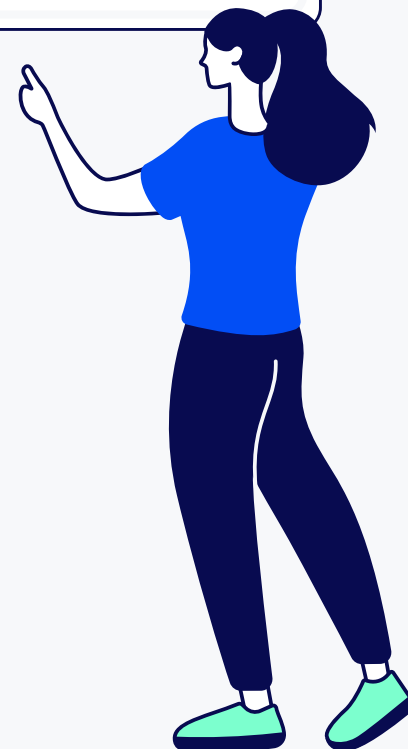
Le vidéaste est un professionnel du son et de l'image, qui est en charge de la production vidéo d'une marque. Son objectif : concevoir et réaliser des programmes vidéo à destination d'une audience B2B ou B2C. Il organise toute la chaîne de réalisation d'un projet audiovisuel, de sa création jusqu'à sa mise en ligne, en prenant en compte les contraintes matérielles et humaines et selon le budget alloué ainsi que le temps imparti. Polyvalent, il maîtrise l'ensemble des techniques et des outils de la prise d'image, de son et du montage vidéo.

### Son salaire :

de 28 000 € pour un profil junior  
à 45 000 € pour un profil senior.



# Métiers de la tech



## Chief technical officer

Le chief technical officer (CTO), aussi désigné comme directeur des nouvelles technologies, est le garant de l'innovation technique et technologique de son entreprise. Son objectif : définir la stratégie de développement des activités techniques de son organisation et superviser le déploiement des projets développés, en lien avec le directeur des systèmes d'information. Sa veille technologique lui permet de suivre et d'anticiper les tendances émergentes du marché. Il identifie des opportunités techniques, en mesure les risques, et il s'implique dans la R&D. S'il est présent au comité de direction de grands groupes, son rôle est plus opérationnel dans de plus petites structures.

### Son salaire :

de 70 000 € pour un profil junior à 120 000 € pour un profil senior.

## Directeur des systèmes d'information

Le directeur des systèmes d'information (DSI), aussi appelé responsable informatique, directeur IT ou chief information officer, est responsable de la politique informatique de son entreprise et de la gouvernance du système d'information (SI). Son objectif : définir et coordonner le déploiement du SI au regard de la stratégie générale de son organisation tout en respectant les normes de sécurité informatique. Il s'assure de la maintenance et du bon état des équipements utilisés par les collaborateurs. En plus de son rôle stratégique, il est impliqué dans le choix des technologies utilisées et anticipe l'évolution des changements technologiques pour améliorer les processus internes.

### Son salaire :

de 75 000 € pour un profil junior à plus de 90 000 € pour un profil senior.

## Administrateur systèmes et réseaux

L'administrateur systèmes et réseaux est en charge des infrastructures informatiques de son entreprise ou de ses clients, de l'installation au paramétrage en passant par la sécurisation. Son objectif : veiller au bon fonctionnement du matériel et au maintien du système et du réseau informatique de sa structure, tout en contribuant à les faire évoluer en proposant de nouvelles solutions. Il apporte un support technique en cas de dysfonctionnement ou de panne sur les équipements informatiques. Il maîtrise les systèmes d'exploitation, réseaux, stockage et la sécurité informatique. Pédagogue, il sensibilise les collaborateurs aux bonnes pratiques en la matière.

### Son salaire :

de 32 000 € pour un profil junior à 55 000 € pour un profil senior.



## Les métiers du développement web

Il existe plusieurs spécialisations pour le métier de développeur web, avec un rôle et des missions différentes :

- **développeur back-end** : il travaille sur la partie technique et fonctionnelle d'un site ou d'une application,
- **développeur front-end** : il est en charge de l'interface utilisateur et de l'intégration web,
- **développeur full stack** : il évolue à la fois sur la partie technique et l'interface utilisateur.



## Développeur back-end

Le développeur back-end est en charge de la partie back-office, qui englobe tous les éléments techniques essentiels au bon fonctionnement d'un site ou d'une application, et développe de nouvelles fonctionnalités pour en améliorer son utilisation. Son objectif : configurer, mettre en place et maintenir le serveur et la base de données du site web ou d'une application mobile. Il analyse les besoins remontés en interne ou par ses clients, afin d'apporter des solutions techniques en fonction des ressources humaines, financières et matérielles dont il dispose. Ses missions peuvent varier en fonction de l'entreprise qui l'emploie ou s'il évolue en freelance. Il peut aussi être un expert dans un langage de programmation : JavaScript, Python, PHP, Ruby...

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior  
à 70 000 € pour un profil senior.

## Développeur front-end

Complémentaire du développeur back-end, le développeur front-end conçoit l'interface d'un site web ou d'une application mobile, qui correspond à la partie visible pour les utilisateurs, à partir des maquettes fournies par les designers. Son objectif : optimiser l'ergonomie, rendre la navigation la plus fluide et agréable possible, tout en respectant les normes et les standards du web en vigueur. Son périmètre peut aussi englober les missions liées à l'intégration web pour monter les pages d'un site (images, textes, liens...). Une veille technologique est indispensable pour rester à jour sur les évolutions techniques et les usages du web.

**Voir page suivante.**

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior  
à 60 000 € pour un profil senior.



# Développeur web : rôle, missions et compétences pour répondre aux besoins des entreprises

*Plongez dans les coulisses du métier de développeur web, pour mieux en comprendre ses spécificités, avec un formateur de l'école O'clock et un étudiant en alternance.*

## Un rôle complet et polyvalent avec des missions variées

La profession de développeur web fait partie des métiers générant une certaine tension sur le marché de l'emploi, avec plus d'entreprises à la recherche de profils spécialisés que de candidats disponibles. Elles ont en effet de plus en plus besoin d'experts dans ce domaine pour les accompagner dans leurs projets digitaux : du développement de site vitrine pour promouvoir leurs activités à la conception d'une boutique en ligne pour vendre leurs produits et services, en passant par la mise à jour des applications web et mobiles.

S'il peut se spécialiser en back-end (côté technique et fonctionnel du site), en front-end (côté interface utilisateur) ou les deux (full stack), et/ou sur une technologie en particulier (JavaScript, Python, PHP...), le rôle du développeur web est complet et polyvalent avec de multiples tâches à réaliser.



Ses principales missions sont l'intégration de maquettes créées par un designer. Cela signifie que l'on va répliquer la maquette à l'aide des langages standards HTML et CSS, qui servent respectivement à mettre du contenu sur une page et à appliquer du style sur ce contenu, explique Laurent, formateur chez [O'clock](#).

Parmi ses autres tâches, le développeur web peut être amené à gérer des données variées, qui proviennent de sources différentes. L'objectif : produire des statistiques ou rendre un site interactif, par exemple. « Ce travail n'est pas visible dans le navigateur et se passe sur le serveur avec d'autres technologies, parmi lesquelles on retrouve les bases de données », ajoute le formateur.

Yacine Sinapayen est développeur web en formation chez O'clock et en alternance au sein de l'entreprise LearnLib. Son poste, orienté front-end sur de la technologie React et avec de la gestion de projet informatique, l'amène à cumuler cette double casquette de développeur et concepteur d'application web. Au quotidien, l'alternant réalise de nombreuses missions variées et passionnantes (75 % de développement et 25 % de gestion de projet), telles que :

- Développer, maintenir et itérer sur la partie interface utilisateur web,
- Développer des composants d'accès aux données, et des composants métiers,
- Concevoir le front-end,
- Qualifier les besoins des équipes internes et rédiger des spécifications fonctionnelles,
- Gérer des sprints.

## Des compétences techniques nécessaires et la capacité à s'adapter à tous les environnements

Selon le formateur de l'école O'clock, le développeur web doit maîtriser 3 piliers qui lui permettront de réaliser un site ou une application web, à savoir : le HTML pour le contenu, le CSS pour le style, et le langage de programmation JavaScript afin de rendre les pages dynamiques (animations, changement). D'autres compétences techniques sont également nécessaires sur ce poste, comme la connaissance d'un langage serveur (PHP, Java, JavaScript avec Node.js) car « ils servent à interpréter les demandes envoyées par les navigateurs, comme Firefox ou Chrome, et à sélectionner le contenu correct à envoyer à l'internaute ».

Le développeur web doit aussi pouvoir gérer des données diverses. « Pour cela, on utilise le plus souvent des bases de données de type relationnel (PostgreSQL, MySQL) que l'on peut interroger à l'aide du langage SQL. » Au fur et à mesure de son expérience et des projets digitaux menés, le développeur web pourra aussi monter en compétences en apprenant d'autres technologies et en se spécialisant sur des langages propres à son entreprise ou selon son appétence.

Du côté des soft skills, l'autonomie et la polyvalence sont des qualités humaines qui lui offrent la possibilité de se démarquer face à d'autres candidats. Le formateur ajoute : « savoir communiquer représente une spécificité essentielle d'un bon développeur, car il doit être capable d'expliquer ses problèmes et solutions aux personnes qui n'ont pas de connaissances techniques ». De même, l'adaptabilité constitue une qualité humaine elle aussi indispensable pour réussir dans ce domaine en constante évolution, qui demande de gérer de nombreux projets et des technologies différentes.



*Un développeur doit pouvoir remplir des tâches diverses et variées, travailler sur plusieurs applications en même temps, mais aussi être en mesure d'argumenter sur les choix des technologies, d'organisation, et d'architecture de son équipe, et d'accepter que ses solutions ne soient pas forcément retenues.*

## Une formation en alternance pour devenir rapidement opérationnel

Pour répondre aux besoins des entreprises qui recrutent, l'école O'clock propose [une formation au métier de développeur et concepteur d'application web en alternance](#). L'objectif : acquérir les fondamentaux du développement et de la conception d'application web, tout en mettant en pratique les compétences acquises, afin de devenir rapidement opérationnel, valoriser son employabilité et faire la différence sur le marché de l'emploi. Et pour faciliter l'apprentissage, l'alternance est l'atout n°1 de la formation, en permettant aux étudiants de se mettre en situation professionnelle tout au long du cursus.



*On apprend rapidement à voir ce qui fonctionne mieux selon l'environnement, les projets, la technologie utilisée. J'ai eu la chance de bénéficier de cette liberté d'essayer, et ça m'a permis aujourd'hui d'avoir un niveau que je n'aurais jamais atteint si j'avais suivi un parcours initial, souligne Yacine Sinapayen.*

Pour l'alternant, le cursus proposé par O'clock repose sur un

« triangle d'or », composé des 3 éléments suivants :

- **Un enseignement de qualité** : « on sent qu'il y a une vraie méthodologie d'apprentissage chez O'clock, où l'on nous « apprend à apprendre », ce qui est l'une des principales qualités à adopter en tant que développeur » ;
- **Le contenu pédagogique de la formation** : « je trouve que l'équipe de formateurs est extrêmement performante, notamment sur la partie conception et gestion de projet » ;
- **Un accompagnement tout au long de la formation, et même après** : « c'est clairement le facteur clé de la réussite au sein de l'école O'clock, pour moi mais aussi pour tous les élèves que je connais dans ce milieu ».

En plus d'offrir à ses apprenants un suivi individuel et de maximiser ainsi les chances de réussite de chacun, O'clock place la bienveillance au centre de ses valeurs. « Tous les formateurs, les tuteurs et les personnes impliquées dans une promotion se rendent disponibles pour répondre le plus rapidement possible aux interrogations et autres problématiques de nos étudiants », assure Laurent.

À noter que des prérequis techniques sont demandés pour suivre la formation proposée en alternance : connaître les bases du HTML, du CSS et du JavaScript, au moins un langage de base de données (SQL ou NoSQL) et un serveur (PHP, JavaScript avec Node.js). Il est possible de démarrer l'alternance en amont du début de la formation, et de la prolonger si besoin jusqu'à 20 mois, avec à la clé : un titre professionnel de concepteur développeur d'application inscrit au RNCP (niveau 6, équivalent bac+3), et la possibilité de se faire embaucher à la fin de son contrat.

[Devenir développeur web avec O'clock](#)



## Développeur full stack

Le développeur full stack est un profil polyvalent, qui combine à la fois les besoins du développement back-end et front-end. Son objectif : concevoir ou mettre à jour des sites web et/ou des applications mobiles en développant l'ensemble des fonctionnalités techniques et l'interface utilisateur pour répondre aux besoins de son entreprise ou de ses clients. Il a un rôle d'expertise et de conseil pour choisir la technologie la mieux adaptée en fonction du projet web qui lui est soumis. Son rôle consiste également à corriger et maintenir un site ou une application qui rencontrerait des bugs techniques.

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior  
à 80 000 € pour un profil senior.

## DevOps

Le poste de DevOps est directement associé à l'approche du même nom, qui combine la philosophie, les pratiques et les outils utilisés par les équipes de développement web et celles en charge des opérations. Son objectif : unifier, fluidifier et améliorer la vitesse de livraison des produits et services d'une entreprise pour gagner en productivité et en compétitivité auprès des clients. Il définit et met en œuvre l'ensemble des processus, technologies et des principes d'automatisation pour rendre les cycles de développement plus courts et efficaces grâce à une intégration en continu, tout en préservant la qualité et la stabilité des produits développés.

### Son salaire :

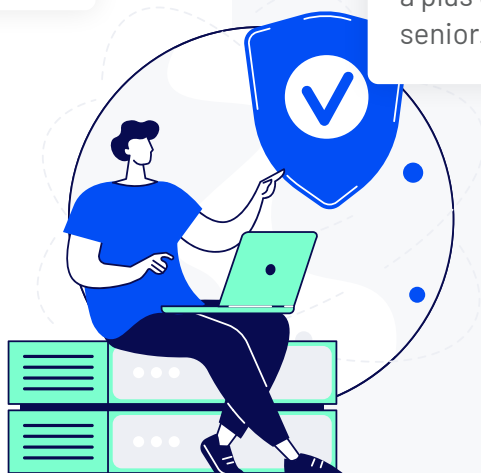
de 40 000 € pour un profil junior  
à plus de 65 000 € pour un profil senior.

## Architecte

L'architecte assure le support, le bon fonctionnement ainsi que la pérennité d'un projet web et/ou mobile. Son objectif : créer et accompagner l'évolution du schéma technique d'une application, d'un site ou d'un logiciel, pour répondre aux besoins de son entreprise ou de ses clients. Il intervient en appui des équipes de production et joue un rôle de conseiller technique. Son périmètre démarre en amont du projet, du choix des technologies utilisées jusqu'au déploiement de la solution, en passant par la réalisation d'audit technique, la définition des outils, la configuration des bases de données, le développement des frameworks et la phase de tests. Il veille aussi au respect de la stratégie établie par le DSI.

### Son salaire :

de 38 000 € pour un profil junior  
à 85 000 € pour un profil senior.



## Expert en sécurité digitale

L'expert en sécurité digitale est responsable de la définition et de la sécurisation du système d'information de son entreprise ou de ses clients. Son objectif : mettre en place un système pour gérer et veiller à la sécurité du SI selon les objectifs fixés par le DSI. Son rôle consiste à prendre des décisions stratégiques, mais aussi techniques pour concevoir, structurer et accompagner la mise en place de la politique de sécurité informatique. Il reste en veille technique et technologique permanente, sensibilise ses collaborateurs aux risques cyber et, plus globalement, est référent en matière de sécurité informatique au sein de son organisation.

Plus de détails page suivante.

### Son salaire :

de 40 000 € pour un profil junior  
à 90 000 € pour un profil senior.

## Pentester

Le pentester, qui correspond à la contraction des termes anglais « penetration tester », est en charge de la sécurité informatique d'une entreprise. Son objectif : réaliser des tests d'intrusion pour contrôler les capacités de protection et de défense des SI et des réseaux, et d'en évaluer le niveau de sécurité. Pour cela, il utilise les mêmes méthodologies et outils des hackers. Véritable pédagogue et bon communicant, il est en mesure d'expliquer les failles détectées lors de son évaluation et propose des solutions techniques, en vue d'améliorer ou de renforcer la cybersécurité de l'organisation ciblée, et ainsi réduire son niveau de vulnérabilité.

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior  
à plus de 70 000 € pour un profil senior.

## Responsable de la sécurité des systèmes d'information

Le responsable de la sécurité des systèmes d'information (RSSI) est le garant de la politique de sécurité du SI de son entreprise. Son objectif : définir la stratégie visant à sécuriser le système d'information, veiller à sa mise en place, son application au sein de la structure et à son évolution. Il identifie les risques informatiques encourus, sensibilise les collaborateurs et apporte des solutions adaptées. Il joue un rôle majeur en tant que conseiller et référent, tout en apportant assistance, formation et alerte en matière de cybersécurité, en lien avec le DSI. Il réalise une veille technologique, réglementaire et matérielle permanente pour améliorer les processus internes.

### Son salaire :

de 60 000 € pour un profil junior  
à plus de 100 000 € pour un profil senior.





# Expert en sécurité digitale, un métier d'avenir pour répondre aux enjeux des entreprises

*Un formateur et deux étudiants d'Aston École Informatique décryptent pour nous les challenges à relever pour les entreprises en matière de cybersécurité en 2023, et les compétences requises pour réussir dans ce domaine.*

## Les tendances de la cybersécurité et les spécialisations à suivre en 2023

Alors que le nombre d'attaques informatiques a explosé en 2022, la sécurité digitale est devenue un enjeu majeur pour toutes les structures, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité. Face à la digitalisation massive et croissante des organisations, qu'elles soient publiques ou privées, ces dernières ont davantage besoin d'expertises dans ce domaine en vue de les accompagner et de mettre en place une véritable stratégie en la matière.



*Dans les nouvelles tendances liées à la cybersécurité, on constate l'émergence de nouvelles facettes du métier, notamment celles dédiées à la lutte informatique d'influence. Les entreprises vont avoir besoin de profils experts en géopolitique, qui auront pour mission de*

*comprendre les actes d'influence malveillants de pays afin de gagner en position stratégique, explique Jérôme Thémée, co-fondateur de la ESD Cybersecurity Academy et formateur au sein d'[Aston École Informatique](#).*

La sécurité digitale est également un domaine qui se renouvelle sans cesse pour pouvoir faire face à l'évolution des menaces pesant sur les systèmes d'information (SI) des organisations, à l'ingéniosité des hackers et de leurs attaques de plus en plus sophistiquées. Parmi les spécialisations phares qui seront recherchées par les entreprises en 2023, on retrouve :

- **Pentester** : sa principale mission consiste à mener des audits techniques afin de tester la robustesse des SI en cybersécurité. « *Cette spécialité est souvent perçue comme un métier de rigueur et d'éthique avec des missions de hacking non malveillantes* », souligne le formateur.
- **Analyste SOC (Security Operation Center)** : il est en charge de la sécurisation du SI, dont il assure la surveillance, la détection et l'analyse d'incidents cyber. « *Il décrypte par exemple le résultat proposé par des intelligences artificielles en vérifiant si l'entreprise est confrontée à une cyberattaque ou à un faux positif.* »
- **DevOps Security Manager** : son périmètre intègre « *la bonne compréhension de tous les aspects du management en sécurité (référentiel, gestion des risques...) pour réussir à s'adapter à tout nouveau paradigme IT* ».



## La dimension humaine au cœur des profils recherchés par les entreprises

Si les hard skills constituent des prérequis sur un CV, les soft

skills seront particulièrement scrutées par les recruteurs, car cette dimension humaine représente un critère essentiel au sein des profils recherchés. « *À compétences égales, c'est la personnalité d'un candidat qui fera la différence sur le recrutement à un poste clé* », assure Jérôme Thémée. Ainsi, pour chacune des spécialisations des experts en sécurité digitale, des qualités humaines seront demandées. Un pentester devra ainsi faire preuve de rigueur et de créativité, tandis qu'un analyste SOC devra de son côté être attentif et structuré dans ses démarches. Pour un DevOps Security Manager, la communication, la rédaction, le leadership et l'ouverture d'esprit seront davantage attendus.

Étudiant au sein du [cursus Expert en Sécurité Digitale \(ESD\) d'Aston](#), Jérémie insiste de son côté sur le savoir-faire technique qu'il a pu acquérir au cours des premiers mois de sa formation, comme par exemple :

- **La recherche de vulnérabilités** et l'analyse qui en découle pour élaborer un programme de patch management,
- **La maîtrise du langage Python**, notamment dans le cadre de la recherche de certificats obsolètes et pour programmer leur remplacement.

Même constat pour Steeven, qui suit aussi la formation ESD : « *actuellement, nous avons étudié la partie « offensif ».* Cette vision de l'attaquant m'a permis de mettre en place des dispositifs pour lutter contre de potentielles intrusions. » Avant d'ajouter : « *l'expansion de la demande en cybersécurité et la garantie que seules des personnes avec des compétences techniques aguerries peuvent prétendre à ce type de poste m'ont convaincu de me spécialiser dans cette voie* ».

Les futurs experts en sécurité digitale devront être capables de maintenir une veille constante sur le secteur auprès d'organisations professionnelles de référence et de sites spécialisés, comme l'ANSSI (Agence nationale de la sécurité

des systèmes d'information) par exemple. L'objectif : obtenir les informations les plus récentes pour anticiper et adapter les processus mis en place afin de détecter et apporter une réponse aux incidents, mais aussi de sensibiliser les collaborateurs tout comme les clients.



*Les profils liés à la gouvernance de la sécurité du SI sont également très recherchés par les entreprises. Ils ont en charge la mise en place d'un système de management de la sécurité de l'information (SMSI). Ces derniers recensent les mesures de sécurité permettant de garantir la protection de tous les actifs de l'entreprise, poursuit le formateur.*

## Une formation complète et un accompagnement par des experts en sécurité digitale

C'est pour répondre aux besoins des organisations en matière de cybersécurité qu'Aston propose le mastère 2 pour devenir expert en sécurité digitale. Disponible sur les campus de Paris et Lille, le cursus est issu d'un partenariat entre l'école spécialisée en informatique et l'ESD Cybersecurity Academy. Pour s'inscrire, vous devez être titulaire d'un bac+3 ou 4 en systèmes réseaux ou en développement web, avec une expérience de 2 ans minimum.



*Nous n'enseignons pas que de la tech et de la gouvernance dans ce cursus ESD. Accompagnés par nos formateurs passionnés et experts dans leur domaine, les élèves suivent aussi des modules liés à l'offensif, au défensif ainsi que les réponses à incident, précise Jérôme Thémée.*

La qualité de l'enseignement proposé par Aston fait partie des atouts de l'école mis en avant par les deux étudiants. « *Ce sont des professionnels du secteur et leur expérience est très précieuse, car au-delà de la théorie et des challenges du type Capture The Flag, un retour expérimenté avec des exemples concrets est plus qu'appréciable pour devenir rapidement opérationnel* », explique notamment Jérémie.

La formation enseignée par Aston permet d'obtenir le titre RNCP « Expert(e) en Sécurité Digitale » de niveau 7 (équivalent bac+5), inscrit au Journal Officiel. « *Depuis 5 ans, le mastère ESD a formé 630 diplômés au sein d'Aston avec 100 % d'employabilité* », conclut le formateur.

[Devenir expert en sécurité digitale avec Aston](#)

## Les métiers de la data

Les métiers de la data englobent différentes disciplines avec, pour chacune, un rôle et des missions spécifiques :

- **data analyst** : il collecte les données, les analyse et conçoit des dashboards pour dégager des KPI et faciliter la prise de décisions stratégiques pour une entreprise.
- **data scientist** : il crée des modèles statistiques pour traiter et exploiter les données à des fins prédictives en vue d'améliorer les performances.
- **data engineer** : il conçoit une infrastructure adaptée pour extraire et structurer les données, qui seront ensuite utilisées par le data analyst et le data scientist.



## Data analyst

Le data analyst, aussi appelé analyste de données ou data miner, récupère les données existantes de son entreprise ou de ses clients (relation clients, marketing, production...) à partir d'une source, qu'il explore et décrypte en vue d'obtenir des observations précises et utiles. Son objectif : orienter la prise de décisions stratégiques et business de sa structure pour créer davantage de valeur, l'aider à améliorer son fonctionnement et dégager des tendances d'achat ou de consommation. Il a une excellente connaissance de son entreprise, son environnement, son organisation, les outils qu'elle utilise, ainsi que ses concurrents, pour apporter des conseils éclairés par les données.

### Son salaire :

de 38 000 € pour un profil junior  
à 80 000 € pour un profil senior.

## Data scientist

Tout comme le data analyst, le data scientist extrait et interprète les données d'une entreprise ou de ses clients via différentes sources, avec une vision plus globale et une analyse statistique plus poussée. Son objectif : construire des modèles statistiques prédictifs à partir d'algorithmes de machine learning pour valoriser les données et en extraire des informations permettant d'améliorer les produits ou services d'une entreprise, ou pour l'aider à générer davantage de croissance. Il possède une excellente connaissance des enjeux de l'entreprise et de ses problématiques métiers, afin d'identifier les KPI les plus pertinents et en modéliser les résultats. Il réalise une veille sur les nouvelles technologies et les évolutions de la data science.

### Son salaire :

de 38 000 € pour un profil junior  
à 85 000 € pour un profil senior.

## Data engineer

Le data engineer, désigné aussi comme ingénieur data, est en charge de l'infrastructure des données. Son intervention se situe en amont du processus : il prépare les données, de leur récupération à leur exploitation et stockage, et les met à la disposition du data scientist et du data analyst, qui les exploiteront en fonction de leurs besoins. Son objectif : automatiser l'acquisition et le traitement des données issues de plusieurs sources, les implémenter dans un data warehouse (entrepôt de données), les nettoyer, les structurer et gérer leur stockage. Il est également le garant de leur qualité et de la validation de la conformité.

### Son salaire :

de 38 000 € pour un profil junior  
à 85 000 € pour un profil senior.

## Product owner

Le product owner est un chef de projet spécialisé dans les méthodologies Agiles. Il est le garant de la conception d'un produit numérique (site, application, logiciel). Son objectif : coordonner les équipes techniques et design, superviser le développement itératif du produit jusqu'à sa livraison, en fonction du budget alloué et du temps imparti, pour répondre aux besoins exprimés par son entreprise ou ses clients. Il porte la vision du produit, définit ses fonctionnalités et priorise la liste des tâches (backlog) à réaliser, dans le cadre de sprints techniques courts. Il travaille en collaboration avec les UX designers, les graphistes, les développeurs, les équipes marketing et commerciales.

### Son salaire :

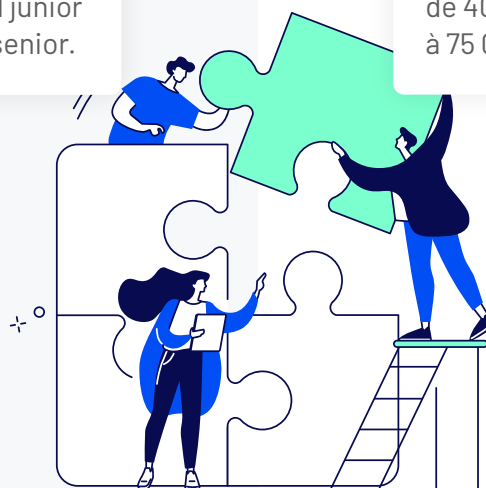
de 40 000 € pour un profil junior  
à 75 000 € pour un profil senior.

## Scrum master

Le scrum master est responsable de la bonne application de la méthodologie scrum dans le cadre de la conception et du développement d'un produit digital (site, application, logiciel). Son objectif : faciliter, guider et coacher les membres de son équipe pour les faire évoluer, booster leur productivité, en réduisant les facteurs bloquants et en trouvant des solutions aux difficultés rencontrées, tout en améliorant les workflows. Il anime et participe aux différentes étapes de la méthode scrum (mêlée quotidienne, revue de sprint, rétrospective...). Il accompagne le product owner à comprendre les besoins du produit à livrer et comment optimiser la réalisation du backlog.

### Son salaire :

de 40 000 € pour un profil junior  
à 75 000 € pour un profil senior.



## Les métiers du design

L'UX designer (User eXperience) et l'UI designer (User Interface) sont 2 métiers complémentaires du webdesign, qui présentent chacun une expertise spécifique. Si le premier est spécialisé dans l'expérience utilisateur, le second est centré sur la conception de l'interface produit (site web, application mobile, logiciel).

L'UX designer collabore avec l'UX researcher pour approfondir ses connaissances sur les besoins et les usages des utilisateurs.

Leur objectif commun : proposer une interface ergonomique, simple à utiliser et fluide à la navigation, avec des fonctionnalités permettant de créer une expérience agréable pour l'internaute, afin de répondre à ses attentes selon les objectifs fixés (optimiser les conversions pour un site e-commerce, par exemple), quel que soit le support.



## UX/UI designer

Si les 2 disciplines peuvent être réunies sur un seul et même poste, le travail de l'UX designer se concentre davantage sur les interactions des utilisateurs avec les éléments conçus par l'UI designer (position du contenu, taille et couleur des boutons, des liens...). Il s'assure que les actions s'enchaînent correctement tout au long du parcours utilisateur, en offrant une expérience de navigation la plus optimale et efficace possible afin de répondre aux objectifs fixés.

De son côté, le rôle de l'UI designer consiste à concevoir l'interface web du site ou de l'application mobile en maintenant l'équilibre entre les éléments graphiques et textuels. Son design doit aussi respecter l'identité visuelle de la marque ainsi que les normes techniques du web.

### Son salaire :

de 30 000 € pour un profil junior  
à 70 000 € pour un profil senior.

## UX researcher

L'UX researcher mène un travail d'enquête et effectue des investigations (sondages, entretiens, tests UX, focus groups...) pour recueillir des informations sur le comportement des utilisateurs, dans le cadre d'un projet web ou mobile. Son intervention se situe en amont du travail de l'UX designer, avec lequel il travaille en étroite collaboration. Son objectif : bien connaître l'utilisateur du produit, identifier ses besoins et ses usages, afin d'orienter la conception de l'interface pour répondre à ses besoins en fonction des objectifs fixés. Il définit la méthodologie de recherche et, grâce à son empathie, son écoute et sa capacité d'analyse, décrypte les résultats pour les traduire en bonnes pratiques à appliquer.

### Son salaire :

de 30 000 € pour un profil junior  
à 70 000 € pour un profil senior.



## Directeur artistique

Le directeur artistique (DA) est en charge de la création visuelle dans le cadre d'un projet de conception graphique digital. Son objectif : traduire les messages-clés et les idées fortes de son entreprise ou de ses clients à travers des images, pour une campagne de publicité ou le support visuel d'une marque par exemple. Créatif avant tout, il doit convaincre de l'efficacité de son idée auprès de l'émetteur de la demande en présentant une maquette ou un storyboard, puis il réalise le suivi technique en assurant l'interface avec les équipes en charge de sa réalisation : graphiste, photographe, illustrateur ou réalisateur. Il travaille aussi avec un concepteur-rédacteur pour la partie textuelle.

### Son salaire :

de 35 000 € pour un profil junior à 70 000 € pour un profil senior.

## Data protection officer

Le data protection officer (DPO) est la personne en charge de la protection des données personnelles au sein d'une organisation (publique, privée, association...). Son objectif : superviser et piloter la conformité au RGPD des données collectées, traitées et stockées par la structure pour laquelle il est désigné. Il la conseille et l'accompagne, réalise un audit de conformité, identifie les risques potentiels et met en place des dispositifs pour garantir la protection des données. Son rôle l'amène aussi à sensibiliser, voire à former, les collaborateurs en interne en leur inculquant les bonnes pratiques en la matière. Il est également le lien privilégié entre l'organisation et la CNIL.

### Son salaire :

de 38 000 € pour un profil junior à plus de 85 000 € pour un profil senior.

## Responsable e-commerce

Le responsable e-commerce, aussi appelé responsable e-business, est un expert du web et de la vente en ligne. Il définit et met en place la stratégie marketing via différents canaux : emailing, réseaux sociaux, affiliation, référencement naturel et payant, partenariats, opérations spéciales... Son objectif : augmenter le trafic et accroître le chiffre d'affaires en développant les ventes de produits et services en ligne pour son entreprise ou ses clients. Il gère le site e-commerce et améliore ses fonctionnalités pour proposer des produits adaptés à son audience, jusqu'au suivi de la livraison. Il surveille les indicateurs clés de performance pour mesurer et optimiser le résultat de ses actions. Il encadre l'équipe chargée d'animer le site e-commerce.

### Son salaire :

de 40 000 € pour un profil junior à 100 000 € pour un profil senior.



## Programmeur de jeux vidéo

Le programmeur (ou développeur) de jeux vidéo, aussi appelé game programmer, conçoit le moteur et le gameplay pour lui donner vie. Son objectif : développer le code du jeu vidéo, garantir son bon fonctionnement, grâce à une architecture informatique solide, tout en proposant une expérience de jeu qualitative, interactive et performante pour les joueurs. Pour cela, il analyse les besoins techniques du jeu, rédige le code, effectue la recette, réalise des tests, et apporte les modifications nécessaires au programme. En fonction de la taille de la structure, il peut se spécialiser sur une tâche spécifique, ou prendre en charge la conception et le développement du jeu vidéo de A à Z.

### Son salaire :

de 36 000 € pour un profil junior  
à 46 500 € pour un profil senior.

## Game designer

Le game designer, aussi désigné comme concepteur de jeux vidéo, imagine le gameplay, les mécaniques et les règles sous-jacentes aux jeux qu'il conçoit. Son objectif : proposer une expérience la plus attractive possible aux joueurs, avec une prise en main optimale, des interactions et un environnement ludique. À partir du cahier des charges du jeu (game design document) qu'il rédige, il traduit le scénario et décline le concept du jeu : personnages, comportements, histoires, scènes, décors, situations... En tant que designer, il intervient aussi sur l'ergonomie et pilote la réalisation des interfaces graphiques et sonores. Il teste le jeu, identifie et corrige les dysfonctionnements, avant de valider le gameplay.

### Son salaire :

de 30 500 € pour un profil junior  
à 43 550 € pour un profil senior.

