

Business Intelligence and Analytics Manager

Termes de Référence & Description de Poste

1. IDENTIFICATION DU POSTE

Intitulé du poste	Business Intelligence and Analytics Manager
Département	Marketing
Lieu d'affectation	Bujumbura, Burundi
Type de contrat	Contrat d'une année renouvelable
Expérience requise	2 à 5 ans d'expérience pertinente
Niveau d'études	Bac+4/5 en Statistiques, Mathématiques, Informatique, Économétrie ou domaine connexe
Rattachement hiérarchique	Directeur Commercial
Encadrement	Supervise le Data Analyst et le Geomarketing Analyst

2. CONTEXTE ET OBJECTIFS DU POSTE

Dans le cadre de son développement stratégique, Econet Wireless renforce sa capacité analytique pour mieux comprendre ses marchés, optimiser ses produits et piloter sa performance commerciale par la donnée. Le Business Intelligence and Analytics Manager est le pilier de cette transformation : il définit la vision data, orchestre la roadmap analytique et s'assure que la segmentation, le profilage client et les modèles de Machine Learning sont intégrés de façon opérationnelle dans les processus métier.

3. MISSIONS PRINCIPALES

3.1 Stratégie & Vision Data

- Définir et piloter la stratégie data de l'équipe Analytics en alignement avec les objectifs commerciaux et produits de l'entreprise.
- Construire et maintenir la feuille de route analytique (roadmap) en priorisant les cas d'usage à fort impact business.
- Recommander et mettre en place les architectures de données, outils BI et frameworks analytiques adaptés au contexte de Econet.
- Assurer une veille technologique active sur les meilleures pratiques de la data dans le secteur télécom (ARPU, churn, NPS, LTV, etc.).

3.2 Modélisation Avancée & Machine Learning

- Concevoir et déployer des modèles prédictifs : churn prediction, propension à l'achat, scoring crédit/data, recommandation de produits.
- Développer des modèles de segmentation et de profilage client (RFM, clustering, behavioral segmentation) pour alimenter les stratégies marketing et produit.
- Garantir l'intégration des outputs ML[Machine learning] dans la consommation quotidienne des données par les équipes métier (Product Managers, Marketing, Sales).

- Valider la qualité et la robustesse des modèles en production (monitoring, drift detection, backtesting).

3.3 Gouvernance & Qualité des Données

- Définir et faire respecter les standards de qualité, de documentation et de gouvernance des données.
- Travailler avec les équipes IT/BI pour assurer la fiabilité, la traçabilité et la disponibilité des données analytiques.
- Mettre en place un catalogue de données et des définitions métier partagées (glossaire data).

3.4 Mentorat & Développement de l'Équipe

- Encadrer, coacher et monter en compétences le Data Analyst et le Geomarketing Analyst.
- Conduire des revues de code, de modèles et de livrables pour garantir la rigueur analytique de l'équipe.
- Contribuer à la culture data dans toute l'organisation via des formations internes et des partages de bonnes pratiques.

3.5 Collaboration Transversale

- Être le référent data auprès des Product Managers pour cadrer les analyses de performance produite, les études de marché et les décisions go-to-market.
- Collaborer avec le Marketing pour concevoir des campagnes ciblées basées sur la segmentation et le profilage.
- Présenter des insights stratégiques au Comité exécutif et à la Direction avec des recommandations actionnables.

4. PROFIL RECHERCHÉ

4.1 Compétences Techniques

SQL	Maîtrise avancée — requêtes complexes, optimisation, manipulation de grandes volumétries (BigQuery, PostgreSQL, MySQL)
Python	Niveau confirmé — pandas, scikit-learn, statsmodels, matplotlib/seaborn, déploiement de modèles ML
Outils BI	Power BI ou Tableau (niveau avancé) — conception de dashboards stratégiques, DAX/M ou calculs Tableau
Machine Learning	Régression, classification, clustering, séries temporelles — expérience de déploiement en production
Statistiques	Statistiques descriptives et inférentielles, tests A/B, modélisation économétrique
Excel	Niveau avancé (Power Query, Power Pivot, VBA est un plus)
Outils complémentaires	Git, Jupyter, Airflow ou outils d'orchestration (atout), connaissance des data warehouses cloud

4.2 Compétences Comportementales

- Leadership analytique et capacité à embarquer les équipes métier dans une culture de la donnée.
- Excellentes aptitudes de communication — capacité à vulgariser des analyses complexes pour des audiences non techniques.
- Esprit critique, rigueur et souci permanent de la qualité des analyses.
- Autonomie, proactivité et capacité à travailler sur plusieurs sujets simultanément.
- Orientation résultats : capacité à mesurer l'impact business des initiatives data.

4.3 Expérience Requisite

- 3 à 5 ans d'expérience en analyse de données, data science ou intelligence d'affaires.
- Expérience dans le secteur télécom, FMCG, banque ou tout secteur à forte intensité de données clients fortement appréciée.
- Expérience avérée dans la mise en oeuvre de modèles ML en production.
- Expérience de management ou de mentoring d'équipes analytiques.

5. LIVRABLES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPIs)

Roadmap analytique	Feuille de route trimestrielle validée et suivie
Modèles ML	Au moins 2 modèles prédictifs déployés et actifs en production dans les 6 premiers mois
Segmentation	Modèle de segmentation client opérationnel, actualisé mensuellement
Qualité data	Taux de fiabilité des KPIs rapportés > 98%
Encadrement	Revue hebdomadaire avec les analystes ; plan de développement formalisé
Impact business	Contribution mesurable aux revenus ou à la rétention client grâce aux analyses

6. CANDIDATURE

Les candidat(e)s intéressé(e)s sont invité(e)s à soumettre :

- Un CV détaillé et actualisé.
- Une lettre de motivation précisant l'adéquation du profil avec le poste.
- Des exemples de réalisations data (portfolio, liens GitHub, dashboards, etc.) — fortement recommandé.

Dossiers à envoyer à : [careers@econet.bi] | Objet : « Business Intelligence and Analytics Manager »

La date limite de dépôt des candidatures est le **10 juin 2026 à 17h00**.

DATA ANALYST

Termes de Référence & Description de Poste

1. IDENTIFICATION DU POSTE

Intitulé du poste	Data Analyst
Département	Data & Analytics / Direction Commerciale
Lieu d'affectation	Bujumbura, Burundi
Type de contrat	Contrat une année renouvelable
Expérience requise	1 à 2 ans d'expérience en analyse de données
Niveau d'études	Bac+3/4 en Statistiques, Mathématiques, Informatique, Gestion ou domaine connexe
Rattachement hiérarchique	Business Intelligence and Analytics Manager
Encadrement	Aucun, [stagiaire, le cas échéant]

2. CONTEXTE ET OBJECTIFS DU POSTE

Le Data Analyst est le moteur de la production analytique quotidienne de l'équipe. Il transforme les données brutes en informations structurées et visuelles, permettant aux équipes produit, marketing et ventes de prendre des décisions éclairées. Il travaille sous la supervision directe du Business Intelligence and Analytics Manager qui lui fournit orientation stratégique et support technique.

3. MISSIONS PRINCIPALES

3.1 Production de Rapports & Dashboards

- Concevoir, développer et maintenir des dashboards opérationnels et de pilotage sous Power BI, Tableau ou tout autre outil BI de l'entreprise.
- Produire les rapports hebdomadaires, mensuels et trimestriels de performance : revenus, ARPU, activations, churn, usage data/voix/SMS, recharge, Decay.
- Automatiser les reportings récurrents pour réduire les délais de production et minimiser les erreurs manuelles.
- Assurer la mise à jour et la fiabilité des tableaux de bord existants en collaboration avec l'équipe IT/BI.

3.2 Extraction & Traitement des Données

- Extraire des données depuis les systèmes sources (CRM, BSS/OSS, data warehouse) à l'aide de requêtes SQL.
- Nettoyer, transformer et préparer les jeux de données pour les analyses (traitement des doublons, valeurs manquantes, normalisation).
- Documenter les sources de données, les transformations appliquées et les définitions des indicateurs.

3.3 Support aux Product Managers

- Répondre aux demandes ad hoc des Product Managers : analyse de performance d'une offre, suivi d'un lancement, comportement d'utilisation d'un service.

- Analyser les comportements d'usage des clients pour identifier les tendances et les opportunités d'optimisation produit.
- Contribuer aux analyses de performance des campagnes marketing et promotionnelles.
- Participer aux réunions produit en apportant les insights data nécessaires à la prise de décision.

3.4 Qualité & Documentation

- Contribuer à la documentation des processus analytiques et à la mise à jour du catalogue de données.
- Signaler proactivement les anomalies détectées dans les données au Senior Data Analyst.
- Appliquer les standards de qualité et de gouvernance définis par le Senior Data Analyst.

4. PROFIL RECHERCHÉ

4.1 Compétences Techniques

Excel Avancé	Indispensable — tableaux croisés dynamiques, formules avancées (INDEX/MATCH, SUMPRODUCT), Power Query, graphiques dynamiques
SQL	Niveau intermédiaire à avancé — SELECT, JOIN, GROUP BY, sous-requêtes, fonctions fenêtres (OVER/PARTITION BY)
Python	Optionnel mais valorisé — pandas, matplotlib, automatisation de tâches répétitives
Outils BI	Power BI ou Tableau — création de rapports et dashboards interactifs (une expérience même limitée est un plus)
Statistiques	Notions solides de statistiques descriptives, calcul de KPIs, lecture et interprétation de graphiques

4.2 Compétences Comportementales

- Rigueur et souci du détail : les données rapportées doivent être fiables et exactes.
- Capacité à communiquer clairement les résultats d'une analyse à des interlocuteurs non techniques.
- Curiosité analytique et envie d'apprendre dans un environnement data exigeant.
- Bonne organisation personnelle et respect des délais de livraison des rapports.
- Esprit d'équipe et ouverture au feedback du Senior Data Analyst.

4.3 Expérience Requise

- 1 à 2 ans d'expérience en analyse de données, business intelligence ou reporting.
- Expérience pratique avec des bases de données relationnelles et des outils BI.
- Expérience dans le secteur télécom, banque ou FMCG est un avantage.
- Stage significatif avec mission de reporting / data accepté pour les profils en début de carrière.

5. LIVRABLES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPIs)

Rapports récurrents	100% des rapports hebdomadaires et mensuels livrés dans les délais impartis
Dashboards	Au moins 3 dashboards opérationnels développés dans les 3 premiers mois
Qualité des données	Taux d'erreur dans les rapports < 2%
Réactivité	Délai de réponse aux demandes ad hoc des Product Managers < 48h ouvrables

Automatisation

Au moins 2 processus de reporting automatisés dans les 6 premiers mois

6. CANDIDATURE

Les candidat(e)s intéressé(e)s sont invité(e)s à soumettre :

- Un CV détaillé et actualisé.
- Une lettre de motivation précisant les compétences data maîtrisées.
- Tout exemple de travail (tableau de bord, analyse Excel, requête SQL) est bienvenu.

Dossiers à envoyer à : [careers@econet.bj] | Objet : « Data Analyst ». La date limite de dépôt des candidatures est le **10 juin 2026 à 17h00**

GEOMARKETING ANALYST

Termes de Référence & Description de Poste

1. IDENTIFICATION DU POSTE

Intitulé du poste	Geomarketing Analyst
Département	Data & Analytics / Direction Commerciale & Marketing
Lieu d'affectation	Bujumbura, Burundi (avec déplacements terrain possibles)
Type de contrat	Contrat d'une année renouvelable
Expérience requise	1 à 3 ans d'expérience en analyse de marché, géomarketing ou intelligence commerciale
Niveau d'études	Bac+4/5 en Marketing, Statistiques, Économie, informatique ou domaine connexe
Rattachement hiérarchique	Business Intelligence and Analytics Manager
Encadrement	Aucun [stagiaire, le cas échéant]

2. CONTEXTE ET OBJECTIFS DU POSTE

Dans un marché télécom burundais en pleine évolution, la compréhension des dynamiques géographiques est un levier stratégique majeur. Le Geomarketing Analyst a pour mission d'intégrer la dimension territoriale dans l'analyse des données commerciales et marché. Il fournit aux équipes Sales, Produit et Marketing une lecture fine des performances régionales, des tendances de consommation et du positionnement concurrentiel, permettant une allocation optimale des ressources et une stratégie commerciale différenciée par zone.

3. MISSIONS PRINCIPALES

3.1 Reporting Régional & Commercial

- Produire et maintenir des tableaux de bord géographiques de la performance commerciale : parts de marché par région/province, évolution des ventes par canal de distribution, pénétration des produits par zone.
- Analyser la performance des équipes commerciales de terrain (DSO, agents, distributeurs) par région et identifier les zones de sous-performance ou de croissance.
- Suivre les KPIs régionaux clés : taux de pénétration, ARPU régional, taux de churn par zone, activation nette par province/ commune.
- Collaborer avec les équipes Sales pour fournir des analyses hebdomadaires et mensuelles adaptées aux besoins opérationnels terrain.

3.2 Analyse des Tendances de Données Régionales

- Croiser les données d'usage (data, voix, SMS, Mobile Money) avec la dimension géographique pour identifier les zones de forte/faible consommation et leurs drivers.
- Analyser les migrations de clients entre zones, les effets de saisonnalité régionale et les dynamiques d'adoption des produits par province.
- Développer des heat maps et des visualisations spatiales pour faciliter la lecture des tendances géographiques par les décideurs.

- Identifier les opportunités de croissance non exploitées par zone géographique (whitespots commerciaux).

3.3 Market Survey & Études de Marché

- Concevoir et coordonner des études de marché terrain et en ligne : questionnaires de satisfaction, études de notoriété, enquêtes de qualité perçue par région.
- Analyser et synthétiser les résultats des surveys pour produire des rapports d'insights actionnables à destination du Marketing et du Product Management.
- Suivre les panels consommateurs et les indices de satisfaction client (NPS, CSAT) par région.
- Identifier les attentes non satisfaites et les pain points des clients selon les zones géographiques et les profils socio-démographiques.

3.4 Analyse Concurrentielle & Benchmark Marché

- Conduire une veille concurrentielle permanente : offres, tarifs, couverture, promotions des opérateurs concurrents au Burundi.
- Analyser le positionnement de l'entreprise par rapport à la concurrence selon les régions (parts de marché estimées, couverture réseau comparée, présence distributeurs).
- Produire des rapports de benchmark semestriels comparant les métriques clés (ARPU, ARPL, taux de pénétration) avec les benchmarks régionaux Afrique de l'Est.
- Identifier les menaces concurrentielles émergentes et les opportunités de différenciation géographique.

3.5 Collaboration Transversale & Outils

- Travailler en étroite collaboration avec les équipes Produit pour intégrer les insights géographiques dans le développement et le ciblage des offres.
- Collaborer avec le Data Analyst pour l'extraction des données géolocalisées et avec le Business Intelligence and Analytics Manager pour les analyses avancées.
- Maintenir et enrichir la base de données géographique de l'entreprise (découpage administratif, données socio-économiques, data points réseau).
- Utiliser des outils SIG/GIS (QGIS, ArcGIS, ou équivalents) pour la cartographie et l'analyse spatiale.

4. PROFIL RECHERCHÉ

4.1 Compétences Techniques

SQL	Niveau intermédiaire à avancé — extraction de données géolocalisées, requêtes multi-tables
Excel Avancé	Maîtrise indispensable — TCD, graphiques dynamiques, Power Query, cartographie Excel
Outils GIS/SIG	QGIS (requis) ou ArcGIS — cartographie thématique, analyse spatiale, heat mapping
Outils BI	Power BI ou Tableau — dashboards géographiques et commerciaux (expérience souhaitée)
Python / R	Optionnel mais valorisé — analyse statistique, automatisation, visualisation spatiale
Études de marché	Maîtrise des méthodologies d'enquête quantitatives et qualitatives
Outils statistiques	Notions de statistiques spatiales, analyse de clustering géographique

4.2 Compétences Comportementales

- Curiosité et sens aigu de l'analyse : capacité à lire un territoire et à en extraire des insights stratégiques.

- Excellentes compétences en communication écrite et orale pour présenter les résultats d'études complexes.
- Capacité à travailler de façon transversale avec plusieurs équipes (Sales, Marketing, Produit, Data).
- Sens du terrain et bonne connaissance du contexte socio-économique et géographique burundais ou de la sous-région.
- Rigueur méthodologique dans la conception et l'analyse des études de marché.
- Autonomie et capacité à gérer plusieurs projets simultanément.

4.3 Expérience Requise

1 à 3 ans d'expérience dans l'analyse de marché, le géomarketing, l'intelligence commerciale ou une fonction équivalente.

- Expérience avérée dans la réalisation d'études de marché (conception, collecte, analyse).
- Expérience dans le secteur télécom, FMCG, secteur financier ou tout secteur avec réseau de distribution physique.
- Bonne connaissance de la géographie administrative du Burundi et/ou de l'Afrique de l'Est est un atout majeur.
- Expérience avec des outils GIS est fortement souhaitée ; formation possible si les autres critères sont remplis.

5. LIVRABLES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPIs)

Reporting regional	Rapport mensuel de performance régionale livré dans les 5 premiers jours du mois
Dashboards géo	Au moins 2 dashboards géographiques opérationnels dans les 3 premiers mois
Études de marché	Au moins 2 études de marché complètes par an
Benchmark concurrentiel	Rapport semestriel de benchmark concurrentiel
Couverture terrain	100% des provinces couvertes par le monitoring régional
Qualité insights	Taux de recommandations actionnées par le business > 60%

6. CANDIDATURE

Les candidat(e)s intéressé(e)s sont invité(e)s à soumettre :

- Un CV détaillé et actualisé.
- Une lettre de motivation décrivant l'expérience en analyse de marché et/ou géomarketing.
- Exemples de rapports, cartes, études de marché ou travaux similaires (portfolio bienvenu).

Dossiers à envoyer à : [\[careers@econet.bi\]](mailto:careers@econet.bi) | Objet : « Geomarketing Analyst » La date limite de dépôt des candidatures est le **10 juin 2026 à 17h00**

AVIS DE RECRUTEMENT

MARKETING OFFICER*Produits Voice & SMS et Data & VAS — Département Marketing*

Intitulé du poste	Marketing Officer — Voice & SMS Marketing Officer – Data & VAS/ content
Nombre de postes	2 (deux)
Département	Commercial
Lieu d'affectation	Bujumbura, Burundi
Type de contrat	Contrat à durée déterminée — avec possibilité de renouvellement
Rattachement hiérarchique	Product Manager Voice & SMS Product Manager Data & VAS/ content
Expérience requise	1 à 3 ans
Limite d'âge	Moins de 30 ans
Date limite de dépôt	10 Juin 2026

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Dans un secteur des télécommunications en constante évolution, notre entreprise s'engage à offrir des produits Voice et SMS de qualité, répondant aux besoins croissants de sa clientèle au Burundi. Dans le cadre du renforcement de son équipe Marketing, Econet recrute deux (2) Marketing Officers dynamiques et motivés, chargés d'assurer la promotion, l'analyse et l'optimisation des offres Voice&SMS et Data&VAS

2. MISSIONS ET RESPONSABILITÉS

2.1 Gestion et marketing des produits

- Contribuer à la définition et à la mise en oeuvre de la stratégie marketing des produits Voice et SMS , Data et VAS
- Participer au développement et au lancement de nouvelles offres et promotions en collaboration avec les Product Managers.
- Assurer le suivi du cycle de vie des produits (lancement, croissance, maturité, déclin) et proposer des actions adaptées.
- Réaliser des études de marché et de veille concurrentielle pour identifier les tendances et opportunités.

- Concevoir et rédiger des briefs produits, argumentaires commerciaux et supports de communication.

2.2 Création et gestion de campagnes marketing

- Planifier, concevoir et exécuter des campagnes marketing digitales et terrain pour les produits Voice et SMS.
- Gérer le calendrier éditorial et promotionnel des produits assignés.
- Collaborer avec les agences et prestataires créatifs pour la production des contenus et visuels.
- Assurer le suivi opérationnel des campagnes (budget, délais, livrables).
- Mettre en oeuvre des campagnes SMS marketing, push notifications et autres leviers de communication directe.

2.3 Analyse de la performance des produits

- Suivre et analyser les indicateurs clés de performance (KPIs) des produits (revenus, usage, ARPU, churn, acquisition).
- Collaborer étroitement avec l'équipe d'analystes pour interpréter les résultats et expliquer les tendances observées.
- Produire des rapports hebdomadaires, mensuels et trimestriels à destination du management.
- Identifier les écarts entre les objectifs et les résultats réels, et formuler des recommandations d'amélioration.
- Analyser les données de segmentation clients pour affiner le ciblage des actions marketing.

2.4 Collaboration et coordination interne

- Travailler en étroite collaboration avec les Product Managers, l'équipe commerciale, le service client et la direction technique.
- Participer aux réunions de coordination et contribuer activement aux décisions produit.
- Assurer le transfert de connaissance produit vers les équipes de vente et service client.
- Contribuer à l'élaboration du budget marketing produit et en assurer le suivi.
- Gérer les relations avec les partenaires externes (agences, médias, fournisseurs de solutions marketing).

2.5 Innovation et amélioration continue

- Proposer régulièrement des idées innovantes pour améliorer l'attractivité et la compétitivité des produits.
- Surveiller les meilleures pratiques du secteur télécom à l'échelle régionale et internationale.
- Participer à des formations et ateliers pour développer ses compétences en marketing.

2.6 KPI du profils

- L'officier[e] Marketing –sera responsable des KPI suivants :
 - Croissance du revenu (mensuel / trimestriel)
 - ARPU (Average Revenue Per User)
 - Taux de churn des abonnés
 - Nombre de nouveaux abonnés activés par campagne
-

3. PROFIL RECHERCHÉ

3.1 Formation

- Bac+3 minimum en Marketing, Commerce, Communication, Gestion ou tout autre domaine équivalent.
- Un diplôme de niveau Bac+5 (Master) est un atout.

3.2 Expérience professionnelle

- 1 à 3 ans d'expérience dans un poste similaire en marketing, de préférence dans le secteur des télécommunications ou du FMCG.
- Une expérience en gestion de produits ou en marketing digital est un avantage significatif.
- Familiarité avec la création et le suivi de campagnes marketing (digitales et/ou terrain).

3.3 Compétences techniques

- Maîtrise acceptable du Pack Microsoft Office, notamment Excel (tableaux croisés dynamiques, analyse de données) et PowerPoint.
- Bonne connaissance des outils de marketing digital (réseaux sociaux).
- Capacité à lire, analyser et présenter des données chiffrées de manière claire et synthétique.
- Bonne maîtrise de la rédaction professionnelle en français (rapports, briefs, contenus marketing).

3.4 Qualités personnelles

- Curiosité intellectuelle, soif d'apprendre et goût prononcé pour le challenge.
- Rigueur, sens de l'organisation et capacité à gérer plusieurs projets simultanément.
- Excellent esprit d'équipe et aisance relationnelle.
- Force de proposition, autonomie et sens de l'initiative.
- Résistance au stress et capacité à travailler sous pression avec des délais serrés.
- Passion pour le marketing, les nouvelles technologies et l'innovation.

3.5 Langues

- Français: courant (obligatoire).
- Kirundi: courant (obligatoire).
- Anglais : notion souhaitée — une bonne compréhension écrite est un atout.

4. DOSSIER DE CANDIDATURE

Les candidat(e)s intéressé(e)s sont prié(e)s de soumettre un dossier complet comprenant :

- Un curriculum vitae (CV) actualisé.
- Une lettre de motivation adressée à **Monsieur L'Administrateur Directeur Générale**
- Les copies des diplômes et attestations de travail pertinent.
- Tout autre document jugé utile pour appuyer la candidature.



5. COMMENT POSTULER

Les dossiers de candidature doivent être envoyés à : careers@econet.bi , avec en objet : « Candidature — Marketing Officer ». La date limite de dépôt des candidatures est le **10 juin 2026 à 17h00**

*Les candidatures féminines sont fortement encouragées.
Seul(e)s les candidat(e)s sélectionné(e)s seront contacté(e)s.*



VACANCY - TRANSPORT PLANNING & OPERATIONS SUPPORT SPECIALIST

A. Key Responsibilities

1. Transmission Network Planning and Design

- Contributes to the definition of the Transport Network (Microwave and Fibre) target architecture; evaluating different topologies and technologies to comply with future capacity, quality and capability needs; following protection guidelines.
- Monitors planning and dimensioning network capacity
- Translates intra- and extra-departmental requirements and volume forecasts into technical specifications and network expansions.
- Develops and reviews high and low level designs for the transport network: design of links, trunks/paths and Transmission nodes.
- Designs & optimises the backbone and extended backbone transport network guaranteeing the performance requirements and at minimal cost
- Updates Network documentation
- Assists in providing technical budget plans for network expansion

2. End-to-end capacity delivery within the Capacity Chain

- Tracks and follows-up of all activities needed to deliver Transport Network capacity
- Ensures end-to-end responsibility for the associated processes from initiation to execution and operational hand-over

3. Delivery of Transmission Network Services to support Business needs and projects

- Translates business requirements into technical specifications
- Evaluates different topologies and technologies that can lead to comply with future capacity and quality needs based on business needs, quality of service and cost considerations
- Identifies, launches and manages cost reduction projects in the Transport Network
- Manages associated Projects; deliver in time, budget and quality

4. Ensuring the best Network Service Quality and Performance

- Analyses and solves 3rd Level Support trouble tickets
- Makes sure all projects and changes are implemented with a minimal risk for the live network and preventing as much as possible service impact
- Verifies log files, test cases, upgrade procedure

- Identifies network areas at risk
- Translates network performance requirements into technical specifications
- Manages associated optimisation Projects; deliver in time, budget and quality

5. Reports

- Assists in producing management reports
- Checks monthly reports and statistical returns from subordinates for accuracy and ensures that they are submitted as per management schedule

6. Leadership and Management

- Facilitates in the preparation of the Technology department budget
- Ensures safe custody and controlled circulation of the company's network information records
- Works in close liaison and sharing knowledge with colleagues to ensure the highest standard in service delivery
- Ensures good communication with other departments, internal and external customers and service providers
- Ensures that all agreed process and procedures are followed

B. Education

- A University Degree in Telecommunications or Electrical Engineering or equivalent

C. Experience

- Experience working in a network vendor or telecommunications carrier environment with hands on knowledge of carrier backbone networking.
- Minimum 3-5+ years of working experiences in transport planning which includes Microwave, Fibre and IP planning and optimisation
- Experience designing or building fiber optic and microwave networks.
- Proven track record in the planning, implementation and operation of GSM/Wireless and telecommunications network
- Experience with implementing and managing planning and design, implementation and operation and maintenance structures
- Experience in Microwave technologies and fibre
- Intermediate skills in IP and Ethernet technologies

Please apply via email to: careers@econet.bi or bring your application to HR department, clearly indicating the position being applied for in the subject area. Closing date for all applications is Wednesday, 10th June 2026 at 5PM.

Please note only short listed applicants will be responded to.



VACANCY - DATA CENTRE ENGINEER

A. Key Responsibilities

1. Data Centre Strategy and Planning

- Helps to develop large scale enterprise standards and promote best practices in data center operations
- Develops data warehouse process models, including sourcing, loading, transformation and extraction
- Develops data extraction procedures from other systems, such as administration, billing, or claims
- Develops or maintain standards, such as organization, structure, or nomenclature, for the design of data warehouse elements, such as data architectures, models, tools, and databases.
- Develops data mining policies and procedures
- Develops standards and procedures affecting application and systems management, processing, recovery, backup and security.

2. Data Centre Management and Performance

- Plans, designs, builds, tests, and implements enterprise server and storage components and complete end to end solutions through lifecycle planning and project execution. Acts as the server and storage domain lead on projects.
- Provides comprehensive consultation to the business area, IT management and IT staff at the highest technical level in the identification, evaluation, implementation, and testing of server and storage infrastructure systems in support of the client areas' business requirements.
- Provides expert technical support and guidance in development of complex business requirements and processes (e.g., software, hardware, tools, security, etc.) as they relate to servers and storage and interaction with other infrastructure domains
- Contributes to and/or leads drafting of statements of work and/or RFPs to secure 3rd party services required to achieve business objectives. Oversees the work of the 3rd party to ensure delivered scope meets requirements and service level agreements.

- Coordinates the purchasing, installation and testing of selected vendor hardware and software.
- Recommends, schedules, and perform improvements, upgrades, and repairs through Change Management and other IT processes
- Aids in development of business continuity and disaster recovery plans
- Ensures maximum possible service availability and performance of data centre infrastructure
- Deploys and maintains infrastructure hardware at production data centres, both hands-on and remote
- Monitors and conducts regular inspections of Data centre critical functions and infrastructure
- Monitors, corrects, reports infractions of Data center security policies and procedures
- Creates and operates mission-critical monitoring/measurement and alarm/alert systems
- Installs new servers, design rack layouts and assess power allocation
- Installs of new cabling and cable management within a Data Centre Environment
- Maintains all data centre standards, procedures, health and safety and day to day infrastructure performance issues
- Ensures that the data centre is maintained and operational 24/7 by providing daily audits and reporting about the performance level of services

3. Help Desk

- Provides support services for technical teams and customers both internal and external
- Serves as an escalation point to troubleshoot data centre issues, including coordination and support of onsite resources for the replacement of enterprise grade equipment.
- Participates in 24x7 on call roster duty as needed.

B. Education

- BS in Computer Science, Network Engineering or Electrical Engineering (or equivalent professional experience)
- MBA or MBL will be an added advantage

C. Experience

- At least 4 years of experience
- Practical experience of intelligent infrastructure management

Please apply via email to: careers@econet.bi or bring your application to HR department, clearly indicating the position being applied for in the subject area. Closing date for all applications is Wednesday, 10th June 2026 at 5PM.

Please note only short listed applicants will be responded to.



VACANCY - RADIO PLANNING & OPTIMISATION ENGINEER

A. Key Responsibilities

1. Planning and Design

- Contributes to the definition of the Radio Network target architecture; evaluating different topologies and technologies to comply with future capacity, quality and capability needs.
- Performs link budget analysis, design criteria, and traffic analysis
- Ensures data integrity of various morphology/topography databases and drive test data for model calibration
- Undertakes BSS parameter audits, suggests and fine tune parameters and implements new S/W or BSS parameters for overall network improvement
- Logs data integrity checks (drill-down cluster acceptance KPI) RAN parameter consistency checks and feature implementation.
- Performs site build verification and acceptance
- Carry out area and site surveys to identify RF equipment location and antenna orientation

2. Optimisation

- Performs analysis of network KPI's, troubleshoot issues, and be involved hands-on with day-to-day performance management / optimization functions
- Configures systems and add new equipment to the networks, turn on, integrate and optimize new cellular sites.
- Analyses drive test data and propose software and hardware recommendations to optimize and improve network performance
- Identifies and resolve data performance issues - e.g. outage, latency, throughput, failed connection attempts, and drop connections.
- Performs RF optimization/performance activities according to project plan and in project manager's guidance.
- Works with RF Integration and technical support teams to resolve any hardware/technical issues and implement changes – Tier III support

3. Co-ordinate/perform changes activities at transmission nodes

- Coordinates with field team during transmission links/E1/STM-1/Ethernet troubleshooting
- Optimises transmission capacity levels (number of STMs and E1s required and available capacity)
- Ensures completion of the requested change task as per requestor's requirement

- Ensures continuous monitoring of progress of change and notify change requestor of problems encountered if any
- Ensures compliance with defined SLA for carrying out changes
- Support Maintenance team in troubleshooting tasks

4. Reports & Records

- Ensures all relevant parties (including Radio & Transmission Support Engineers, NOC team) are notified of the results of the maintenance, fault management, and corrective maintenance activities
- Updates records, system drawings, station files, the BTS network and the Access Radio network
- Completes routine maintenance logs, activity logs, fault records and spare tracker within stipulated timelines
- Ensures documents are available to all appropriate authorities to inspect
- Prepares and shares all KPIs reports on time (daily, weekly and monthly)

B. Education

- A University Degree in Telecommunications or Electrical Engineering or equivalent

C. Experience

- 3-5 + years of RF engineering experience
- Good 2G and 3G RAN/BSS knowledge, no less than 3 years
- Radio interface optimisation
- Proven track record in the planning, implementation and operation of GSM/Wireless and telecommunications network
- Technical planning, organising and departmental and organisation experience essential

Please apply via email to: careers@econet.bi or bring your application to HR department, clearly indicating the position being applied for in the subject area. Closing date for all applications is Wednesday, 10th June 2026 at 5PM.

Please note only short listed applicants will be responded to.