

Traffic manager (H/F)

Marketing & Commerce digital Marketing omnicanal

Description de l'emploi

Le traffic manager définit, en lien avec sa direction, et supervise la mise en œuvre des stratégies d'acquisition et d'optimisation du trafic d'un ou plusieurs sites web : référencement naturel (SEO), référencement payant (SEA) et utilisation de publicités en ligne, marketing de contenu (blog, vidéos...), marketing sur les réseaux sociaux, marketing d'influence, emails marketing (informations sur les offres spéciales, les nouveaux produits...)

Il supervise la réalisation technique (planification, budget et gestion des partenariats), assure le suivi des stratégies visant à générer du trafic qualifié, à améliorer la visibilité.

Il suit de près l'impact des stratégies sur le trafic et les performances du site web. Il tient à jour les rapports statistiques, identifie et met en œuvre des actions d'amélioration pour optimiser les résultats, les stratégies et les performances des campagnes publicitaires en ligne.

Il collabore étroitement avec les équipes du marketing omnicanal et les équipes de développement web pour assurer une mise en œuvre cohérente des stratégies d'acquisition de trafic.



Autres appellations

- Responsable gestion de traffic web

Activités

- Veille technologique dans le domaine du marketing numérique et des outils d'acquisition et d'optimisation du trafic, veille sur les pratiques de la concurrence.
- Définition et mise en œuvre des stratégies d'acquisition et d'optimisation du trafic d'un ou plusieurs sites web, en étroite collaboration avec sa direction et en alignement avec la politique marketing de l'enseigne.
- Gestion des relations avec les partenaires externes : agences de marketing numérique ou plateformes publicitaires.
- Gestion des budgets alloués à la mise en œuvre des stratégies.
- Planification, gestion, surveillance et analyse des performances des campagnes et des référencements publicitaires en ligne, des actions mises en place (emails marketing...).
- Identification et mise en œuvre d'actions d'amélioration pour optimiser les résultats du trafic ou d'une campagne marketing.

Accès à l'emploi

Profil recherché :

Le métier est accessible à partir d'un diplôme de niveau bac + 3 à bac + 5 dans le domaine du commerce et du marketing digital

La pratique de l'anglais est recommandée.

Formations courantes (liste non exhaustive) :

- Licence Professionnelle - E-commerce et marketing numérique
- Licence Professionnelle - Métiers du marketing opérationnel
- Titre à finalité professionnelle - Responsable de la performance commerciale et du marketing digital
- BUT - Techniques de Commercialisation : marketing et management du point de vente
- Titre à finalité professionnelle - Responsable de projet webmarketing et communication digitale
- Titre à finalité professionnelle - Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale
- MASTER - Marketing, vente

Compétences techniques

DÉFINIR LES STRATÉGIES D'ACQUISITION ET D'OPTIMISATION DU TRAFIC D'UN OU PLUSIEURS SITES WEB

- Effectuer une veille technologique dans le domaine du marketing numérique et des outils d'acquisition et d'optimisation du trafic.
- Effectuer une veille concurrentielle, suivre les positionnements, leurs stratégies et leurs méthodes de référencement.
- Appréhender les concepts et les techniques liés à l'analyse du trafic web : taux de conversion, taux de rebond, temps passé sur le site, nombre de visiteurs, taux de clics, nombre de pages vues, taux de transformation de bannières/publicités, parcours des internautes...
- Identifier, en lien avec sa direction, les objectifs de génération de trafic et les besoins spécifiques de l'entreprise.
- Définir les stratégies d'acquisition et d'optimisation alignées avec la politique marketing de l'enseigne.
- Élaborer les plans d'action en identifiant les techniques et canaux de marketing digital les plus appropriés en fonction de la cible et des objectifs spécifiques de l'enseigne : référencement naturel (SEO), campagnes de référencement payant (SEA), réseaux sociaux, marketing par e-mail...

PILOTER LES STRATÉGIES D'ACQUISITION ET D'OPTIMISATION DU TRAFIC D'UN OU PLUSIEURS SITES WEB

- Mettre en œuvre et superviser les plans d'action définis.
- Superviser la création et la gestion des campagnes, des référencements publicitaires en ligne et des actions mises en place (e-mail marketing...) dans une logique cross-canal.
- Gérer et optimiser le budget alloué à l'achat d'espaces publicitaires, aux campagnes et actions mises en place.
- Rechercher et négocier avec les partenaires en fonction de critères et d'objectifs définis (positionnement du site, site payant ou gratuit...).
- Gérer la relation avec les partenaires et assurer le suivi de l'exécution des conditions contractuelles.
- Identifier et traiter les dysfonctionnements, anomalies, retards dans la mise en place du plan d'action.



ÉVALUER LES PERFORMANCES, DÉFINIR ET SUPERVISER LES ACTIONS D'AMÉLIORATION ET D'OPTIMISATION DU TRAFIC

- Analyser les données et les rapports pour évaluer les performances du site web en termes de trafic, de conversion et de retour sur investissement.
- Identifier les opportunités d'amélioration en termes de stratégie d'acquisition de trafic.
- Effectuer des reportings réguliers à sa direction sur les performances et les actions à entreprendre pour atteindre les objectifs.
- Définir, mettre en œuvre et suivre les actions d'optimisation.
- Superviser la mise en œuvre des AB tests pour évaluer l'impact des changements sur le site web.

Traffic manager (H/F)

Marketing & Commerce digital
Marketing omnicanal

Compétences comportementales

Indispensables pour tous les emplois dans le secteur du

Bricolage :

- Esprit d'équipe
- Sens du relationnel
- Sens de la performance et du résultat

Fondamentales pour cet emploi :

- Créativité, curiosité
- Autonomie, prise d'initiative
- Capacité d'analyse et de synthèse

**Vous souhaitez en savoir plus sur les
compétences comportementales ?
Scannez-moi !**



Relations fonctionnelles externes et internes

En interne : Le traffic manager intervient sous la direction du directeur et du responsable marketing omnicanal de l'enseigne. Il est en relation étroite avec les équipes de développement web et les traffic analyst.

En externe : Il est en relation avec les partenaires de référencement, les agences de marketing numérique pour la mise en œuvre de campagnes publicitaires en ligne

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience et une formation complémentaire en gestion, coordination de projet et management, le traffic manager peut évoluer vers les fonctions de responsable projet marketing omnicanal.