E1407
TRAFFIC MANAGER

Emploi cadre

Transition numérique

Autres emplois décrits

- Analyste de trafic
- Trafficking manager
- Traffic web manager

Définition

Le Traffic manager est en charge de la programmation et de la gestion technique des espaces et des campagnes publicitaires en ligne.

- Définit et met en œuvre des stratégies de trafic pour maximiser la visibilité des sites web
- Analyse les performances des campagnes et ajuste les stratégies en temps réel
- Collabore avec les équipes marketing pour aligner les campagnes avec les objectifs commerciaux
- Utilise des outils d'analyse pour surveiller le trafic et identifier les opportunités d'amélioration
- Gère le budget des campagnes publicitaires pour optimiser le retour sur investissement
- Reste à jour avec les dernières tendances et technologies en matière de gestion de trafic

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible à partir d'un niveau Bac + 2 à Bac + 5 en technologie de l'information, finance, web marketing, commerce.
Une certification en Google Analytics peut être un atout.

Certifications et diplômes :

- Licence pro mention commercialisation de produits et services
- Licence pro mention métiers du marketing opérationnel
- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence pro mention e-commerce et marketing numérique
- Licence pro mention commerce et distribution
- Manager marketing digital (MS)

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Gérer les campagnes publicitaires digitales
- Construire des rapports détaillés sur les performances des campagnes
- Optimiser le référencement naturel (SEO) des sites web — Transition numérique
- Argumenter pour justifier les choix stratégiques des campagnes
- Mettre en œuvre des campagnes de marketing ciblées

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie média
- Sélectionner des canaux de communication
- Analyser le trafic d'un site web — Transition numérique
- Mettre en place des solutions de suivi (tracking) pour analyser le trafic d'un site ou d'une plateforme, et les comportements de navigation des visiteurs — Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier un contrat
- Gérer les budgets alloués aux campagnes publicitaires

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Mettre en place des partenariats stratégiques
- Développer des stratégies pour augmenter l'engagement utilisateur — Transition numérique
- Contrôler des indicateurs de performance, analyser et corriger des écarts
- Développer des stratégies de marketing digital — Transition numérique
- Réaliser une veille de marché, une veille concurrentielle
- Collecter des informations sur un produit, une marque
- Planifier des campagnes marketing intégrées

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Mise en place et suivi des taggages, en vue d'analyses statistiques d'audience
- Analyser les données d'audience pour améliorer les stratégies
- Etablir des méthodologies et outils d'étude des médias
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants Transition numérique
- Analyser les indicateurs pertinents sur les tendances et les usages des clients

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier des contrats avec des plateformes de diffusion
- Analyser les coûts et optimiser le budget

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Assurer une présentation orale et écrite de son activité devant un client, des collaborateurs, son équipe afin de susciter l'adhésion
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel
- Se coordonner avec les équipes de création pour le contenu des campagnes
- Se tenir informé des évolutions technologiques et des nouvelles tendances dans son domaine d'activité

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Agir rapidement en cas de dysfonctionnement des campagnes

Savoir-être professionnels

- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de rigueur et de précision
- Faire preuve de réactivité

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoirs

Domaines d'expertise

- Analyse comportementale
- Webmarketing — Transition numérique
- Outils de web analyse - web analytics — Transition numérique
- Search Engine Marketing (SEM) — Transition numérique
- Techniques d'exploration de données (data mining)
- Langages de programmation informatique — Transition numérique
- Optimisation de la visibilité en ligne — Transition numérique
- Connaissance des tendances du marché digital — Transition numérique
- Média de l'affichage
- Média de la Presse
- Planification stratégique en marketing digital — Transition numérique
- Connaissance des métriques du marché
- Marketing (mercatique)

Techniques professionnelles

- Gestion des campagnes d'emailing — Transition numérique
- Techniques d'optimisation de la conversion — Transition numérique
- Techniques de mesure de performance digitale — Transition numérique
- Techniques de publicité sur les réseaux sociaux — Transition numérique
- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques — Transition numérique

Normes et procédés

- Principes de rédaction du plan média
- Optimisation SEO pour le multimédia — Transition numérique
- Référencement web — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- En contact avec du public
- Polyactivité
- Station assise prolongée
- Travail en mode projet

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Horaires et durée du travail

- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Entreprises de médias
- Entreprises et milieux professionnels

Secteurs d'activité

- Communication et marketing
- Informatique et télécommunication

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail