

E1407

TRAFFIC MANAGER

Emploi
cadreTransition
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

Cet emploi 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
- Argumenter pour justifier les choix stratégiques des campagnes
- Mettre en œuvre des campagnes de marketing ciblées

Transition numérique

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie média
- Sélectionner des canaux de communication
- Analyser le trafic d'un site web
- 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

Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier des contrats avec des annonceurs et des agences
- Gérer les budgets de campagnes publicitaires

Savoir-faire secondaires

Développement économique

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

Transition numérique

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 et faire évoluer des méthodologies et outils d'étude et de mesure médias
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants
- Analyser les indicateurs pertinents sur les tendances et les usages des clients
- Se tenir informé des évolutions technologiques et des nouvelles tendances dans son domaine d'activité

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

Management, Social, Soins

- Se coordonner avec les équipes de création pour le contenu des campagnes

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

Savoirs

Domaines d'expertise

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

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Techniques professionnelles

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

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Transition numérique

Normes et procédés

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

Transition numérique

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
-



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