



# TRAFFIC MANAGER (H/F)

Autre(s) appellation(s) : Responsable gestion de trafic web (H/F)

Il/elle est spécialiste de la publicité et joue un rôle d'intermédiaire entre l'annonceur et les sites internet sur lesquels ses campagnes publicitaires sont déployées. Le traffic manager (H/F) a pour autre mission d'optimiser les leviers d'acquisition de trafic sur le web afin de donner de la visibilité au site, à la marque, et de générer le maximum de trafic ainsi que de chiffre d'affaires.

## ➤ Accès à l'emploi

Les formations/certifications courantes pour accéder à l'emploi (cette liste n'étant pas exhaustive) sont :

- 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
- Titre à finalité professionnelle - Responsable de projet webmarketing et communication digitale
- Licence Professionnelle - E-commerce et marketing numérique (fiche nationale)
- Titre à finalité professionnelle - Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale
- MASTER - Marketing, vente
- RNCP34577 - Manager de la communication et du marketing digital (niv.7)

Expérience professionnelle souhaitée dans le domaine visé  
Pratique de l'anglais requise

## ➤ Relations fonctionnelles

Le traffic manager (H/F) intervient sous la responsabilité du responsable marketing et communication (H/F)

### Relations internes :

- En lien avec tous les métiers des filières « Marketing et expérience client », « SI IT » et « Développement commercial »
- Chef de produit (H/F)
- Directeurs de départements (H/F)

### Relations externes :

- Prestataires
- Partenaires de référencement

## ➤ Mobilité professionnelle

Le traffic manager (H/F) peut évoluer vers ces emplois (cette liste n'étant pas exhaustive) :

- Data analyst (H/F)

Avec l'expérience et une formation complémentaire notamment en management, le traffic manager (H/F) peut progressivement évoluer vers les emplois suivants :

- Data protection officer (H/F)
- Responsable des études marketing (H/F)
- Responsable projet CRM (H/F) Responsable marketing (H/F)
- Directeur marketing omnicanal (H/F)





## ➤ Activités & compétences techniques



En fonction du contexte de l'entreprise et du poste concerné, la personne peut exercer tout ou partie des activités suivantes :

### Analyser la fréquentation et le positionnement du site, et mesurer les actions menées en matière d'optimisation de trafic

- Analyser les taux de rebond, de revisite sur le site
- Calculer les taux de conversion sur les sites de vente en ligne
- Concevoir des tableaux de bord d'activité dans une dimension multicanale grâce à des outils de datamining
- Définir le ROI (retour sur investissement) des différents canaux
- Suivre l'indexation des pages des sites dans les moteurs de recherche, le taggage et analyser les données issues des outils de web analytics
- Utiliser les outils de reporting automatisé du trafic et des parcours clients afin de suivre et d'analyser l'audience du site

### Mettre en place une veille technologique et stratégique

- Analyser l'information des concurrents, suivre les positionnements respectifs et leurs méthodes de référencement
- Effectuer une veille sur les évolutions technologiques d'Internet
- Faire une veille sur les nouveaux produits ou services (applications m-commerce, f-commerce, ...)
- Identifier les opportunités de différenciation et détection de prospects (génération de leads)
- Suivre l'évolution des algorithmes de référencement
- Suivre les évolutions des comportements des consommateurs sur le Web

### Proposer des stratégies d'acquisition et d'optimisation du trafic

- Assurer le suivi d'opérations de retargeting
- Augmenter la visibilité du site sur les moteurs de recherche via des techniques de référencement naturel ou gratuit (SEO)
- Définir le contenu des annonces publicitaires et bannières destinées à promouvoir le site et le coût associé à leur diffusion
- Faciliter l'accessibilité des plateformes digitales de l'entreprise
- Gérer l'achat d'espaces publicitaires sur Internet (campagnes Display/RTB)
- Gérer la publicité sur les moteurs de recherche sponsorisés (référencement payant ou SEM)
- Gérer les campagnes d'e-mailings
- Gérer les partenariats qui renforcent la popularité du site et le référencement (affiliation)
- Intervenir auprès des community managers (référencement social) dans la gestion des fans et veiller à l'e-réputation de l'entreprise
- Mettre en place des dispositifs visant à améliorer la visibilité du site (comparateurs de prix, blogosphère, forums, ...)
- Mettre en place des projets d'acquisition/d'animation de site (type jeux concours)
- Rechercher de nouveaux partenaires en fonction de critères et d'objectifs définis (positionnement du site, site payant ou gratuit, sites de niche)



## ➤ Compétences comportementales

- + Rigueur, organisation, gestion des priorités
- + Proactivité, prise d'initiative
- + Sens de la performance et du résultat
- + Capacité d'analyse

