



## FICHE MÉTIER

# RESPONSABLE D'ACQUISITION DE TRAFIC

### Autres appellations

Responsable search marketing et media, responsable SEM (Référencement gratuit et payant, display et SMO), Responsable SEO (Référencement naturel), Responsable acquisition d'audience, Responsable gestion de trafic web

### Segments d'entreprises

Régies publicitaires médias

## MISSIONS

Le responsable d'acquisition de trafic est chargé d'optimiser la visibilité de sites Web. Il agit sur les différents leviers d'acquisition d'audience : référencement naturel et payant, affichage publicitaire en ligne (display), et campagnes sur les réseaux sociaux (SMO). Il travaille en lien avec l'équipe SEM (Search Engine Marketing).

## PRINCIPALES ACTIVITÉS

### Activités communes à tous les segments de la branche

#### Définition de la stratégie d'acquisition

- Définition des KPI (Key Performance Indicators) à suivre dans le cadre des campagnes d'acquisition
- Choix des leviers d'acquisition. Répartition du budget alloué en fonction de la stratégie définie

#### Élaboration des études, d'analyses et des recommandations

- Supervision de la réalisation d'une analyse du site web d'un client et de son positionnement dans des moteurs de recherche en vue des recommandations
- Présentation des résultats des optimisations et des campagnes publicitaires aux équipes concernées (créatives, commerciales, de planning, etc.)
- Observation d'autres sites et analyses des résultats des concurrents (benchmark)

#### Supervisions et optimisation des campagnes publicitaires

#### Référencement payant

#### SEA, Search Engine Advertising



- Construction et optimisation des campagnes de liens sponsorisés sur les moteurs de recherche à partir d'une base de données de mots clés ciblés

#### **Display (publicité en ligne)**

- Achat d'espaces publicitaires et achat de l'affichage de la publicité en ligne sur d'autres sites (formats : bannières, pavés, interstitiel, habillage de site, etc.)
- Gestion du ciblage par le biais de différentes techniques : ciblage direct, reciblage, enchères (RTB Real Time Bidding)

#### **Affiliation**

- Souscription à des programmes d'affiliation pour promouvoir les services et les produits de sites partenaires affiliés. Modes de facturations variables : Coût par Clic (CPC), Coût par Lead (CPL), Coût par Action (CPA), Coût par Mille (CPM) ou PPS (Pay Per Sale, rémunération par vente)

#### **Partenariats**

- Création de partenariats avec des sites affinitaires en vue d'achat ou d'échange de visibilité

#### **Référencement naturel**

##### **SEO, Search Engine Optimization, ou référencement naturel**

- Audit éditorial (sémantique) et technique
- Élaboration et mise en œuvre de la stratégie SEO
- Suivi du positionnement du site dans les pages de résultats des moteurs de recherche en fonction des mots clés
- Netlinking : obtention de liens (Backlinks) depuis des sites externes (blogs, forums, annuaires, autres sites) et amélioration du maillage interne
- Gestion de la production de contenus éditoriaux optimisés pour les moteurs de recherche
- Suivi des évolutions des moteurs de recherche
- Optimisation et tests de nouvelles stratégies d'optimisation, SEO

##### **SMO, Social Media Optimization**

- Gestion de la réputation des marques sur les réseaux sociaux
- Définition et mise en œuvre des différentes stratégies de présence de l'entreprise sur les réseaux sociaux
- Community Management : animation de la communauté en ligne autour d'une marque ou d'une entreprise

##### **Veille technologique et concurrentielle**



- Veille de l'évolution des méthodologies et des innovations dans le domaine de l'acquisition et du référencement : nouveaux canaux d'acquisition, amélioration du ciblage publicitaire, outils de mesure, facteurs de classement des moteurs de recherche, etc.
- Veille concurrentielle

#### **Suivi d'activité**

- Participation à l'analyse des chiffres et des balises META en collaboration avec les data managers/web analystes
- Suivi et études des résultats des campagnes publicitaires sur internet par rapport à leur performance de celles-ci et au comportement des internautes sur le site
- Diffusion des résultats aux équipes concernées (commerciales, décisionnelles, etc.)
- Propositions d'optimisation des campagnes afin d'atteindre des objectifs

#### **Direction et animation d'une équipe des consultants SEM**

- Coordination et contrôle du travail de son équipe SEM
- Validation et vérifications des résultats
- Formation de nouveaux consultants/collaborateurs SEM

#### **Participation à la vente**

- Recommandations pour des réponses aux appels d'offres, en lien avec les équipes commerciales

---

## **COMPÉTENCES CLÉS REQUISES**

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
  - Elaborer des recommandations pour une stratégie de SEM (Search Engine Marketing)
- **Pilotage de projet**
  - Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet en optimisant les synergies, la communication et les processus, le cas échéant en organisant des réunions
  - Briefer des équipes en formulant les attendus de leur production et en proposant des méthodologies adaptées
  - Développer un réseau de prestataires externes en repérant, en rencontrant et en entretenant un lien avec des profils correspondant aux besoins de son activité (suivi de l'actualité, participation à des salons et réunions professionnelles, consultation des réseaux sociaux...)



- **Management et organisation d'équipe**
  - Motiver et animer une équipe en créant les conditions de collaboration par la fédération autour d'objectifs, la coordination, le conseil, le dialogue, la supervision, le recadrage en cas de besoin, la gestion des conflits
- **Réalisation d'études**
  - Piloter une étude sémantique ou technique en en prenant en compte les objectifs fixés à l'étude
- **Négociation et achats**
  - Négocier des budgets, des devis ou des tarifs avec un client, un prestataire ou un autre service de son entreprise, dans le respect des instructions, des accords-cadres ou de l'enveloppe définis par l'entreprise, en identifiant son principal enjeu, en évaluant le rapport qualité-prix et en préparant ses arguments
- **Veille et documentation**
  - Structurer une veille en organisant et en mettant à disposition l'information collectée

---

## CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Maîtrise du programme Google Adwords
- Connaissances en webanalytics
- Connaissance des techniques de référencement naturel, du web marketing
- Connaissance et compréhension des techniques de média-planning et des procédés d'achats
- Connaissance d'outils d'aide à la gestion de campagnes de liens sponsorisés
- Connaissance des méthodes de gestion d'un budget et du management
- Connaissances rédactionnelles
- Maîtrise des techniques d'analyse des chiffres
- Notions législatives (droit des TIC, droit en matière d'achat de mots clés, ton/expressions sur le web...)
- Connaissance des langages informatiques (HTML, PHP, CSS, JavaScript, XML, RSS, ASP.NET)
- Connaissance de l'anglais

## ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

### Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Création
- Stratégie, études et analyses marché

### Relations avec les acteurs externes

- Agences médias
- Clients de son portefeuille (annonceurs)
- Sites
- Réseaux de partenaires
- Régies publicitaires
- Développeurs (back office)
- Intégrateurs (front office)

---

## PROFIL SOUHAITÉ

### Formation recommandée

Minimum bac +3 d'école de commerce, d'école d'ingénieur ou d'université

### Expérience recommandée

Expérience de 2 à 5 ans (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) en acquisition de trafic via les canaux affiliation et SEM (SEO, SMO et SEA, display, partenariats)

Première expérience en management