



GESTION ET OPTIMISATION DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DU PLAN MEDIA

Chargé de Référencement Web



Missions

Le Chargé de Référencement Web optimise la visibilité et le positionnement des sites web sur les moteurs de recherche afin d'améliorer leur trafic organique. Il met en place des stratégies SEO (référencement naturel) et / ou SEA (référencement payant), en analysant les performances des sites et en ajustant les actions pour maximiser leur efficacité.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable SEM

Responsable SEO / SEA

Consultant SEO / SEA

Responsable référencement

Chef de projet SEO / SEA

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences média

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation

Principales activités

- Définir des stratégies d'acquisition digitale : Analyser les besoins du client, sa cible et ses objectifs pour élaborer des stratégies SEO et SEA adaptées, en définissant des indicateurs de performance clés.
- Mettre en place et optimiser le référencement naturel (SEO) : Améliorer la structure des sites web, optimiser les contenus et gérer les backlinks afin d'améliorer le positionnement sur les moteurs de recherche en tenant compte des évolutions algorithmiques.
- Lancer et suivre les campagnes de référencement payant (SEA) : Configurer, paramétrer et gérer les campagnes publicitaires payantes sur des plateformes comme Google Ads et Meta Ads, en optimisant les mots-clés et les enchères pour maximiser la performance.
- Suivre et ajuster les performances des campagnes digitales : Analyser les indicateurs clés (taux de clics, taux de conversion, coût par acquisition, ROI) et ajuster les campagnes pour améliorer leur impact.
- Mener une veille technologique et concurrentielle : Suivre l'évolution des algorithmes des moteurs de recherche, les tendances du marché et les pratiques concurrentielles afin d'optimiser continuellement les stratégies SEO et SEA.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Auditer le site web d'un client pour identifier les axes d'amélioration

▼ Concevoir et mettre en œuvre des stratégies ou process digitaux

- Connaître les leviers du SEM et savoir les combiner pour optimiser les résultats.
- Concevoir une stratégie de référencement naturel (SEO) à travers l'optimisation technique, sémantique et éditoriale
- Définir une stratégie de référencement payant (SEA) en optimisant les mots-clés et les enchères pour garantir le meilleur retour sur investissement
- Optimiser la structure et le contenu des sites web pour améliorer leur référencement naturel
- Optimiser les mots-clés et les enchères pour améliorer les performances du référencement payant des sites webs

▼ Assurer un suivi de la campagne

- Suivre et interpréter les indicateurs de performance des campagnes digitales performance (taux de clics, taux de conversion, coût par acquisition) et ajuster les actions en conséquence
- Gérer les outils de suivi et d'analyse de trafic web afin de mesurer la performance des actions de référencement et des campagnes publicitaires.
- Implémenter et paramétrer des systèmes de suivi publicitaire (tags) sur les sites web et campagnes pour assurer un suivi précis des résultats.

▼ Assurer une veille technologique et concurrentielle

- Mener une veille sur les nouvelles tendances en matière de référencement naturel, de publicité digitale et de réglementation, afin d'adapter en permanence les stratégies et outils utilisés

▼ Appliquer un cadre juridique ou réglementaire

- S'assurer du respect des normes en matière de confidentialité et de protection des données dans la mise en place des campagnes publicitaires et des outils de tracking.

▼ Piloter un projet

- Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet

Autres compétences

Savoirs

- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Référencement
- > Marketing
- > Réglementaire
- > Veille technologique
- > Langages informatiques
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de persévérance
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > S'adapter aux changements
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

L'essor de l'intelligence artificielle et des algorithmes de moteur de recherche complexifie la gestion du SEO et le référencement, tandis que l'augmentation des restrictions en matière de protection des données personnelles impose une adaptation permanente des stratégies SEA.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Webdesigner
- Développeur Web
- Trafic création
- Traffic Manager
- Brand content manager
- Chef de projet
- Conseiller commercial

En externe

- Régies
- Plateformes technologiques (DSP, SSP, DMP)

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en marketing digital, communication, webmarketing ou école de commerce avec une spécialisation digitale.

Expériences recommandées

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