



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

Traffic Manager

GESTIONNAIRE DE TRAFIC PUBLICITAIRE



Missions

Le Traffic Manager assure la mise en place, la gestion et l'optimisation des campagnes publicitaires digitales en veillant à leur bon déroulement sur les différentes plateformes de diffusion. Il évalue les solutions techniques d'advertising (organisation et délivrance des publicités) et de tracking, il élabore les plans de taggage en cohérence avec les enjeux client et optimise les process. Il contrôle le suivi de diffusion des campagnes digitales, analyse leurs performances afin d'améliorer leur efficacité et établit le tableau de bord et le bilan des campagnes.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable de la diffusion publicitaire

Adops manager

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences média

Régies publicitaires

Principales activités

- Mettre en place et paramétrer des campagnes publicitaires : Configurer les campagnes sur les différentes plateformes (ad servers, DSP), assurer l'intégration des éléments créatifs et veiller au respect des spécificités techniques.
- Optimiser et suivre des performances : Analyser les indicateurs clés (taux d'impression, taux de clics, conversion), ajuster les paramètres de diffusion en temps réel et recommander des optimisations pour améliorer les résultats.
- Gérer les flux de diffusion et le bon déroulement des campagnes : Superviser la diffusion des publicités sur les différents canaux (display, vidéo, social media, programmatique) et s'assurer du respect des plannings et des engagements contractuels.
- Détecter et résoudre des anomalies techniques : Identifier et corriger les erreurs de diffusion, assurer le bon fonctionnement du tracking et des remontées de données et remédier aux problèmes liés à l'attribution des performances.
- Collaborer avec les équipes internes et partenaires : Travailler en lien avec les équipes commerciales, créatives et techniques pour garantir une diffusion efficace et conforme aux objectifs fixés.
- Conduire une veille technologique et améliorer les process : Se tenir informé des évolutions des plateformes publicitaires, des nouvelles tendances en matière de ciblage et d'automatisation, de spécificités techniques des partenaires médias, et contribuer à l'optimisation des outils et méthodologies internes.
- Gérer et optimiser la diffusion des campagnes : Piloter la mise en place des campagnes publicitaires digitales assurer leur diffusion sur les différents supports et canaux et ajuster les paramètres pour maximiser la visibilité et les performances.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Réaliser l'implémentation du dispositif média dans les outils de diffusion
- Définir et structurer les actions de diffusion publicitaire en fonction des objectifs de communication, du budget et des caractéristiques des supports médias

▼ Assurer un suivi de la campagne de communication

- Programmer et mettre en œuvre une campagne sur un serveur publicitaire en respectant les budgets définis et le calendrier de diffusion
- Gérer les flux de diffusion et assurer la conformité des campagnes publicitaires aux réglementations en termes de protection des données
- Maîtriser des logiciels de planification et de gestion de campagne publicitaire numérique pour organiser et suivre les campagnes publicitaires digitales
- Collaborer avec les acteurs internes et externes d'une campagne et participer à leur coordination : équipes créatives, annonceurs, régies publicitaires et les équipes en charge de la diffusion.

▼ Piloter un projet

- Utiliser des outils de suivi et d'analyse des performances de campagne pour mesurer l'efficacité des actions et ajuster les stratégies en fonction des résultats obtenus
- Piloter le reporting des campagnes

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Analyser un tableau de bord, des indicateurs, pour mesurer la performance d'une campagne digitale
- Réaliser un suivi et établir un bilan sur la base d'un tableau de bord ou d'une batterie d'indicateurs avec les outils appropriés
- Exploiter les données analytiques : interpréter les statistiques des campagnes publicitaires et ajuster les diffusions pour atteindre les objectifs de performance.

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Stratégie
- > Communication orale
- > Communication écrite
- > Etudes
- > Réseaux sociaux
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Analyse de performance
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Techniques de vente
- > Vente et négociation commerciale
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires
- > Veille technologique
- > Outils d'analyse et de tracking
- > Plateformes d'achat d'espace
- > Outils de média trading

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Avoir un esprit analytique
- > 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 rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

L'essor de la publicité programmatique et l'intégration de l'intelligence artificielle dans l'optimisation des campagnes transforment les outils et méthodes de travail du Traffic Manager. La gestion des données et le respect des réglementations (RGPD) sont également des enjeux clés du métier.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Responsable Trafic Média
- Directeur de Clientèle
- Consultant Média
- Data Analyst
- Expert Programmétique

En externe

- Clients et annonceurs
- Régies publicitaires
- Prestataires

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac +5 en école de commerce, d'ingénieur informatique et multimédia, en statistique ou marketing avec une dimension statistique ou digitale

Expériences recommandées

- > Expérience de 3 à 5 ans dans le domaine de la publicité numérique

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Traffic Manager

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Responsable de Pôle

EVOLUTIONS POSSIBLES