



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Trafic manager

Famille métier : Fabrication/production

En entreprise / organisation – En agence – En régie

Autres appellations : Responsable de trafic,
gestionnaire de trafic

Définition du métier

Le trafic manager est le spécialiste en charge de la programmation, du suivi technique des campagnes de la gestion des espaces publicitaires et de l'analyse statistique du trafic sur internet.

Il a pour rôle de gérer et d'optimiser les emplacements publicitaires du client et de les analyser via différents outils (Dart, Openadstream, Smartadserver, Adtech...).

Missions

Le trafic manager met en place et gère le fonctionnement des publicités sur le web.

Le trafic manager assure le suivi des campagnes publicitaire et mesure leur impact.

Il est chargé de réaliser le bilan des campagnes publicitaires pour le client

Domaines et périmètre d'intervention

Le trafic manager travaille principalement au sein des agences médias ou des régies publicitaires, mais peut aussi travailler chez l'annonceur.

En interne, il est en relation avec les équipes commerciales, marketing, le webmaster.

Dans une régie, le trafic manager est en relation étroite avec les annonceurs et les agences.

Activités et tâches

Activité 1 : **Met en ligne les campagnes**

- Tâches :**
- Oriente le commercial dans le choix des supports
 - Valide les éléments techniques reçus
 - S'occupe de la mise en ligne des campagnes
 - Rentabilise au maximum les espaces publicitaires
 - Met à jour l'espace disponible pour éviter d'aboutir à un espace publicitaire surchargé

Activité 2 : **Suit l'évolution et l'occupation des espaces publicitaires**

- Tâches :**
- Suit le trafic, l'audience des sites internet
 - Suit les données statistiques des campagnes
 - Tient à jour un planning d'occupation des espaces publicitaires en ligne
 - «Tague», à savoir mettre en place un code permettant le suivi statistique des publicités
 - Effectue des réajustements pour augmenter la visibilité des publicités
 - Retire les publicités à la fin des campagnes.

Activité 3 : **Assure le bilan des campagnes**

- Tâches :**
- Analyse l'efficacité des campagnes grâce à des indicateurs précis (impressions délivrées, taux de clics, demande de formulaire...)
 - Élabore des bilans intermédiaires et finaux à destination du client
 - Recommande pour les campagnes de nouveaux supports ou formats publicitaires
 - Adapte les solutions proposées aux besoins des clients
 - Assure une veille sur les pratiques des concurrents

Compétences

SAVOIRS

Bonne connaissance des outils informatiques en software.

Maîtrise de toutes les étapes d'une mise en ligne.

Connaissance de la démarche commerciale de l'entreprise.

Connaissance des besoins des clients.

Connaissances des leviers de publicité en ligne (liens sponsorisés, référencement).

Connaissances des nouvelles technologies de l'information.

Connaissance des outils de promotion sur internet.

Connaissance des métiers de la chaîne de création d'un site internet (conception, ergonomie, graphisme, développement).

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Avoir une bonne maîtrise des logiciels de bureautiques et des réseaux sociaux.

Avoir une bonne maîtrise des outils graphiques, d'analyse, des techniques publicitaires et de rédaction.

Bien maîtriser les serveurs publicitaires (Adserver) et les outils de tracking (suivi).

Avoir une pratique basique des langages : HTML, Javascript, SQL, PHP, XML.

Compétences souhaitées :

Être capable de traiter des informations complexes.

Être capable de s'exprimer dans une langue étrangère.

SAVOIR-ÊTRE

Adaptabilité.

Réactivité.

Autonomie.

Disponibilité.

Curiosité.