

MARKETING, COMMUNICATION, DÉVELOPPEMENT DES VENTES, DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE

# Chargé / chargée de projet en référencement (SEO / SEA)



**SOUS-FAMILLE :** Activités publicitaires

**AUTRES APPELLATIONS :** Référencier / référenceuse web

Chargé / chargée de search engine optimisation (SEO)

Chef / cheffe de projet Search Engine Advertising (SEA) Consultant / consultante SEO

**CODE ROME :** E1402 - Média planneur / planneuse

Le référencier / la référenceuse web est responsable du référencement naturel et payant du média dans lequel il / elle travaille. Il / elle est ainsi en charge de l'ensemble des activités concourant à accroître la visibilité du site internet sur les moteurs de recherche. Pour cela, il / elle gère les leviers d'acquisition externe et interne sur le site en étroite collaboration avec les équipes chargées d'analyser les chiffres d'audience.

## Activités

### Activités principales

Développement de la visibilité d'une marque au sein de communautés sur le web

- Suivre, anticiper et optimiser l'évolution du trafic sur les moteurs de recherche
- Assurer une veille des nouvelles prescriptions techniques en matière d'optimisation

Suivi et analyse de la stratégie commerciale publicitaire

- Mettre en place des indicateurs de performance

Recherche d'information et réalisation du contenu rédactionnel

- Assurer une veille de l'information

Suivi et analyse des ventes et de l'audience

- Contribuer aux réflexions relatives à l'amélioration des ventes et / ou de l'audience

### Variabilité des activités

**E**n fonction de la taille de la structure dans laquelle il / elle travaille, il / elle peut être appuyé / appuyée par les équipes data, marketing, développement de l'audience, développement du produit ainsi que les chargés de communication digitale pour l'analyse des statistiques de visites des différentes pages du site internet. Par ailleurs, dans d'autres configurations, ses missions peuvent être portées par des métiers "chargé de marketing".

## Compétences

### Compétences stratégiques

Déterminer les moyens susceptibles d'optimiser le référencement du site

### Compétences techniques

Maîtriser les différents langages des navigateurs webs (HTML/CSS/Javascript)

Appliquer les techniques de référencement en fonction des tendances et de l'évolution du trafic

Analyser le trafic d'un site web via les outils de web analyse / web analytics

Configurer et programmer une campagne Google ads ciblée

Analyser la performance des campagnes (détermination et suivi des KPI)

Identifier les différents éléments qui vont avoir une incidence sur le référencement

Saisir les méta-données pour permettre le référencement des contenus

### Compétences relationnelles

Etre force de proposition pour optimiser la diffusion et/ou le référencement des contenus

Expliciter de manière pédagogique certains choix rédactionnels

Argumenter le bien fondé d'une démarche

## Connaissances

### Environnement professionnel

- Connaissance des publics, de leurs attentes et comportements de lecture
- Connaissance des thématiques et des tendances qui fédèrent une communauté

### Techniques web et audiovisuelles

- Langages et Pratiques du web
- Outils de web analyse / web analytics

## Voies d'accès et passerelles

### Profils

A partir d'un bac +5 techniques de communication et du marketing digital ou expérience équivalente

### Expérience

Pas d'expérience requise

### Envie de changer de métier ?

Retrouvez ci-dessous les passerelles envisageables au sein du des métiers de la presse et des agences de presse, sur la base de plusieurs critères de proximité.

**Chargé / chargée de projet en référencement (SEO / SEA)**

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

**Responsable d'acquisition de trafic (Publicité)**

MÉTIER(S) PROCHES

**Animateur / animatrice de communautés**

AUTRE(S) MÉTIER(S) LIÉ(S)