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 :**

* Référenceur / 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](https://candidat.francetravail.fr/metierscope/fiche-metier/E1402)

**FINALITÉS :**

Le référenceur / 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 concourrant à accroitre 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
* Recherche d'information et réalisation du contenu rédactionnel
* Suivi et analyse des ventes et de l'audience

**VARIABILITÉ DES MÉTIERS :**

En 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***

* Maitriser 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 un 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.

MÉTIERS PROCHES

* Responsable d'acquisition de trafic (Publicité)

AUTRE(S) MÉTIER(S) LIÉ(S)

* Animateur / animatrice de communautés