

Métiers : quelques exemples de fonctions exercées par les Diplômés/es

Département Communication Médias

Chargé(e) de Fidélisation Web

Chargé(e) du développement, de la qualification et de la fidélisation de la clientèle. En charge de la gestion et du suivi des campagnes. Construction des programmes de fidélisation. Segmentation des clients afin de déterminer des profils types, en déduire les meilleurs moyens de les contacter et réaliser les différents supports de communication commerciale et outils de communication. Coordination et progression de ces outils. Réalisation d'enquêtes quantitatives et qualitatives.

Chef(fe) de projet e-marketing / Chef(fe) de projet webmarketing

Elabore la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise via Internet. Identifie et qualifie les demandes du consommateur sur Internet, conçoit les réponses et les met en œuvre, gère les retours et les réactions, fournit des rapports de synthèse et des analyses de résultats des actions.
En collaboration avec les différentes équipes (marketing, publicitaire, communication, commerciale...), fixe les objectifs à atteindre et les moyens à mettre en place, après analyse et évaluation des différentes composantes du marché.
Anime, gère le site et mesure les tendances du marché dans son domaine d'activité. Identifie les nouveaux médias interactifs mais également le offline (TV, radio, journaux, affichage publicitaire...).

En charge de : l'analyse de la concurrence, des tendances et typologies des consommateurs - La définition de la stratégie marketing via Internet, son intégration et son adéquation à la stratégie de marketing globale - La mise en œuvre des actions de communication offline ou online autour du site - L'élaboration, la conception et la mise en ligne du site - La promotion du site : animation du site (encarts, e-mailing, newsletter...) - La stratégie de référencement du site et le positionnement de celui-ci dans les moteurs de recherche par rapport aux expressions et mots-clés liés à l'univers du site - La coordination des partenariats du site (affiliation, échange de lien, co-branding, relation avec les différents prestataires...) - Le suivi de l'audience et du trafic du site.

Chef(fe) de projet web / Webmestre

Fait naître et vivre un site. Après en avoir mis en place l'architecture et les rubriques, veille à son fonctionnement et à sa mise à jour. Assure la veille technologique (observation de la concurrence et des évolutions techniques) et gère les relations avec les webdesigners et des développeurs. S'il/elle est responsable du contenu du site, il/elle peut être amené(e) à rédiger des articles et à créer des rubriques.
Le coeur de métier se déplace aujourd'hui vers l'hébergement, le référencement et l'analyse de trafic : il/elle analyse la fréquentation du site et en dégage des prévisions et des préconisations. Son métier contribue donc à analyser la pertinence des choix de tous les acteurs du site et à en améliorer la performance.
Selon la taille de l'entreprise ou du service, il/elle travaille sous la responsabilité d'un chef de projet ou responsable de site Internet ou il/elle assume lui-même cette fonction. S'il/elle s'occupe d'un site Intranet, il/ellesollicite les différents services de l'entreprise pour enrichir les rubriques du site. Il/elle peut assumer le rôle de chef de projet Intranet.

Community manager

Fait partie soit du département Marketing soit du département Produit. Fonction parfois associée à celle de Content Manager qui crée le contenu du site. Gère la ou les communautés : Modère et anime les discussions, au sein d'un forum, sur un blog, tous les User Generated Content qui seront introduits sur le site. Gère les discussions qui se déroulent à l'extérieur. Suit les conversations qui se font sur d'autres sites au sujet de la marque pour pouvoir y répondre et contrôler au mieux ce qui se dit.
Développe la connaissance de la marque au sein des différentes communautés du web :
Son rôle : « parler » et « faire parler » au maximum de la marque, augmenter le nombre de liens et de posts relatifs à la marque.

Concepteur web

Gère les projets Web et en assure la maîtrise d'ouvrage : veille à la bonne organisation du projet et à la compréhension entre le besoin client, les différentes directions métiers et les équipes techniques. Intervient dans la phase amont du projet, participe à l'analyse de besoins clients et intervient dans la phase de réalisation du cahier des charges. Créatif qui possède une capacité particulière à convertir les idées du client en mots, qui lors de la phase de recommandations se traduisent en réalisations concrètes. Imagine des solutions et des interfaces les mieux adaptées aux besoins spécifiques du client, qui visent à faciliter le travail des utilisateurs, tout en offrant un meilleur rendement. Supervise les aspects techniques de réalisation, en étant plus orienté sur le conseil du client et sur l'étude de marché. Coordonne des interventions d'experts dont il connaît les domaines d'expertise sans les maîtriser parfaitement (sécurisation, graphisme multimédia, réseaux, etc.), son rôle se rapproche parfois de celui de chef de projet. Suivis réguliers et attentifs des tendances sur Internet, des stratégies de communication de concurrents et des nouveautés en termes de développement technique.

Responsable Ergonomie / Animation Site Web

Optimisation et pilotage des résultats du site – Amélioration du site. – Réduction du taux d'abandon de panier en définissant une stratégie - Travail sur l'ergonomie, la catégorisation, la navigation - Développement de nouveaux services & fonctionnalités - Conduite des projets de refonte et/ou optimisations – Animation du site - Etudes sur des pistes d'optimisations - Etudes auprès des clients - Suivi des différents indicateurs du site – Optimisation et pilotage de la politique de tracking.

Responsable Partenariat et Affiliation

Définit les stratégies de Partenariats et d'Affiliation pour maximiser le nombre de nouveaux clients recrutés

- Mise en place et suivi des actions marketing : - campagnes en relation avec les équipes internes et les prestataires de services. - mise en ligne et accessibilité des offres sur l'ensemble des leviers d'acquisition (partenariats, affiliation, comparateurs de prix,...). - suivi quotidien des prestataires. – développement du réseau de partenaires. – Cohérence actions menées
- Mesure et analyse des impacts des actions marketing : - analyse des performances de chaque action marketing et suivi des actions. - optimisations nécessaires pour maximiser le ROI - mise en place des actions correctrices visant à optimiser les différentes campagnes.
- Veille concurrentielle : mise en place d'une veille des actions marketing menées par les sites concurrents.

Responsable Référencement

Définit les stratégies de référencement naturel et payant pour maximiser le nombre de nouveaux clients recrutés et de développer la politique de social marketing - Reporting des actions – Augmentation du trafic en jouant sur les différents leviers d'acquisition - Audit technique et sémantique du site - Elaboration de la stratégie d'acquisition de trafic et sa mise en place - Mise en place et optimisation de campagne SEM dans le cadre d'objectifs de développement de la volumétrie et de maîtrise du ROI - Définition et mise en place des recommandations éditoriales et techniques - Mise en oeuvre de la stratégie de net-linking - Suivi et reporting des actions - Communication des résultats - Veille technique et concurrentielle pour identifier des opportunités de référencement.

Responsable E-commerce

Construit et anime le plan d'animation Web en lien direct avec le marketing, la direction produits et le service relation clients - Mise en ligne des campagnes produits et promotionnelles - Optimisation et développement du référencement naturel, du référencement payant, de l'affiliation, des comparateurs de prix et de l'E-mailing - Veille concurrentielle et développement des partenariats - Reporting d'activité.

Social media manager

Le/la social media manager (responsable des medias ou réseaux sociaux) a pour mission de développer une stratégie de présence numérique de l'entreprise sur les différents médias sociaux pour les clients et prospects. Accompagne sa mise en oeuvre afin d'assurer une bonne visibilité, générer du trafic et surveiller l'e-réputation de l'entreprise.

UX Designer

Travaille sur l'expérience utilisations (UX user experience) et la rend le plus agréable, fluide, signifiante possible. Intervient en amont des projets, en collaboration avec les équipes création et marketing : il/elle garantit que l'expérience globale de la marque sera cohérente entre site internet, services mobiles et magasin.

En savoir plus sur les métiers :

<https://www.cidj.com/orientation-metiers>
<https://www.apec.fr/tous-nos-metiers.html>

04/04/2022