Référence : ORDC-PS1-FP-001

IDENTIFICATION DU POSTE / GENERALITES		
Fonction	**Responsable Digital Marketing**	
Direction	Marketing & Communication	
Département	Brand & Communication Externe	
Position dans l'organigramme	Hiérarchique N+1	Chef de département Communication Externe
	Sous sa responsabilité N-1	N/A

OBJECTIFS DU POSTE (MISSION)

Le Responsable Digital Marketing est responsable de la conception, du déploiement, de l'optimisation et du suivi des campagnes publicitaires digitales payantes afin d'atteindre les objectifs marketing et commerciaux de l'entreprise.

Il veille à maximiser les performances des investissements médias grâce à une approche basée sur les données et l'amélioration continue.

Ses principales missions consistent à :

- Élaborer les stratégies Paid Media en cohérence avec les objectifs business et marketing.
- Planifier, lancer et optimiser les campagnes publicitaires sur les différentes plateformes digitales (Meta, Google Ads, LinkedIn, X, TikTok, Snapchat, WhatsApp, DV360 ou toute autre plateforme pertinente).
- Définir les audiences, les budgets, les objectifs de campagne et les KPI.
- Optimiser les performances afin d'améliorer le ROI, le ROAS, les conversions et les coûts d'acquisition.
- Assurer le suivi quotidien des performances et proposer les actions correctives nécessaires.
- Produire des rapports d'analyse détaillés après chaque campagne et formuler des recommandations.
- Collaborer avec les équipes Marketing, Communication, Produits, CRM et les agences pour assurer la cohérence des campagnes.
- Assurer une veille permanente sur les nouvelles tendances, formats publicitaires et innovations du digital advertising.

ACTIVITES/TACHES A ACCOMPLIR	
Activité 1 **Élaboration de la stratégie Paid Media**	• Définir les stratégies d'acquisition digitale selon les objectifs de chaque campagne. • Identifier les canaux les plus performants selon les cibles. • Définir les audiences, ciblages et parcours d'acquisition. • Élaborer les plans médias digitaux. • Recommander la répartition optimale des budgets.
	• Paramétrer et lancer les campagnes sur les plateformes publicitaires.

Orange Restricted

Activité 2 **Déploiement des campagnes digitales**	• Mettre en place les pixels, balises de conversion et événements de suivi. • Gérer les campagnes Search, Display, Vidéo, Social Ads et App Campaigns. • Assurer le respect des bonnes pratiques de chaque plateforme. • Coordonner le lancement des campagnes avec les agences et prestataires externes.
Activité 3 **Optimisation des performances**	• Suivre quotidiennement les indicateurs de performance. • Optimiser les audiences, enchères, budgets et créations. • Réaliser des tests A/B afin d'améliorer les résultats. • Identifier rapidement les campagnes sous-performantes. • Proposer des actions correctives.
Activité 4 **Reporting & Analyse**	• Élaborer des tableaux de bord de suivi. • Produire des rapports hebdomadaires, mensuels et post-campagne. • Analyser les KPI : 1. Impressions 2. Couverture 3. CPM : Coût pour Mille impressions 4. CPC : Coût Par Clic 5. CTR : Click-Through Rate (Taux de clic) 6. CPA : Coût Par Acquisition 7. CPL : Coût Par Lead 8. CPI : Coût Par Installation 9. Conversions 10. Installations d'application 11. ROAS : Return On Ad Spend 12. ROI : Return On Investment • Présenter les enseignements et recommandations aux parties prenantes. • Mesurer l'impact des campagnes sur les objectifs commerciaux.
Activité 5 **Veille & Innovation**	• Assurer une veille permanente des plateformes publicitaires. • Tester les nouveaux formats et fonctionnalités. • Suivre les évolutions des algorithmes. • Identifier de nouvelles opportunités d'acquisition digitale. • Recommander les meilleures pratiques du marché.

PRINCIPAUX CONTACTS	
Internes	• Chief Marketing Office • Head of Brand & Communication extern • Manager Communication Digitale
Externes	• Agences Média • Agences Communication Digitale • Orange Middle East & Africa

Orange Restricted

	• Groupe Orange

COMPETENCES	
Savoirs	• Bac+5 en Marketing, Communication, Digital Marketing ou Informatique de Gestion. • Minimum 3 années d'expérience en Paid Media ou Digital Advertising. • Excellente maîtrise de Meta Ads Manager. • Excellente maîtrise de Google Ads. • Bonne maîtrise de Google Analytics 4. • Bonne connaissance de Google Tag Manager. • Bonne connaissance des outils de tracking (Pixel Meta, Conversion API, Google Tag, Firebase…). • Bonne connaissance des KPI marketing. • Excellente maîtrise d'Excel et des outils de reporting. • Bonne capacité d'analyse statistique. • Connaissance des stratégies d'acquisition digitale. • Connaissance du SEO et du marketing digital. • Bonne connaissance des parcours clients digitaux. • Bonne connaissance du marché des télécommunications. • Bonne maîtrise du français et de l'anglais.
Savoir Etre	• Forte capacité d'analyse. • Esprit orienté résultats. • Rigueur. • Organisation. • Autonomie. • Curiosité. • Sens des priorités. • Réactivité. • Esprit d'équipe. • Esprit d'initiative. • Forte capacité de résolution de problèmes. • Excellente communication. • Adaptabilité. • Capacité à travailler sous pression.

AIRE DE MOBILITE	
Poste précédent	• Digital Marketing Officer • Traffic Manager • Campaign Manager • Performance Marketing Specialist • Social Media Ads Specialist
Evolution(s) possible(s)	Manager Communication Digitale

Orange Restricted

Référence : ORDC-PS1-FP-001

Nom et prénom de l'agent	
Signature de l'agent	
Nom et prénom du supérieur hiérarchique	
Signature du supérieur hiérarchique	

Orange Restricted