

Chicago, IL · (123) 456-7890 · · linkedin.com/in/johndoe

Résumé professionnel

Professionnel du marketing digital axé sur les résultats avec plus de 10 ans d'expérience dans la gestion multicanale des campagnes pour des marques Fortune 500 dans les secteurs de la technologie et du commerce de détail. Expérience avérée dans l'engagement en ligne et le retour sur investissement (ROI) de plus de 25 % d'une année sur l'autre grâce à des stratégies axées sur la gestion budgétaire (gestion de budgets annuels allant jusqu'à 5 millions de dollars). Compétent dans l'exploitation du SEO, du SEM et l'email marketing et le marketing de contenu pour stimuler la croissance de la marque et l'acquisition de clients. Reconnu pour des stratégies de campagne innovantes et un style de leadership opérationnel qui favorise un marketing performant équipes.

Expérience

Responsable Marketing Numérique · XYZ Tech Corporation, San Francisco, Californie (janv. 2020 · aujourd'hui)

- Optimisation du budget et du retour sur investissement : gestion d'un budget annuel de marketing digital de 2 millions de dollars sur les réseaux sociaux Facebook/Instagram et réseaux d'affichage programmatique. Dépenses optimisées grâce à des tests A/B continus et ciblage d'audience, augmentant le retour sur investissement global de la campagne de 30 % et réduisant le coût par acquisition de 20 % en glissement annuel.
- Direction de campagnes multicanal : planification et exécution de campagnes marketing intégrées à travers canaux d'e-mailing, de médias sociaux, de marketing sur les moteurs de recherche (SEM) et de marketing de contenu. Cette approche la stratégie a augmenté les ventes en ligne de 25 % et accru le trafic du site web de 40 % en 2024.
- Initiatives stratégiques de campagnes : Piloté une importante campagne de lancement de produit en 2023, en assurant sa coordination et efforts sur les réseaux sociaux, partenariats avec des influenceurs et campagnes d'emailing automatisées. Plus de 5 millions atteints impressions et une augmentation de 50 % de l'engagement pour le nouveau produit au cours du premier trimestre suivant le lancement.
- Prise de décision basée sur les données : utilisation de Google Analytics et des données CRM pour surveiller les performances des campagnes quotidiennement. Introduction d'optimisations basées sur les données (par exemple, enchères de mots-clés affinées, amélioration de la cible) a augmenté les taux de conversion de 15 % et a amélioré les taux de clics sur les e-mails de 20 %.
- Leadership d'équipe : Diriger et encadrer une équipe marketing multifonctionnelle de 6 personnes (y compris des spécialistes en référencement naturel, créateurs de contenu et analystes PPC). Mise en place de pratiques agiles de gestion de projet et de formations régulières et sessions, améliorant ainsi la productivité de l'équipe de 15 % et garantissant que les projets respectent ou devancent systématiquement les délais.

Spécialiste en marketing numérique · ABC Marketing Agency, New York, NY (juin 2015 · déc. 2019)

- Gestion de campagnes clients : Élaboration et gestion de stratégies marketing numériques multicanales pour un portefeuille de 8 comptes clients dans les secteurs du e-commerce et de la santé. Campagnes (comprenant SEO, PPC, e-mail et réseaux sociaux) ont entraîné en moyenne une augmentation de 20 % de la génération de prospects et une hausse de 15 % de ventes pour les clients d'une année sur l'autre.
- Publicité axée sur le retour sur investissement : Optimisation des dépenses publicitaires des clients sur Google Ads et Facebook Ads, réalisation d'une recherche approfondie de mots-clés et segmentation de l'audience. Amélioration du taux de clics sur les annonces et réduit les coûts d'acquisition client de 18 %, générant ainsi un meilleur retour sur investissement des campagnes publicitaires.
- SEO et développement de contenu : pilotage des initiatives de marketing de contenu et de SEO ayant fortement amélioré le trafic organique et les positions de recherche.

SEO sur page et prospection de backlinks) et augmenté les indicateurs d'engagement en ligne de ce client (temps passé sur le site, pages par visite) de 30 %.

- Analytique et Reporting : suivi des performances des campagnes à l'aide de Google Analytics, préparation mensuelle rapports et analyses destinés aux clients. Fourni des recommandations basées sur les données qui ont influencé les stratégies market décisions et a entraîné une amélioration moyenne de 10 % du taux de conversion sur l'ensemble des campagnes.
- Collaboration : Coordination étroite avec les designers créatifs et les développeurs web pour assurer une mise en œuvre cohérente campagnes marketing. Assuré une communication cohérente de la marque sur tous les canaux et amélioré la campagne améliorez l'efficacité en rationalisant la communication entre les équipes.

Coordinateur marketing · 123 Media Co., Chicago, IL (janv. 2012 · mai 2015)

- Participation à la mise en œuvre de campagnes marketing sur les réseaux sociaux et par courriel, contribuant à la croissance globale le nombre d'abonnés de 200 % et augmenté l'engagement avec la newsletter par e-mail de 35 %.
- Réalisation d'études de marché et d'analyses concurrentielles afin d'appuyer les responsables marketing dans l'élaboration de stratégies contribuant à une augmentation de 10 % des performances trimestrielles de la campagne grâce à des décisions de ciblage éclairées.
- Gestion des promotions d'événements et des webinaires, coordination de la logistique et des invitations par email ayant permis une augmentation de la fréquentation des événements et génération de nouvelles pistes commerciales.

Compétences

- Stratégie de marketing numérique : Planification de campagnes multicanal, positionnement de marque et mise sur le marché développement de stratégie
- SEO & SEM : optimisation pour les moteurs de recherche, Google Ads (AdWords) et Bing Ads, recherche de mots-clés, et techniques de marketing sur les moteurs de recherche
- Médias sociaux et contenu : Publicité sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter), contenu marketing, collaborations avec des influenceurs et engagement communautaire
- E-mail et CRM : Marketing par e-mail (Mailchimp, Constant Contact), automatisation marketing, gestion de la relation client (CRM), gestion (Salesforce, HubSpot) et campagnes d'e-mailing personnalisées
- Analyse et optimisation : Analyse web (Google Analytics, Adobe Analytics), tests A/B et optimisation du taux de conversion, interprétation des données et suivi des KPI pour une prise de décision éclairée
- Gestion du budget : planification du budget marketing, supervision du compte de résultat, analyse du retour sur investissement optimisation et rapports financiers
- Leadership et gestion de projet : encadrement et mentorat d'équipe, travail interfonctionnel collaboration, gestion de projet Agile/Scrum, solides compétences en communication

Éducation

Licence en Marketing, Université de l'Illinois à Urbana-Champaign · 2012

- Diplômé avec mention Très Bien (moyenne de 3,8/4,0)
- Distinctions et activités : Liste du Doyen ; Président, Club de marketing (2011-2012) ; Cours suivis en numérique Stratégie marketing, comportement du consommateur et analyse de données

Certifications

- Certification Google Ads · Google, expire en 2025
- Certification individuelle Google Analytics (GAIQ) · Google, expire en 2024

