



**Victor Marquis**

IDRAC

Promotion MME 2009



# Rapport d'activité

Stage de fin d'études

Assistant Account Manager



## Remerciements

La réalisation de ce rapport d'activité m'a amené à solliciter les connaissances et expériences d'un certain nombre de personnes au sein de l'IDRAC, mais également au sein de l'entreprise qui m'a accueilli. Je tiens à les remercier pour leur disponibilité et pour les conseils qu'ils ont pu me fournir.

Au sein de l'IDRAC, Mr Sicard, qui a tenu le rôle de suiveur durant la réalisation de mon mémoire de fin d'études, a été présent et disponible lorsque je l'ai sollicité pour les questions relatives à la recherche de mission. Aussi, je l'ai sollicité lors de la réalisation de ce rapport. Mme Harmand, Directrice Pédagogique de la formation MME (Marketing & Management Européen), a également suivi les phases de recherche de stage & durant la mission en elle-même. Les personnes du département entreprises de l'IDRAC, ont également été d'une grande aide lorsqu'il a été question d'entrer en contact avec les recruteurs et de formuler correctement les candidatures.

Durant la mission d'Assistant Account Manager chez AWE, de nombreuses personnes m'ont assisté et on veillé à ma bonne intégration dans l'entreprise. Tout d'abord, mon tuteur Cyprien Dutartre, qui m'a transmis tout ce que je sais désormais sur le métier du « search ». Alexandra Nguyen, Adrien Alioua, Laurent Demonfaucon & Justine Montagne, les « AM » (Account Manager) chez AWE, ont également été d'une grande aide et très disponibles lors de ma mission. Au sein des autres pôles chez AWE, de nombreuses personnes doivent être remerciées pour m'avoir fait confiance dans les tâches qu'ils ont pu me confier. Simon Febvre, Directeur Marketing & Christine Papon, Directrice Commerciale chez AWE m'ont également fourni de précieux conseils durant toute la mission.

Je tiens donc à remercier chacune de ces personnes pour m'avoir permis de découvrir leur métier, ou pour m'avoir assisté dans la rédaction de ce travail.

Un grand merci à eux.

## Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>5</b>
<b>A. AWE - Search Performance</b>	<b>6</b>
1) Une agence de publicité sur Internet	6
2) Les pôles : la structure de l'agence	7
- Le pôle SEO & Netlinking	7
- Le pôle édition & la régie	9
- Le pôle développement	9
- Le pôle SEA, ou « pôle Agence »	10
<b>B. Le Pôle SEA ou « pôle agence »</b>	<b>10</b>
1) Les liens sponsorisés	10
- Grands principes	10
- Notion de ciblage	11
- Les enchères	12
- Le QS (Quality Score)	12
- La structure de campagne	13
2) Les supports	13
- Google	13
- Yahoo! Search Marketing	14
- MSN AdCenter	14
3) Les réseaux de contenu	14
<b>C. Le métier d'« AM » ou Account Manager</b>	<b>15</b>
1) La classification ROME	15
2) Les tâches de l'Account Manager	18
3) Les questions liées à la mission	18
<b>Conclusion</b>	<b>20</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>20</b>