



SAS My Keeper

154 chemin Saint Michel

06620 Le Bar sur Loup

OBJET : Offre d'emploi – Responsable Marketing Digital & Acquisition

CONTEXTE :

My Keeper est une entreprise française spécialisée dans les solutions de sécurité connectée et d'IoT pour les établissements d'enseignement et les institutions. Son offre combine du matériel hardware connecté, dont des systèmes d'alarme PPMS (Plan Particulier de Mise en Sûreté), pilotable via une plateforme cloud et une interface SaaS dédiée. Portée par une dynamique de croissance ambitieuse, l'entreprise structure et renforce aujourd'hui sa stratégie d'acquisition digitale.

OBJECTIF DU POSTE

Pour soutenir son objectif de croissance annuelle de +20 % du chiffre d'affaires, My Keeper crée un poste clé dédié à l'acquisition et à la performance digitale. Au-delà des leviers d'acquisition classiques, le ou la Responsable Marketing Digital & Acquisition apportera une vraie dimension expérimentale et une expertise du funnel, dans un environnement B2B à cycle long et forte composante institutionnelle (établissements scolaires, collectivités).

Au sein d'une équipe marketing de trois personnes, il ou elle pilotera tout le funnel, de la visibilité à la rétention, sur les trois cibles de My Keeper : clients B2B institutionnels, utilisateurs finaux et réseau de partenaires/revendeurs. Le poste offre une forte autonomie, un environnement no-code et une contribution directe aux décisions stratégiques.

MISSIONS :

1. Stratégie & Pilotage de la Croissance

- Co-construire la stratégie d'acquisition multi-canaux (SEO, SEA, Social Ads, partenariats...) alignée sur l'objectif de +20 % de CA
- Identifier et prioriser les leviers de croissance sur l'ensemble du funnel
- Déployer en no-code les dispositifs de lead generation B2B (landing pages, tunnels de conversion)
- Piloter les budgets digitaux avec une exigence de ROI
- Adapter les approches aux trois cibles : institutionnels, utilisateurs finaux, partenaires

2. Expérimentation & Optimisation du Funnel

- Concevoir et analyser des A/B tests sur l'ensemble du funnel, en no-code
- Optimiser les parcours de conversion : pages produit, landing pages, tunnels de contact et de démonstration
- Déployer des boucles de croissance B2B (referral partenaire, automatisations, nurturing), sans dépendance tech
- Détecter les points de friction du parcours client et déployer des correctifs rapides
- Diffuser une culture du test : partage, documentation, itération continue

3. Gestion des Campagnes & CRM

- Créer et optimiser les campagnes publicitaires institutionnelles (Google Ads, LinkedIn Ads...)
- Piloter les campagnes CRM (emailing, nurturing, automatisations) sur des cycles de décision longs
- Gérer la base HubSpot avec une segmentation fine entre clients B2B, utilisateurs finaux et partenaires

- Concevoir les séquences de communication sur tout le cycle de vente (awareness → fidélisation)
- Produire avec la chargée de communication les supports du réseau partenaire (argumentaires, fiches produits, co-branding)
- Collaborer avec l'équipe commerciale pour qualifier les leads et soutenir le réseau indirect

4. SEO, GEO & Présence Digitale

- Piloter la stratégie SEO (technique, éditorial, netlinking) sur les thématiques clés, avec appui de prestataires si besoin
- Déployer une stratégie GEO (Generative Engine Optimisation) pour positionner My Keeper comme référence dans les réponses des IA (ChatGPT, Gemini, Perplexity...) sur la sécurité en milieu scolaire
- Structurer les contenus pour favoriser leur citation par les moteurs génératifs : données structurées, autorité de domaine, contenu de référence réglementaire et technique
- Optimiser le parcours utilisateur sur le site et les landing pages
- Piloter l'ASO de l'application mobile My Keeper
- Définir la stratégie de contenu par cible

5. Data, Tracking & Reporting

- Mettre en place et maintenir le suivi analytique (GA4, GTM ou équivalent)
- Analyser les performances par canal et produire des reportings réguliers pour l'équipe et la direction, en lien avec l'objectif de +20 % de CA
- Piloter les A/B tests en continu pour améliorer les conversions et l'efficacité des campagnes
- Assurer une veille active sur les tendances digitales, les outils no-code et les évolutions algorithmiques

PROFIL RECHERCHÉ :

Formation et compétences techniques :

- Formation souhaitée : Bac+4/5 en marketing digital, communication, école de commerce ou équivalent
- Certifications Google Ads, Meta Blueprint ou HubSpot appréciées
- Maîtrise des plateformes publicitaires : Google Ads, Meta Business Manager, LinkedIn Campaign Manager
- Expérience CRM et marketing automation sur des cycles B2B longs (HubSpot, Brevo, Salesforce ou équivalent)
- Maîtrise des outils no-code : landing pages, automatisations (HubSpot, Zapier, Make), A/B testing (Hotjar, VWO...)
- Bonne connaissance du SEO technique et éditorial, et des outils associés (Search Console, Semrush, Ahrefs...)
- Curiosité ou première expérience sur le GEO et la visibilité dans les IA génératives
- Maîtrise des outils analytics : GA4, GTM, Looker Studio ou équivalent
- Maîtrise de CMS (Wordpress, Webflow..)
- Connaissance des langages web (HTML, CSS, JS) est un plus
- Aisance à rédiger des briefs contenus clairs à destination de la chargée de communication

Qualités professionnelles :

- Forte autonomie et proactivité : capacité à avancer sans dépendance aux équipes Tech, en s'appuyant sur les outils disponibles
- Culture du test et de l'itération : goût pour l'expérimentation et l'amélioration continue
- Curiosité intellectuelle et veille permanente sur le digital et l'IA

- Esprit collaboratif et goût du fonctionnement participatif
- Aisance avec les environnements B2B institutionnels et les cycles de décision longs
- Créativité pour se démarquer sur des marchés de niche
- Rigueur dans le suivi, le reporting et la qualité d'exécution
- Pragmatisme et adaptabilité, propres au contexte d'une PME en croissance

Expérience souhaitée :

- 4 à 6 ans d'expérience en acquisition digitale, growth marketing ou marketing B2B, idéalement en vente complexe ou auprès d'institutions et collectivités

REMUNERATION & AVANTAGES

- **Rémunération :**
 - **Fixe annuelle brute** : entre 39 000 € - 42 000 €
 - **Une rémunération variable complémentaire** est également prévue et pourra atteindre un montant maximum de 2 000 €, ses modalités vous seront présentées en entretien.
- **Intéressement :**
 - Possibilité de percevoir l'intéressement, équivalent à un 13^{ème} mois (3,4 k€ - 3,7 k€) et 14^{ème} mois (3,4 k€ - 3,7 k€) selon les objectifs atteints par l'entreprise
 - **Package total estimé avec intéressement (équivalent 13^{ème} mois) : 44 400 € - 47 700 €**
- **Prime d'ancienneté :**
 - Perçue dès la deuxième année d'ancienneté (1% du salaire brut annuel par année d'ancienneté)

MODALITES COMPLEMENTAIRES

- **Date d'entrée** : dès que possible
- **Lieu de travail** : Bureaux My Keeper - 80 Route des Lucioles, Les Espaces de Sophia Bâtiment O, 06560 Valbonne

- **Durée du contrat** : indéterminée
- **Organisation du travail** : Présentiel et 1 jour de télétravail par semaine après une période d'intégration
- **Organigramme** : vous reportez au Directeur Marketing
- **Avantages en nature et informations complémentaires** :
 - Tickets restaurant : 8 euros par jour travaillé, financé à 50 % par l'entreprise
 - Mutuelle santé avec garanties étendues

POUR POSTULER

Merci d'adresser votre CV + lettre de motivation à recrutement@mykeeper.fr