

Etude BDM x agence WAM : Portrait-robot du SEO en France

Paris, le 2 février 2022 – Le [BDM](#), qui accompagne au quotidien les professionnels du digital, a réalisé une étude en partenariat avec l'agence WAM - spécialiste de la visibilité naturelle - afin de dresser le portrait-robot des professionnels du SEO en France : métiers, contrats, aspirations, outils les plus utilisés, salaires... tout ce que l'on a toujours voulu savoir sur cette profession devenue incontournable, de surcroît dans le contexte de digitalisation croissante.

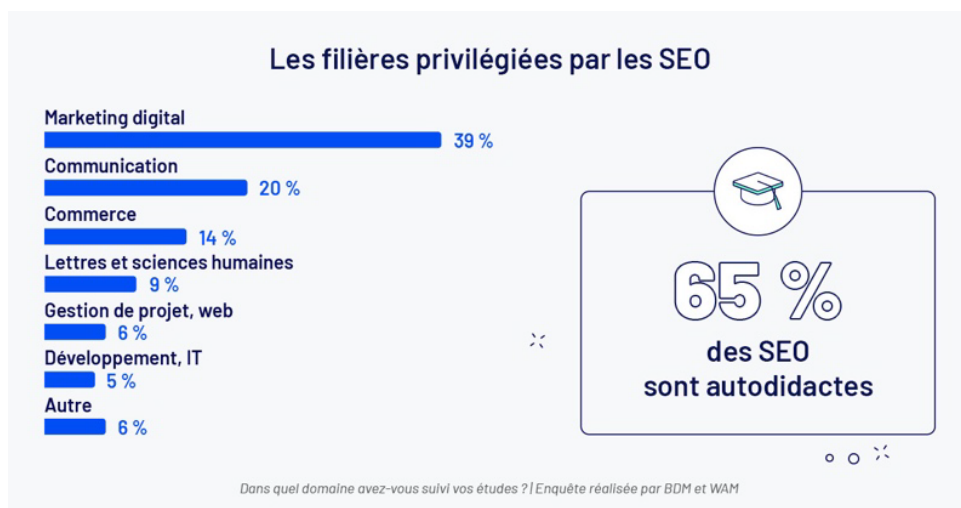
Les principaux enseignements :

- Alors que 57% des spécialistes SEO travaillent en CDI, 1 SEO sur 4 est freelance.
- Les filières les plus plébiscitées par les SEO sont le marketing digital (39%), la communication (20%) et le commerce (14%).
- Bien que diplômés, 65% des professionnels du SEO sont des autodidactes. 42% continuent à se former via des formations complémentaires payantes.
- Parmi les missions qui leur sont confiées, arrivent en tête le contenu (80%) et la stratégie (61%). 40% des experts SEO travaillent sur des missions à l'international.
- Le salaire moyen des spécialistes du SEO en CDI est de 35 322 euros bruts annuels, la médiane est de 33 000 euros.
- Pour ceux disposant d'un an d'expérience, le salaire s'élève à 29 000 euros, entre deux à cinq ans d'expérience, il est de 31 700 euros et d'un montant de 38 900 euros pour les profils ayant 6 à 10 ans d'expérience. Au-delà de 11 ans d'expérience, il avoisine les 45 600 euros.
- 64% des répondants désirent télétravailler à raison de quelques jours par semaine, 1 répondant sur 5 souhaite télétravailler à 100%.

Des spécialistes du SEO en majorité en CDI



Le SEO n'est pas toujours un métier exercé à temps complet. Les professionnels sont majoritairement en CDI (57,5%) ou freelance (24,5%) et les formations sont diverses : 39% ont suivi des études en marketing digital, 14% en commerce. 65% des professionnels du SEO sont autodidactes, pourtant 42% continuent à se former via des formations complémentaires payantes.



51% des professionnels exercent chez l'annonceur, 35% en agence généraliste et 15% en agence spécialisée SEO. Côté recrutement, 38% des candidats ont été recrutés par des plateformes d'emploi et 16% ont été cooptés.



Parmi les principales missions qui leur sont confiées arrivent en tête la gestion de contenu (80%), la stratégie (61%) et la technique (60%).

Des professionnels prisés, attachés à leur métier

97% des professionnels du SEO se déclarent attachés à leur métier si bien que 94% d'entre eux envisagent toujours de l'exercer dans 2 ans, et 82% dans 5 ans. Pourtant, ils sont 56% à affirmer être en veille et 16,5 % en recherche active.

Parmi les motivations qui les pousseraient à changer d'entreprise ou d'agence, la perspective d'obtenir un salaire à la hausse se hisse en tête du classement, suivie par l'envie de réaliser des missions plus intéressantes et par une meilleure ambiance de travail.



Comme beaucoup de profils, les experts du SEO sont demandeurs de télétravail : 64% des répondants désirent travailler à distance à raison de quelques jours par semaine, et 1 répondant sur 5 souhaite télétravailler à 100%.

Le métier de SEO est particulièrement prisé dans le contexte de digitalisation croissante : 69% des professionnels du SEO déclarent se faire chasser par des recruteurs. Un SEO sur 2 se dit être en veille d'opportunités, tandis que 27% ne sont pas à l'écoute du marché. La voie la plus formatrice en début de carrière reste l'agence pour les professionnels interrogés qui estiment qu'elle permet de parfaire une expertise et de suivre les évolutions au plus près.

« Tout comme de nombreux actifs, les spécialistes du SEO accordent une grande importance à l'ambiance de travail, aux possibilités de progression dans leurs missions mais aussi au télétravail. Nous constatons une réelle attente sur ces sujets de la part des professionnels du SEO, au-delà des avantages pécuniaires » précise **Flavien Chantrel, Directeur éditorial chez HelloWork.**

De fortes disparités salariales subsistent

Le salaire moyen des SEO en CDI est de 35 322 euros bruts annuels, la médiane est de 33 000 euros.



De fortes disparités apparaissent selon le niveau d'expérience professionnelle :

- Pour les professionnels du SEO disposant d'un an d'expérience, le salaire s'élève à 29 000 euros.
- Entre deux et cinq ans d'expérience, il est de 31 700 euros et d'un montant de 38 900 euros pour les profils ayant 6 à 10 ans d'expérience.
- Au-delà de 11 ans d'expérience, il avoisine les 45 600 euros.

Les experts SEO ne dérogent pas aux disparités Paris / Province avec un salaire moyen de 42 200 euros à Paris, contre 33 000 en province. *Idem* pour l'égalité professionnelle : les hommes perçoivent un salaire moyen de 38 260 euros, contre 31 800 euros pour les femmes.

La boîte à outils du SEO



Nombreux sont les outils qui permettent aux SEO de mener à bien leurs missions. Parmi les outils les plus plébiscités figurent Search Console de Google (71%), SEMrush (65%), Screaming Frog (60%) ainsi que les outils développés en interne pour des besoins spécifiques (pour 32% des répondants).

« La tension du marché entraîne une hausse des salaires à tous les échelons. Il faut toutefois trouver un équilibre pour offrir une rémunération à la hauteur des compétences en sortie d'école, par exemple. En revanche, un salaire attractif ne suffit plus aujourd'hui à retenir les talents : il faut parvenir à impliquer le collaborateur à la vie de l'entreprise et lui permettre de se projeter dans la construction de son projet professionnel », déclare **Mathieu Doubey, responsable du pôle SEO & Data chez agence WAM.**

Méthodologie :

Enquête réalisée en ligne par BDM, du 25 novembre au 21 décembre 2021, auprès de 403 SEO exerçant leur métier en France (en agence, chez l'annonceur ou en freelance).

A propos du BDM

BDM est un média édité par [HelloWork](#). Lancé en 2007 sous le nom Blog du Modérateur, il s'adresse aux professionnels du digital. Il leur propose une sélection quotidienne d'outils, de décryptages, d'actualités ou encore de chiffres et enquêtes pour leur permettre d'alimenter leur veille et de répondre avec efficacité à leurs défis professionnels. SEO, SEA, développement, social média, design ou encore gestion de projets font partie des sujets développés chaque jour. En 2021, le BDM a enregistré 18 millions de visites sur ses sites soit 1,5 millions par mois (Google Analytics), 200 000 abonnés sur ses espaces sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn) 82 000 abonnés à sa newsletter quotidienne et 135 000 à sa newsletter hebdomadaire.

A propos de HelloWork

[HelloWork](#), le premier acteur digital français de l'emploi, du recrutement et de la formation, accompagne les actifs tout au long de leur vie professionnelle, les entreprises, cabinets de recrutement, ETT sur leurs enjeux RH et recrutement et les centres de formation/écoles sur la valorisation de leurs offres de formation. Les services HelloWork génèrent + de 4 400 recrutements par jour. *

Fort de 400 collaborateurs, 71 millions € de commandes en 2021, les services de HelloWork sont utilisés par 30 000 professionnels chaque mois. Les différentes plateformes d'HelloWork ont réuni 5,7 millions de Visiteurs Uniques en mars 2021 (Médiametrie//NetRatings - Mesure Internet Global).

HelloWork édite :

- les plateformes emploi et recrutement : [Cadreo.com](#) ; [Jobijoba.com](#) ; [Parisjob.com](#) ; [Regionsjob.com](#)
- la plateforme dédiée à la formation professionnelle [MaFormation.fr](#)
- la plateforme dédiée à l'orientation pour l'enseignement supérieur [Diplomeo](#)
- [BDM](#), le media de référence pour les professionnels du web et [BDM/tools](#),

HelloWork développe des solutions RH pour accompagner et favoriser l'expérience recruteur et candidat sur l'intégralité des process de recrutement :

- [CVCatcher](#), logiciel RH de captation de CV et solution de site carrière et [JAI](#), le chatbot spécialisé dans le recrutement
- [Holeest](#), solution programmatique RH
- [Seekube](#), le spécialiste de l'évènement digital RH
- [SmartForum](#), solutions digitales emploi et attractivité pour les collectivités territoriales, organismes parapublics et salons et forums
- [Talentplug](#), solution de multi-diffusion d'offres d'emploi et de stages,

HelloWork est une société du Groupe Télégramme.

* Sur un échantillon de 847 000 répondants, data récoltées sur une période de 9 mois en 2021.



A propos de l'agence WAM

L'Agence WAM est une agence de visibilité naturelle - associant SEO, Brand content, RP et Web Analyse - située dans le quartier de Perrache, à Lyon. Fondée en 2008 par David Eichholtzer, l'agence accompagne des grands groupes et des PME dans leur stratégie de visibilité en ligne. Pour faire face aux missions toujours plus nombreuses, l'agence a renforcé son effectif depuis 2021 passant de 25 à 51 salariés. Après avoir réalisé un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros en 2019, 2,5 millions d'euros en 2020, WAM anticipe un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros en 2021.