

## Românii care lucreaza în SEO au salarii nete între 500 și 1000 de euro

**Românii care lucreaza în domeniul optimizării site-urilor pentru motoare de căutare (Search Engine Optimization, SEO) au salarii cuprinse între 500 și 1000 de euro, dar șefii departamentelor de SEO ale marilor companii occidentale pot câștiga, în schimb, de cinci ori mai mult, conform unui comunicat al unei companii din sector.**

'Salariile din domeniul serviciilor SEO sunt similare cu cele din alte zone de marketing online. Tendința este, însă, de creștere odată cu acceptarea și înțelegerea venite din partea clienților. În aceste condiții au apărut și bugete mai mari, conforme cu rezultatele dorite de aceștia. În prezent, salariile nete sunt cuprinse între 500 și 1.000 de euro în această piață, variațiile fiind date de nivelul de cunoștințe ale angajatului. În schimb, un fost coleg din agenție, care ocupa funcția de Head of SEO în cadrul unui lanț de magazine de bricolaj din Marea Britanie, are un salariu de 5.000 de lire sterline. Chiar dacă pare o sumă foarte mare, brandurile mari din România caută astfel de oameni calificați, dar, din păcate, nu au unde să-i găsească. Ca să ajungi specialist în SEO, ai nevoie de pregătire', declară **Ovidiu Joita**, fondatorul iAgency, agenție SEO, marketing online și PPC, și JediSEO School, prima școală de SEO din România.

Potrivit comunicatului, România are deficit mare de specialiști în SEO. Deși domeniul nu mai este unul neapărat nou, numărul celor care lucrează în SEO nu este unul care să acopere necesitățile pieței, iar numărul specialiștilor este și mai redus, cu toate că este un domeniu care poate oferi beneficii financiare consistente.

Principalele cauze ale acestui deficit se explică printr-o percepție greșită în ceea ce privește activitatea în sine, modul în care s-a schimbat SEO în ultimii ani și lipsa unor cursuri specializate, în urma cărora cei interesați să învețe cele mai importante aspecte despre SEO.

'Lipsa unor cursuri temeinice de marketing online în facultățile de profil este una dintre cauzele acestui deficit de specialiști. O altă cauză este că, până în urma cu 3 ani, activitatea de SEO era mult mai simplă și nu necesita cunoștințe generale de marketing. În prezent, un specialist SEO trebuie să fie în primul rând un bun specialist în marketing, în comunicare, să aibă și viziune de business bună. Totodată, există percepția că sunt importante cunoștințele de programare, dar SEO nu înseamnă programare. Astăzi, SEO înseamnă marketing online, branding, noțiuni mult mai largi și mai complexe', explică Ovidiu Joita.

Lipsa specialiștilor reprezintă un dezavantaj nu doar pentru agențiile de marketing online care vor să angajeze oameni cât mai bine pregătiți, ci și pentru firmele care au nevoie de servicii SEO și ajung să contracteze servicii care nu le aduc niciun beneficiu.

'La nivel de piață, există puține agenții specializate în SEO, dacă ne raportăm la numărul de potențiali clienți. Vorbim aici despre agenții care aduc rezultate clienților din portofolii, pentru că există însă mulți oameni nepregătiți care profită de lipsa de cunoștințe ale antreprenorilor și solicită bani pentru servicii pe care nu le oferă sau le oferă la o calitate îndoielnică, fără să producă rezultate benefice clienților', declară fondatorul iAgency și JediSEO School.

În comunicat se precizează că deficitul de oameni în marketingul online poate fi observat cu ușurință. Site-urile cu joburi sunt pline de anunțuri pentru 'oamenii din online', ceea ce reprezintă un avantaj pentru cei care vor să obțină salarii mari. Tocmai pentru că au nevoie de oameni pregătiți, companiile sunt dispuse să negocieze și să ofere salarii mai mari pentru a angaja un specialist.