

Ces métiers qui ne connaissent pas la crise

Les startups recherchent de plus en plus de profils couteaux suisses, capables de gérer des problématiques marketing mais également techniquement compétents. Les métiers ultra spécialisés perdent du terrain, sauf dans quelques secteurs-clés.

Temps de lecture : minute

27 décembre 2018

Article initialement publié en avril 2017

Pour espérer avoir un salaire à la mesure de ses ambitions, mieux vaut choisir le bon métier. [La dernière étude d'Urban Linker](#) sur les salaires des métiers de vente et de webmarketing en région parisienne pratiqués en 2017 donne une bonne idée des professions en déclin et de celles qui gagnent à la fois en reconnaissance... et en rémunération. Le cabinet de recrutement a étudié les rémunérations de 400 personnes recrutées en janvier 2017 par des pure players, des agences web, des éditeurs de logiciels, des startups et des pôles digitaux de grands groupes.

Urban Linker constate ainsi que, cette année, dans le secteur webmarketing, ce sont les profils qui conjuguent compétences marketing et techniques qui ont le vent en poupe. "*Le growth hacker constitue un bon exemple de profil hybride, illustre l'étude. Capable de booster l'acquisition d'utilisateurs d'une application, et donc sa croissance, avec des moyens limités, il mélange pour cela des compétences techniques et marketing, un état d'esprit opportuniste et une créativité importante.*" Ce qui explique que la fourchette de rémunération d'un junior soit plutôt généreuse : entre 35 000 et 45 000 euros brut par an. Les compétences techniques restent cependant mieux valorisées, puisque "*plus un growth*

hacker développe de compétences techniques, plus il peut prétendre à un salaire élevé".

Compétences techniques et profils hybrides valorisés

Cette recherche de polyvalence se traduit aussi par l'avènement du métier de product owner. *"Les product owners ont pour principale mission de faire le lien entre les équipes techniques, marketing et design. Ce sont donc des profils plutôt rares qui doivent maîtriser des compétences variées tout en ayant une vision business et produit."* Les plus jeunes peuvent prétendre à une rémunération entre 38 000 et 48 000 euros brut par an, tandis que les profils seniors peuvent obtenir au-delà de 65 000 euros. Là encore, les aptitudes techniques sont valorisées, *"les product owners avec une expérience technique, particulièrement des compétences en développement, peuvent en général justifier d'un salaire un peu plus important que la moyenne"*.

A relire : Développeur, toujours un job en or ?

Dans le secteur vente aussi, les profils hybrides ont la cote. *"Plus la startup est petite en terme d'effectifs, plus elle cherche à recruter un profil 360, c'est-à-dire un profil capable à la fois d'être opérationnel dans plusieurs domaines tout en ayant le potentiel pour prendre du recul sur l'ensemble et monter en compétence sur les problématique stratégiques"*, constate Urban Linker. Les business developers peuvent ainsi prétendre à une rémunération de 30 000 à 45 000 euros brut annuels en début de carrière, jusqu'à 90 000 euros pour des profils plus expérimentés.



Les country managers au top, l'emailing fait un flop

Autre métier en vogue : le country manager. *"Il a un rôle très opérationnel lors du démarrage de l'activité tout en gérant les aspects stratégiques de développement comme pourrait le faire un directeur des opérations dans un autre contexte, précise Urban Linker. A mesure que grandit le projet, le country manager a vocation à se détacher peu à peu de la partie opérationnelle pure pour se concentrer sur le pilotage global de l'entité, la gestion des partenariats et la représentation de l'entreprise auprès de la presse et du public."* Un country manager junior gagnera entre 45 000 et 60 000 euros brut par an mais les startups privilégient en général des profils plus expérimentés, qui peuvent prétendre à un salaire annuel de 100 000 euros, voire davantage.

[A relire : Les salaires en startup, témoignages des acteurs du web](#)

Au contraire, des profils moins polyvalents et spécialisés connaissent un

certain déclin, à la fois en matière de recrutement que de rémunération. Les métiers liés à l'emailing ou à l'affiliation ont muté et les compétences requises sont dorénavant plutôt incluses dans les postes orientés CRM. Les community managers montent en compétences, ce qui explique l'essor des social media managers à leur dépens.

Article écrit par Geraldine Russell