

MÉTIERS & ACCOMPAGNEMENT

SEO social

Aussi écrit : seo social - social seo - référencement social - recherche sur les réseaux sociaux - social search - SEO réseaux sociaux - référencement réseaux sociaux

DÉFINITION

Le ****SEO social**** désigne l'optimisation de contenus pour être trouvé directement dans la recherche interne des réseaux sociaux (LinkedIn, TikTok, Instagram, YouTube), devenus de véritables moteurs de recherche.

Une personne qui envisage de changer de métier ne tape plus forcément « reconversion 40 ans » sur Google. Elle le tape dans la barre de recherche de TikTok, ou dans celle de LinkedIn. Le SEO social, c'est la capacité à être trouvé à cet endroit précis, dans la recherche interne des réseaux sociaux, devenue, pour une part croissante d'adultes, le premier réflexe avant même d'ouvrir un moteur de recherche classique.

Où la recherche a lieu, et ce qu'on y cherche

TikTok

- Ce que la personne y tape : reconversion 40 ans, formation rémunérée
- Levier de visibilité principal : hashtags, titre dit clairement dans la vidéo

LinkedIn

- Ce que la personne y tape : changer de métier, un dispositif précis
- Levier de visibilité principal : mots-clés du profil et de la publication

YouTube

- Ce que la personne y tape : c'est quoi le CPF, bilan de compétences
- Levier de visibilité principal : titre et description alignés sur la question posée

Google (SEO web classique)

- Ce que la personne y tape : recherche généraliste, comparaison de solutions
- Levier de visibilité principal : mots-clés, maillage interne, autorité du site

Le réflexe a changé

Pendant longtemps, être visible en ligne voulait dire remonter dans Google. Cette évidence s'effrite. Une part croissante des adultes qui envisagent une reconversion ne commence plus sa recherche sur un moteur classique : elle tape directement dans la barre de TikTok, de YouTube ou de LinkedIn. Le réseau social devient le moteur de recherche.

Ce déplacement est documenté. France Travail invite désormais les demandeurs d'emploi à avoir le réflexe réseaux sociaux : soigner ses mots-clés, ses hashtags, la lisibilité de son profil. Ce n'est pas neuf : dès 2015, l'INSEE relevait que 30 % des personnes en recherche d'emploi mobilisaient les réseaux sociaux, une proportion montant à 45 % chez les diplômés de niveau licence et plus.

Le décalage de vocabulaire, l'écueil réel

Le SEO social ne consiste pas à gonfler des vues. Il consiste à aligner les mots d'un contenu, titre, description, sous-titres, hashtags, sur le vocabulaire réel de la personne qui cherche. Si vous accompagnez des adultes en reconversion ou si vous portez un organisme de formation, l'écueil le plus fréquent consiste à parler la langue du dispositif, « période de reconversion », « abondement », quand la personne, elle, tape « je veux tout plaquer ».

Ce n'est pas une coquetterie marketing. C'est une manière d'aller là où la question se pose, avec une réponse

honnête, plutôt que d'attendre que la personne trouve le bon guichet. La visibilité reste un moyen. Elle est au service de la clarté du projet, jamais l'inverse.

Deux situations concrètes

Un homme de 42 ans, cariste depuis quinze ans

Il envisage de changer de métier mais n'a jamais tapé ce mot sur Google. Un soir, il ouvre TikTok et tape « changer de métier à 40 ans » dans la barre de recherche de l'application, comme il chercherait une recette de cuisine. Il tombe sur une vidéo au titre clair, avec les mots qu'il emploie lui-même. Il ne serait jamais arrivé sur ce contenu depuis un moteur de recherche classique.

Une femme de 39 ans, formatrice indépendante

Elle publie régulièrement sur LinkedIn mais reste invisible pour les personnes en reconversion qu'elle voudrait toucher. Ses titres parlent la langue du dispositif, « abondement », « période de reconversion », quand ces personnes tapent « je veux tout plaquer » ou « changer de métier après quinze ans ». Elle comprend que son contenu est juste sur le fond, mais qu'il ne rencontre jamais la recherche réelle.

Les erreurs fréquentes

- Parler la langue du dispositif (période de reconversion, abondement) plutôt que les mots que la personne tape réellement (je veux tout plaquer, changer de métier) : le contenu existe mais personne ne le trouve.
- Publier le même titre et la même description sur toutes les plateformes sans tenir compte de la recherche interne propre à chacune : ce qui fonctionne sur YouTube ne fonctionne pas sur TikTok.
- Viser les vues plutôt qu'une intention de recherche précise : un contenu qui cherche l'effet de manche répond rarement à la question réellement posée.
- Négliger les hashtags et les mots-clés du titre alors que France Travail recommande explicitement d'en soigner la présence.
- Traiter le SEO social comme une simple déclinaison du SEO web classique, alors que la logique de recherche interne d'une plateforme sociale n'a ni la même indexation ni les mêmes règles.

Pour votre reconversion

- Ressources pour avancer
- À propos de Benjamin Duplaa
- UGC apprenant
- Dark social
- Micro-learning

À RETENIR

- Une part croissante des adultes tape « reconversion » directement dans TikTok, LinkedIn ou YouTube, pas seulement sur Google.
- Le SEO social consiste à aligner titre, mots-clés et hashtags sur le vocabulaire réel de la personne qui cherche, pas sur celui du dispositif.
- Chaque plateforme a sa propre recherche interne : LinkedIn valorise le profil, TikTok les hashtags, YouTube le titre et la description.
- France Travail recommande explicitement aux demandeurs d'emploi le réflexe réseaux sociaux pour soigner leur visibilité.
- La visibilité reste un moyen : elle ne vaut que si le contenu trouvé aide réellement la personne à clarifier son projet.

SOURCES

OFFICIELLES & RÉGLEMENTAIRES

- Centre Inffo - Communication et visibilité des organismes de formation <https://www.centre-inffo.fr/> (consulté 2026-05-29)
- Blog du Modérateur - TikTok, l'autre Google : ce que les utilisateurs recherchent <https://www.blogdumoderateur.com/tiktok-autre-google-recherches-utilisateurs-2024/> (consulté 2026-05-29)
- Étude Adobe Express - usages de TikTok comme moteur de recherche (France) <https://www.adobe.com/express/> (consulté 2026-05-29)
- France Travail - « Pour votre recherche d'emploi, ayez le réflexe réseaux sociaux ! » (conseils mots-clés, hashtags TikTok, visibilité LinkedIn/Instagram) <https://www.francetravail.fr/candidat/vos-recherches/bien-vous-organiser/recherche-demploi--les-bonnes-pr.html> (consulté 2026-07-11)
- France Travail - « TikTok, Snapchat, Instagram : le recrutement se réinvente » (2024, stratégies de contenu et de visibilité des employeurs sur réseaux sociaux) <https://www.francetravail.org/accueil/actualites/2024/TikTok-Snapchat-Instagram-reinventent-le-recrutement.html?type=article> (consulté 2026-07-11)
- INSEE Focus n°30 - « Les médias sociaux : quel usage pour le marché de l'emploi ? » (17/06/2015 - 30 % des chercheurs d'emploi mobilisent les réseaux sociaux, jusqu'à 45 % chez les licence et plus) <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1379765> (consulté 2026-07-11)

Fiche extraite du Glossaire de la formation professionnelle.

Auteur : Benjamin Duplaa - directeur IFPA Poitiers, 15 ans d'accompagnement reconversion et de formation professionnelle à Bordeaux, France.

Version à jour (les règles évoluent) : benjaminduplaa.com/lexique/seo-social
Diffusion libre - citation appréciée.



Scanner pour ouvrir le PDF