

Hello moi c'est Sebastien aka Beetleseo @beetle_seo, j'ai 37 ans et je suis illustrateur de métier mais j'ai ajouté l'onglet "SEO" depuis 2009. Cela s'est fait quand le groupe qui m'emploie (Editor) a voulu basculer une partie de son activité dans le digital. Après avoir fait les grandes formations incontournables en France (Seo High Level, Olivier Andrieu, Olivier Duffez...etc...) j'ai été in house pour des marques du groupe dédiées à de l'activité web.

Quels sont a votre avis les trucs cools quand on est un SEO chez l'annonceur

Facile, c'est clairement la possibilité d'avoir les moyens de ses ambitions si on démontre que le jeu en vaut la chandelle et le fait d'échanger en équipe. Vous pouvez avoir du personnel qui met en place concrètement vos recommandations et c'est assez agréable de ne pas mettre les mains dans le cambouis directement afin de prendre du temps pour faire de la veille, d'avoir du recul et faire du R et D.

Quels sont a votre avis les trucs chiants quand on est un SEO chez l'annonceur

Il y en a évidemment plein. Ceux qui reviennent souvent sont le fait de faire du reporting, de la mise en forme soignée de ce reporting (ce qui est très chronophage), on peut citer aussi le fait de devoir expliquer a chaque fois tout de zero et de tout documenter pour "prouver" vos dires. Parfois, la structure peut demander une presta à un SEO "connu" qui va quasi tout le temps dire la même chose que vous :)

Enfin, le truc que je ne supportais plus, c'étaient les 2 ou 3 mots clefs récurrents core business qui obnubilaient les chefs. A chaque soubresaut de google, vous êtes sûr de les voir débouler dans le bureau en vous demandant pourquoi "le site baisse" alors que l'ensemble de vos mots clefs ont fait un bon conséquent :)

Quelles sont les plus grosses leçons que vous avez apprises en travaillant chez l'annonceur ?

D'avoir une vue de vos recos sur de gros volumes, ça forme un homme. C'est autre chose que sur les MFA. Ce qui est très clair c'est l'importance croissante de la prise en compte des paramètres en webmarketing, car ce que veulent les chefs à la fin ce ne sont pas des visiteurs mais du chiffre d'affaire ! Il faut donc agrandir le spectre de son savoir-faire.

Quels sont les différences majeures avec le travail en agence / consultant externe

La différence claire et majeure c'est certainement le fait d'être le nez dans le guidon par rapport à une presta externe. Vous mangez avec votre business, vous dormez avec votre business ça peut donc vous donner une version étriquée. Il se passe aussi des choses intéressantes dans d'autres secteurs qui peuvent vous apporter de nouvelles idées.

Une anecdote

Je vais vous épargner les mises en prod avec tout le personnel qui ne trouve pas le site sur google le lendemain et "le texte, c'est moche". Le truc le plus délirant que j'ai vécu c'est le cas d'une marque que google renommait car il la prenait pour une faute d'orthographe. Avant toute intervention SEO, le staff était en train de se demander sérieusement s'ils ne devaient pas changer de marque alors que tous les produits étaient en magasin :D

Quels conseils est-ce que vous donneriez a un djeun's (ou a un mec qui arrive d'agence) qui commencerait comme SEO inhouse ?

Les basiques : d'être curieux, en veille perpétuelle, de faire ses propres tests et de bouffer du SEO même après le bureau. Avec la particularité du in-house : être patient, pédagogue, pragmatique et de commencer par travailler sur les leviers qui peuvent apporter du C.A "rapidement" pour rassurer la hiérarchie.