

Florian MARLIN, @florianmarlin sur twitter, Responsable E-Commerce chez l'annonceur actuellement au Royaume-Uni. Auteur d'un bouquin sur le SEA, SEOphile et ex-organisateur officiel d'apéro SEO (bientôt de retour ?). Conférencier. Très grand (trop ?).

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

L'avantage d'être côté client, c'est qu'on décide, et qu'on a généralement le budget (quoique...) :) Côté agence, c'est assez frustrant de parfois faire des recos qui ne seront jamais appliquées. Côté annonceur, on a les mains libres vu qu'on est décideur !

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

Quand le responsable SEO chez l'annonceur est assisté d'un presta, la plus grande problématique d'être positionné entre le marteau et l'enclume. Le marteau étant le prestataire SEO, souvent plein de bonne volonté et d'espoir de voir ses recommandations appliquées, et l'enclume notre service technique/webmaster, souvent délocalisé chez un prestataire, et dont la flexibilité n'est pas sa principale qualité. Du coup on se frustre tout en frustrant le consultant SEO en ne pouvant appliquer des recos pour des raisons techniques, que le presta SEO ne comprend pas toujours.

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

Que convaincre un dirigeant d'investir du budget dans le SEO, qui est à ses yeux quelque chose de "gratuit", n'est pas le plus évident ! Mais aussi que le SEA est toujours là pour combler les failles du SEO (troll ;-)).

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

Ayant bossé en grosse agence (c'était sur la partie SEA mais c'est un peu pareil), la vraie différence côté agence c'est le salaire et le rythme. En agence, de ce que j'en ai vécu, on va tirer un maximum du SEO, le presser comme un citron (le faire travailler jusqu'à plus soif), pour un salaire souvent bien faible. L'avantage, c'est que le SEO verra une diversité de clients et de problématiques, contrairement à l'annonceur où il va se focaliser sur son seul client. En gros, l'agence est pour moi une très bonne école. Mais je tiens à préciser que j'ai depuis rencontré des agences (notamment celles spécialisées en SEO) où mon constat ne s'applique pas, et où les SEO s'y sentent bien et valorisés. Enfin, être SEO chez l'annonceur, c'est être seul, sans homologues à ses côtés (collègues d'agence) avec qui partager, échanger des conseils, etc. SEO chez l'annonceur est un job beaucoup plus solitaire qu'en agence.

Une anecdote ?

Arriver chez un annonceur qui n'y connaît rien, et qui se fait littéralement ballader par une agence SEO qui lui facture des prestations Hors de Prix (plus de 100 000€) pour faire des H1, meta title, description et keywords (!!). Arriver au rendez-vous de renouvellement client, et leur démontrer devant son patron qu'ils sont des charlatans et que je vois clair dans leur jeu. Lire sur leur tête la déception de voir que la fête est finie. Les virer.

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

Jeune Padawan, arme-toi... de patience ! Tu vas découvrir qu'un annonceur n'a pas forcément la réactivité d'une jeune agence, et a besoin parfois de quelques semaines pour changer une meta. Surtout quand l'annonceur n'est pas un pure player mais a un historique plus traditionnel. N'oublie pas non plus de rester à l'écoute de ce qu'il se passe, même si tu n'es plus forcément entouré de collègues qui font le même boulot que toi. Au final crois-moi, tu devrais bien t'éclater !)