

Je m'appelle Jean-Edouard Hueber (@jedfolio sur twitter) et je travaille pour PurConseil (Alptis) comme Responsable SEO. En dehors de ma vie de "salarié", je crée également des sites sur différentes thématiques et je propose mes services de freelance SEO.

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

Contrairement au travail en agence où on enchaîne les contrats et où on n'a pas toujours le temps (ou le budget signé) de suivre en profondeur les différentes évolutions stratégiques, travailler chez l'annonceur implique de s'investir à 100% dans l'entreprise. On prend part aussi bien aux échecs, qu'aux succès. On est responsable de ce que l'on propose, de ce que l'on met en place et forcément on a plus de pression sur les épaules.

Pour certains, un salaire plus élevé est la motivation première pour rejoindre un annonceur, où on est généralement mieux payé qu'en agence il est vrai. En ce qui me concerne, ce qui m'a principalement motivé c'est la perspective de faire partie d'un projet sur le long terme. Devoir réfléchir sur une stratégie durable au sein d'une équipe impliquée pour aller vers le même objectif, est un aspect du métier que je trouve particulièrement gratifiant.

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

Il y a différentes contraintes qui peuvent rendre difficile le travail du seo chez l'annonceur, comme les multiples réunions. On est bien souvent le seul interlocuteur face à des personnes qui ne comprennent pas toujours l'intérêt du référencement et la manière de le mettre en place. Il y a forcément une phase "d'évangélisation" sur différents points Onsite (l'optimisation technique, éditoriale, l'importance de l'arborescence, etc.), ou offsite (comme la vulgarisation du Netlinking).

On parle généralement de réunionite chez l'annonceur. Certaines ne sont pas toujours pertinentes en ce qui concerne la mise en place de la stratégie SEO, mais permettent in fine de faire avancer les intérêts de chaque service.

Le manque de budget ou d'effectif peut aussi être un frein lorsqu'on souhaite atteindre les objectifs, qu'ils soient fixés par la direction ou par nous-même.

Ces paramètres à prendre en compte, nous demandent beaucoup de flexibilité et de réflexion pour essayer de trouver des solutions aux problèmes rencontrés ou de s'en accommoder.

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

Je ne suis pas d'un naturel patient. Lorsque je sors un site à titre personnel, j'aime faire en sorte d'atteindre les positions très vite, pour une rentabilité plus rapide. Chez l'annonceur, il a fallu que j'apprenne à l'être, puisque nous ne sommes pas seul à prendre les décisions. La moindre modification sur un site par exemple, peut demander au préalable des validations avant sa mise en place par l'équipe technique.

Il faut aussi savoir jongler entre le budget et la priorité des actions à mener. On ne peut pas toujours faire toutes les actions SEO à un instant T, j'ai donc dû apprendre à faire des choix, certains plus ou moins contraignants.

Il faut aussi être pédagogue et être capable d'expliquer le référencement dans sa globalité. Encore maintenant ce métier reste très flou pour beaucoup et nos interlocuteurs ne sont pas forcément issus du web.

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

Comme je l'ai expliqué plus haut, c'est l'implication au sein d'un même projet. En agence, on rend des comptes à nos clients certes, mais en priorité à la direction. L'autre point important est qu'en agence on peut souvent échanger des informations avec ses collègues ou participer à des formations en interne.

Chez l'annonceur il faut pouvoir se débrouiller par ses propres moyens, car on ne fait pas toujours partie d'une grosse équipe. Il faut donc être autodidacte et se tenir sans cesse informé pour rester compétitif.

Une anecdote

Toujours faire attention aux espaces "preprod" ! J'avais "évangélisé" sur l'importance de bloquer cet espace pour éviter la duplication de contenu. Un autre service interne est intervenu pour la montée de version du serveur sans que je sois au courant.

Malheureusement, ils n'ont pas gardé les configurations mises en place et l'espace de « preprod » a été indexé. Il a fallu corriger cette erreur rapidement.

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

Il faut être patient car la réunionite est répandue chez beaucoup d'annonceurs. Au cours d'une ancienne expérience, il m'est arrivé d'avoir des semaines où je passais presque 1/3 de mon temps en réunion.

Il ne faut pas non plus avoir peur de mettre les mains dans le cambouis, en mettant soi-même en place les recommandations que l'on préconise. En fonction de la taille de l'équipe et des fonctions de chacun, déléguer les tâches n'est pas toujours possible.

Et le plus important à mes yeux : toujours rester en alerte et continuer à se former pour être dans la course, surtout si on est compétiteur. Sinon on peut vite se retrouver dépassé.