

Bonjour ! Je m'appelle Olivier PAPON ( @seolyzer\_io pour les twittos ). Passionné par le SEO depuis 13 ans, j'ai fait mes premières armes en agence, puis j'ai été freelance, et enfin chez l'annonceur depuis 5 ans. J'ai travaillé à ce titre chez Infopro Digital il y'a quelques années, puis jusqu'à présent aux Editions Législatives.

Peu présent sur la scène SEO, je suis sorti récemment de l'anonymat avec la mise à disposition d'un outil gratuit d'analyse de logs pour le SEO ( <https://seolyzer.io/fr/> ) que je réalise sur mon temps libre.

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

Il y'a de vrais objectifs business, auxquels on prend part, au sein d'une équipe. On ne fait plus de la productivité pure, de l'abattage avec tout ce que ça implique (pression, stress, clients mécontents...). Et puis, les salaires en agence, on en parle ? :)

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

Voyons ! Il n'y a pas de trucs chiants chez l'annonceur :), il y'a par contre des trucs plus ou moins simples à gérer, ce qui se fait très bien avec un petit peu d'expérience. Si l'on part du principe que l'annonceur est souvent une grosse boîte, voir un gros groupe, on fait alors face à des problèmes politiques, entre services par exemple, qu'il faut savoir anticiper, gérer, et éventuellement résoudre (c'est mieux !). -Quelles sont les plus grosses leçons que vous avez apprises en travaillant chez l'annonceur ?

Le côté humain chez l'annonceur est la clé de la réussite d'une stratégie SEO. Ça n'a l'air de rien comme ça, mais c'est un travail de longue haleine, il faut arriver avec son humilité, écouter ses interlocuteurs, comprendre leur problématiques, évangéliser le SEO sans être oppressant, leur suggérer des solutions qui pourraient générer du trafic. C'est un travail de tous les jours, qui n'a rien de mécanique comme de l'audit ou du reporting. Il faut être polyvalent, pouvoir parler "CA" avec la direction, "Hors-texte" avec un rédacteur et "Debian" avec un adminsyst.

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

Par opposition à l'agence, le SEO chez l'annonceur n'a pas (à priori) 30 clients à qui rendre des comptes, et qui l'appellent à longueur de journée dès que Google bouge le petit doigt : il n'en a qu'un, son boss, même si il peut y'avoir plusieurs projets à gérer. De ce fait, il peut aller au fond des choses, même sur des sujets complexes qui prennent du temps, et avoir une sensation de travail accompli, et pas bâclé. C'est un point important pour moi, je déteste faire les choses à moitié ! :)

### **Une anecdote**

Soyons honnêtes, il y'a chez les SEO, bon nombre de bourrains qui arrivent en terrain conquis, et qui peuvent créer des situations explosives en réunion :

- c'est l'histoire du SEO qui dit au sysadmin (celui qui gère au bas mot 600kv / jour sur ses serveurs) "Tu sais même mon site perso, il est plus rapide que notre infra"
- ou l'histoire du SEO qui dit au journaliste rédac chef d'un gros magazine, 25 ans d'expérience, comment il doit titrer ces articles et ce qu'il doit écrire dedans, avec le tact et la douceur d'un placage de Chabal. Boom !

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

N'arrive pas en conquérant, écoute les anciens, jeune padawan ! Le SEO n'est qu'une méthode pour offrir de la visibilité à autre chose : des produits, des services... un bon SEO connaît son sujet sur le bout des doigts.