

Sébastien Billard @sbillard sur twitter, responsable SEO chez Auchan.fr. J'ai travaillé auparavant chez 3suisses.fr, et en tant que consultant SEO senior dans une agence de dimension européenne. J'ai commencé ma carrière SEO en 2001.

Les trucs cools quand on est un SEO chez l'annonceur

Le fait de pouvoir travailler sur la durée, et en profondeur. On a le temps (jusqu'à un certain point quand même !). Le fait de connaître les rouages internes de la société, et donc de pouvoir actionner des leviers plus facilement que si on était consultant externe. Le fait de choisir ses outils et souvent d'avoir un budget confortable. Le fait de partager ses connaissances et de donner des formations. Le sourire des autres corps de métier quand on leur fait découvrir des outils SEO utiles dans leurs activités. Le salaire souvent plus avantageux.

Les trucs chiants quand on est un SEO chez l'annonceur

Une moindre diversité thématique qu'en agence. Parfois un certain isolement quand on est la seule personne sur le SEO (pas de discussions entre confrères). Le fait de devoir batailler pour obtenir des implémentations, ou de subir des changements dans la stratégie de l'entreprise. Le fait qu'il est plus difficile de justifier d'aller se balader dans les conférences SEO vu qu'on n'a rien à y vendre ;)

Les plus grosses leçons que vous avez apprises en travaillant chez l'annonceur

Le fait que l'humain compte autant que la technique. Et la patience.

Les différences majeures avec le travail en agence / consultant externe

Le travail en agence offre une très grande diversité thématique, un rythme rapide, permet de faire de l'avant-vente. Mais il n'est pas rares que les prestations soient du "fire and forget".

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

Pour débiter je trouve que l'agence est plus indiquée que l'inhouse, car on peut y accumuler rapidement beaucoup d'expérience que l'on pourra ensuite valoriser auprès d'employeurs cherchant un SEO inhouse. Mais à quelqu'un qui deviendrait inhouse, je conseillerais d'avoir toujours l'organigramme de la société sur son bureau, et de travailler étroitement avec tous les intervenants du site, en se positionnant comme un allié. Le SEO doit être une personne incontournable.