

Sébastien Monnier : "Le SEO part doit se baser sur une idée de communication globale pour un site"

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Sébastien Monnier, gérant et fondateur de la société Woptimo, a passé deux ans et demi au sein de la Search Quality Team de Google à Dublin. Comme d'autres, il est passé dans le camp des "xooglers", ou anciens employés du moteur de recherche. D'où l'idée de rassembler ces compétences issues de cette équipe pour créer la "Quality Search Alliance". Sébastien, dans cette interview, nous explique le quotidien d'un "chasseur de spam" chez Google...

Sébastien Monnier (<http://twitter.com/#!/smonnier>) est un ancien membre de la "Search Quality Team" de Google à Dublin, équipe au sein de laquelle il a chassé le spam de l'index du moteur pendant deux ans et demi. Suite à cette expérience, il a fondé la société Woptimo (<http://www.woptimo.com/>) et s'est aperçu que d'autres "xooglers" (anciens employés de Google) comme lui avait suivi le même chemin. Pourquoi, dans ce cas, ne pas allier leurs forces ? C'est l'idée de la structure Search Quality Alliance (<http://searchqualityalliance.com/>) qui vient de voir le jour.

Pour la présenter, Sébastien Monnier a accepté de répondre à quelques questions. Qu'il en soit ici remercié...

A noter qu'une version "light" de cette interview (8 questions) a déjà été publiée sur le site Abondance.com (<http://actu.abondance.com/2011/10/search-quality-alliance-quand-les.html>)...



Sébastien Monnier, pouvez-vous vous présenter ?

J'ai commencé ma carrière dans la recherche en linguistique informatique à Caen. Après, une parenthèse dans l'Education Nationale, je me suis exilé en Irlande où j'ai vite été embauché chez Google dans l'équipe Qualité de recherche. J'y suis resté deux ans et demi à consulter des sites et à les pénaliser au besoin. Las de la Guinness, de la pluie et en manque de croissants et de camemberts, je suis rentré en France où j'ai dirigé la branche parisienne d'une agence de webmarketing. Fin 2010, avec certains anciens de Google, nous avons commencé à parler du projet de Search Quality Alliance et j'ai donc décidé de créer ma propre agence de SEO et Web Analytics, Woptimo. En moins d'un an, Woptimo a beaucoup grandi puisque nous sommes désormais une équipe de 6 et bientôt 7 collaborateurs passionnés.

Pouvez-vous nous présenter en quelques mots le projet de Search Quality Alliance ?

La Search Quality Alliance est un groupement d'anciens Googlers issus de l'équipe Qualité de Recherche de Dublin. Notre but est de mettre en commun certains outils et notre expertise SEO pour proposer les meilleures prestations. Nous sommes actuellement basés dans 5 pays différents : France (agence Wotimo), Allemagne (Webhelps!), Autriche (Improve), Espagne (Optimanova) et plus récemment le Brésil (Engeeno). Notre but, au-delà, du simple aspect commercial est d'accompagner les entreprises dans le choix des meilleures stratégies de webmarketing à travers du consulting, des ateliers de formation ou la participation à des conférences. Même en dehors de Google, nous voulons continuer à améliorer le web.

Quelle sera sa forme officielle (association, entreprise, etc.) ?

Nous sommes un groupement d'entreprises dans 5 pays différents. Chaque entreprise reste indépendante mais s'engage à respecter au mieux les recommandations Google pour assurer à ses clients la meilleure prestation possible et un vrai retour sur investissement qui dure sur le

long terme. Pour travailler avec nous, le mieux est de contacter directement le représentant local, l'agence Woptimo en France.

Pourquoi créer la Quality Search Alliance ? Offrirez-vous des prestations SEO ou autres ?

Nous sommes partis d'un constat assez simple. De plus en plus d'anciens membres de Search Quality partent de Google pour fonder leur propre entreprise de SEO. Nous avons tous la conscience d'être parfois un peu à part dans le monde du référencement. En effet, les connaissances acquises chez Google nous ont donné une certaine vision du web, une compréhension particulière des enjeux en terme de recherche d'information. Google prend, en effet, en compte des notions plus larges que celles sur lesquelles les webmestres ont habituellement les yeux rivés. Cela nous permet d'optimiser les sites en utilisant des critères ou des stratégies que nous savons être pertinents, bien au-delà des trucs et astuces qu'on trouve ici ou là pour optimiser son code source par exemple. Notre alliance a donc pour objectif de partager entre nous notre retour d'expérience, mais aussi de mettre nos forces en commun pour piloter des stratégies européennes.

Grâce à l'alliance et à notre réseau de contacts, composé aussi d'anciens d'autres équipes de Google, nous pouvons proposer des prestations expertes en SEO, SEA et Web Analytics dans la majorité des langues européennes.

Nous pouvons, dès à présent, proposer à des entreprises internationales qui veulent augmenter leur visibilité sur le web européen, une stratégie à la fois globale et locale. En passant par la Search Quality Alliance, c'est aussi l'assurance de ne pas avoir de mauvaises surprises. Vous trouverez plus d'information sur le site www.searchqualityalliance.com

La Quality Search Alliance est-elle ouverte aux personnes physiques ou aux entreprises ?

La Search Quality Alliance est ouverte aux anciens de l'équipe qualité de recherche de Google qui ont fondé leur propre entreprise, que ce soit en agence ou en freelance. Nous nous engageons à respecter les guidelines de Google autant que possible pour ainsi éviter tout type de pénalité pour nos clients et leur assurer une optimisation efficace.

Dans un futur proche, nous espérons que de nombreuses personnes de l'équipe qualité de recherche nous rejoignent si elles ont envie de passer à un autre type de challenge.

Le fait d'avoir fait partie de la Quality Search Team vous donne-t-il un réel avantage en termes de connaissances ?

Clairement oui. Nos connaissances ne portent pas sur le poids de telle ou telle balise, mais ce n'est justement pas le plus important. Nous connaissons très bien les critères qui font que telle ou telle page passe du mauvais côté de la barrière et obtient une pénalité. Nous savons aussi quels sont les types de liens qui sont les plus susceptibles de passer du PageRank de qualité. Toutes ces informations, associées à des connaissances techniques et stratégiques, nous permettent de proposer des prestations SEO expertes.

Quelle est votre marge de manoeuvre par rapport à Google ? Avez-vous des clauses de non-concurrence ou de non-divulcation d'informations à signer lors de votre départ ?

En effet, nous avons une clause de non divulgation d'information lors de notre départ. Mais cela ne nous empêche pas d'utiliser ce que nous savons pour donner des conseils utiles à nos clients !

Pourquoi quitte-t-on Google aujourd'hui ?

Chacun a des raisons différentes. La totalité des membres de l'équipe qualité de recherche à Google est expatriée. Au bout de quelques années, la grisaille irlandaise devient dure à supporter et il est souvent difficile, voire impossible de rejoindre le bureau Google de son pays natal. Et puis, passer de Google Search au monde SEO, c'est un peu comme passer des coulisses à une scène sous les projecteurs. C'est agréable d'aller au delà des pénalités et de pouvoir avoir un impact différent sur la qualité du web.

A quoi ont accès les personnes qui font partie de la Search Quality Team (SQT) chez Google ? A quel type d'information ? Sous quelle forme (intranet, mail, chat, documentations, etc.) ?

Nous avons accès à énormément d'outils internes car nous faisons beaucoup d'investigations pour savoir quels étaient exactement les comportements de chaque site. Consulter les backlinks en connaissant le vrai Link Juice, c'est plutôt sympa :) J'en profite d'ailleurs pour tuer un mythe : personne n'a accès aux stats Analytics ou aux comptes Adwords. Ce sont des éléments qui ne sont pris en compte ni pour l'algorithme, ni pour la revue manuelle.

A quoi ressemble la journée-type d'une personne faisant partie de la SQT ?

Selon le niveau d'ancienneté, nous avons soit une liste de sites à évaluer, soit plus de liberté dans le choix des thèmes à regarder. En 2 ans et demi, j'ai dû investiguer plus d'une dizaine de milliers de sites web. Quand on a un doute sur une pénalité ou sur une procédure, on peut demander à un coach technique ou à un analyste. Certains débutants ont parfois du mal, je me souviens d'une fois un débutant qui pensait que *lorem ipsum* sur une page était du spam. Heureusement, toutes les pénalités avant d'être actives sont regardées par, au moins, deux personnes. Les probabilités d'erreurs sont donc très faibles.

L'information au sujet du fonctionnement du moteur est-elle diffusée en interne chez Google ? Jusqu'à quel point ?

Chaque semaine, nous avons des visioconférences avec l'équipe webspam de Matt Cutts. C'est vraiment grâce à cela qu'on pouvait en apprendre plus sur le fonctionnement du moteur au delà des pénalités manuelles. Les informations sur le moteur de recherche ne filtrent jamais en dehors des équipes webspam et qualité de recherche. Même à nos collègues d'Adwords, nous ne pouvions pas en dire plus que ce qu'on dit à l'extérieur !

Parfois, on a l'impression que seul Matt Cutts et quelques autres "têtes pensantes" de Google ont le droit de communiquer en termes de SEO et que les autres sont pieds et poings liés. Je me trompe ?

L'équipe qualité de recherche de Dublin est encouragée à communiquer, mais c'est difficile. Coincé entre l'équipe de communication à Paris et les ingénieurs de Mountain View, il n'est pas évident de se faire une place. Au dernier SEO camp'us, beaucoup ont été déçus de la prestation de Google, mais ils ne pouvaient, en effet, rien dire de plus que ce que Matt Cutts a déjà dit (*NDLR : à cette occasion, ils avaient quand même dit nettement moins que ce que Matt Cutts dit, à notre avis...*)... La communication commencera toujours par les Etats-Unis. Même si Google a une véritable conscience internationale, cela reste une société américaine.

Quel est la marge de manoeuvre et le niveau de connaissance de l'algo des équipes SQT de Dublin ? On a parfois l'impression, peut-être trompeuse, que de nombreux référenceurs connaissent mieux Google qu'eux... Est-ce une impression ou sont-ils bridés dans leur communication ?

Les connaissances sont différentes. Un référenceur a une connaissance empirique des pages de résultats et obtient cette connaissance grâce à des tests, à de la veille documentaire ou à des cas clients. Un membre de l'équipe qualité de recherche peut potentiellement avoir moins de connaissances techniques. Ainsi, beaucoup de googlers ne sauraient, par exemple, pas installer de la réécriture d'url. Mais, en fait, il n'est pas besoin d'être un webmaster ultra performant pour travailler dans l'équipe qualité de recherche; ce qui est important c'est de comprendre le fonctionnement du site, d'interpréter le comportement au travers de différents critères et de savoir quelles actions correctives mettre en place: c'est un travail assez spécifique en fait qui se rapprocherait plus de l'inspecteur des impôts que du référenceur. Notre objectif, dans cette nouvelle alliance, est justement de combiner ces deux savoirs : le savoir-faire du référenceur et la connaissance Google.

Le fait d'avoir fait partie de la SQT donne-t-il un avantage indéniable et évident lorsqu'on monte sa société ensuite (merci de répondre de façon sincère ;)) ?

Cela ne suffit pas : passer par Google donne des informations intéressantes, mais sans volonté de les appliquer à des cas réels, cela ne sert à rien. Dans la Search Quality Alliance, nous sommes de bons SEO, non seulement parce que nous avons les informations Google, mais

aussi parce que nous avons tous eu une expérience de webmaster ou en agence. A titre personnel, mon passage en agence, chez 1ère Position, à ma sortie de Google a été intéressante. J'ai pu leur apporter une expertise précise tout en bénéficiant de leur expérience de 10 ans en webmarketing.

La dimension relationnelle d'un référencier ne doit pas être négligée: savoir quelle équipe il faut convaincre pour faire avancer le site dans le bon sens est aussi une véritable compétence. Il faut, en effet, avoir une vue globale et ne pas se focaliser uniquement sur des optimisations techniques ou linking. C'est parce que nous avons cette ouverture d'esprit que nous avons été embauchés chez Google, et non l'inverse.

Comment définiriez-vous la société Google aujourd'hui ? Quel est votre bilan personnel et professionnel après avoir travaillé là-bas ?

Google est une machine en constante évolution. Quand je suis entré dans la société début 2007, Youtube venait tout juste d'être acheté, Google Analytics en était presque à ses débuts. Personne ne parlait de Facebook, et encore moins de Twitter. Le concurrent, c'était Yahoo ou Microsoft. Clairement, les choses changent au fur et à mesure et j'ai pu me rendre compte à quel point Google incitait l'innovation dans les équipes. Au niveau search, les outils et les process de Google sont désormais tellement au point qu'il sera très difficile pour un autre moteur de faire sa place. La concurrence ne viendra donc pas d'un autre moteur, mais plutôt d'une autre régie pub innovante, ... comme Facebook par exemple.

Au niveau personnel, j'en garde un excellent souvenir. L'ambiance au sein de l'équipe était extraordinaire, notamment dans une équipe française vraiment soudée. En dehors du travail, beaucoup sont des expatriés qui vivent dans ce qu'on appelle entre nous le Google Ghetto, un quartier moderne de Dublin où s'installent beaucoup de Googlers. Et je peux vous assurer que le cumul ambiance irlandaise, ambiance d'expatriés et de start-up, cela donne des soirées vraiment mémorables... sauf quand on a tout oublié le lendemain matin ;))

Au niveau professionnel, au-delà des connaissances confidentielles et des compétences techniques, j'ai acquis une vision privilégiée du web. Par exemple, cela m'a donné une certaine sensibilité pour évaluer si une nouvelle activité, un nouveau concept a des chances de réussir ou non. Avoir analysé des milliers de site pendant plusieurs années, ça forge un certain regard.

N'est-il pas frustrant de travailler à la SQT ? D'avoir accès à certaines informations sans pouvoir les diffuser ?

Frustrant, je ne dirais pas ça. C'est plutôt grisant : avoir accès à des informations que des milliers de personnes aimeraient avoir, c'est tout de même plutôt sympa. Ce n'est pas vraiment la diffusion de l'information qui serait frustrant, c'est plutôt le fait de ne pas pouvoir l'appliquer à des cas clients réels. Et cette frustration a désormais disparu depuis que nous sommes entrés de plein pied dans le monde du SEO.

N'est-ce pas un risque pour Google de voir ses employés, et notamment ceux de la SQT, partir ?

Non, parce que nous avons aimé notre travail, et que nous gardons beaucoup de respect et d'affection pour Google. Personne au sein de la Search Quality Alliance ne trahira de secret de famille. Et puis, chaque jour de nombreuses grandes sociétés du web voient des dirigeants, des ingénieurs partir vers d'autres horizons. Certains inventent de nouveaux services, lancent des sociétés... et peuvent devenir partenaires de l'ancienne maison, lui apporter d'autres regards extérieurs... Finalement, nous faisons aussi la promotion des bonnes pratiques Google et nous recommandons souvent à nos clients Adwords ou Analytics qui sont des outils formidables et en amélioration constante... Nous gardons tout de même un regard objectif : tant que Google ne commence pas à ressembler à Microsoft, cela devrait aller ;))
En résumé, tant qu'on ne part pas chez Facebook, Google laisse partir sans voir cela comme une trahison.

Alors, on ne va pas vous laisser partir comme ça sans vous demander un petit secret appris dans le ventre de la bête... :-)

La bête, quelle bête? Tu veux dire Panda ? ;-) Alors, à propos de Panda, ce n'est pas du tout un algorithme qui cherche à pénaliser du texte caché ou du cloaking comme on a pu le lire ici ou là, mais cela cherche vraiment à évaluer la qualité d'un site avec des critères objectifs. Un conseil pour ceux qui ont été touché par l'animal : réévaluer votre stratégie de communication globale, pas uniquement votre stratégie SEO... Besoin d'en savoir plus ? La Search Quality Alliance pourra sans doute vous aider!

Interview réalisée par mail par Olivier Andrieu (éditeur du site Abondance.com) en octobre 2011.

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
<http://blog-abonnes.abondance.com/2011/10/sebastien-monnier-le-seo-part-doit-se.html>