Jean-Benoît Moingt (SoLocal - PagesJaunes) : "Le SEO est devenu un enjeu stratégique chez PagesJaunes"

Retour au sommaire de la lettre

Domaine :	Recherche	**Référencement**
Niveau :	**Pour tous**	Avancé

Jean-Benoît Moingt, responsable SEO et acquisition pour le groupe PagesJaunes / Solocal a accepté de répondre à nos questions sur l'organisation SEO au sein de sa société, ainsi que sur son travail au quotidien et les projets de cet organisme connu et ancien sur la Toile, même si les préoccupations SEO sont plus récentes dans l'entreprise....

Nous avons, ce mois-ci, posé dix questions à Jean-Benoît Moingt, un ancien de la société Aposition qui gère aujourd'hui le département "SEO" pour le groupe PagesJaunes / Solocal. Voici ses réponses.

1. En quelques mots, peux-tu te présenter ainsi que ton rôle au sein du groupe PagesJaunes ?

Bien sûr :-) Je m'appelle Jean-Benoît, j'ai 26 ans. J'ai découvert le référencement très tôt en développant mes premiers sites. Je suis développeur de formation ce qui explique mon affinité pour les sujets techniques. Je suis notamment passé par l'agence Aposition (iProspect). Je suis maintenant responsable SEO chez Solocal Group (ex PagesJaunes Groupe). Solocal Group possède de nombreux sites. Je m'occupe plus particulièrement du "vaisseau amiral", pagesjaunes.fr, et des PVIs (les sites que nous créons pour les professionnels, nous en avons 100 000). Comme tout responsable SEO, mon rôle est d'améliorer l'audience de nos sites, et à travers ça, la visibilité et le ROI de nos clients.
J'essaie également de développer la culture SEO en interne. Il y a 3 ans, le référencement n'était pas un sujet majeur pour PagesJaunes. C'est désormais un enjeu stratégique et cela implique une mobilisation à tous les échelons de l'entreprise.

2. Comment se compose l'organisation de l'équipe SEO chez PagesJaunes ?

Le SEO chez PagesJaunes est sous la direction de Mehdi Moreau. Il a à sa charge le SEO, le SEA, le content marketing et la "déportalisation" de nos contenus sur des sites partenaire comme Yahoo ou Bing par exemple. Nous sommes une dizaine à travailler sur les sujets SEO dont 3 personens en interne. Nous travaillons avec des experts SEO qui réalisent les analyses SEO les plus complexes et qui permettent de construire la *roadmap*. Des data analystes réalisent notamment des études de ranking. Et des chefs de projet assurent le bon déroulement de la roadmap et contribuent à mettre de l'huile dans rouages.
Nous avons la chance d'avoir une équipe aux profils variés et disposant d'une grande expérience. Le fait de travailler sur des grosses volumétrie de données nous permet également d'observer des phénomènes qui passent parfois inaperçu dans les évolutions de Google comme ce fût le cas cet été.
L'implication de l'équipe SEO varie en fonction des sites. Pour Pagesjaunes.fr, nous disposons d'un budget propre auprès de la direction technique, ce qui nous permet de construire une roadmap annuelle précise. Pour les PVIs ou Mappy par exemple, nous agissons d'avantage comme le ferait une agence, nous émettons des recommandations qui seront, en fonction des arbitrages, intégrées dans la roadmap principale.

D'autres sites encore ont leur propre équipe SEO, nous les accompagnons lorsqu'ils en ont besoin pour leur faire bénéficier de nos outils et de notre expertise. C'est le cas par exemple de Comprendrechoisir ou de Chronoresto.

3. Quelle est l'importance du SEO chez PagesJaunes ?

Il y a encore deux ans, le SEO était un sujet mineur chez PagesJaunes. La forte notoriété de la marque suffisait et le fait de développer l'audience en provenance des moteurs de recherche n'était pas un enjeu.
L'univers concurrentiel ayant évolué, le SEO est devenu un enjeu stratégique qui doit tirer l'audience des sites du groupe vers le haut.
Nous sommes également largement sollicité par les services commerciaux. Google est désormais utilisé par tous et nos clients sont très sensibles au référencement naturel. Nous réalisons régulièrement des études sectorielles prouvant le gain de visibilité dans Google qu'apporte une présence sur Pagesjaunes.fr

4. Quels sont les plus gros challenges SEO chez PagesJaunes ?

Les challenges sont nombreux. PagesJaunes est une organisation assez lourde avec des délais de mise en oeuvre importants qui ne répondent pas aux exigences de réactivité du SEO. Nous avons donc mis en place un certain nombre de briques pour pouvoir faire des modifications sur le site indépendamment des cycles de mise en production habituels. Lorsque je suis arrivé, il fallait au minimum 3 mois pour changer la balise TITLE d'une page. Nous ne sommes pas encore arrivés à du temps réel, mais nous sommes désormais sur des délais de 2 ou 3 jours, ce qui est beaucoup plus acceptable.
Le site pagesjaunes.fr souffre également de son historique. Il s'agit d'un site qui a plus de 10 ans qui n'a jamais été pensé ni conçu pour être optimisé en termes de référencement. L'année 2012 a donc en grande partie été consacrée au "nettoyage" des mauvaises pratiques ainsi qu'à la mise en place de pré-requis techniques.
Enfin, comme tous les annuairistes, la sémantique que nous ciblons est extrêmement large puisque nous avons vocation à proposer du contenu sur toutes les requêtes liées à la recherche de professionnels en France.

5. Est-ce que PagesJaunes passe par un prestataire SEO ?

Comme indiqué ci-dessus, nous faisons effectivement appel à un certain nombre de prestataires externes. Nous avons cependant la particularité de faire appel principalement à des freelances. Nous ne cherchons pas à travailler avec une agence de renom mais avec des personnes dont nous apprécions les qualités et disposant d'une expertise qui apportera une valeur ajoutée à notre équipe.
Nous sommes toujours curieux de découvrir de nouvelles techniques ou de nouveaux outils, n'hésitez d'ailleurs pas à nous contacter si vous avez un savoir-faire particulier.
Nous avons également sous-traité la partie "ranking" que nous ne souhaitions pas internaliser pour plusieurs raisons. Nous récupérons tous les mois les 10 premières pages de résultats de Google pour plus 500 000 mots clés. Nous récupérons les résultats bruts qui sont ensuite traités par nos data analystes. En cumulé, cela représente mine de rien 1 milliard de résultats par an...
Pour être plus réactif pour des études urgentes ou lors de mise à jour Google, nous avons par ailleurs notre propre infrastructure logiciel avec un réseau de proxy adéquat.

6. Et côté outils ?

Au quotidien, nous utilisons :

- Un analyseur de logs (Watussi Box : http://box.watussi.fr/), qui nous permet de comprendre la façon dont Google perçoit notre site. Il s'agit à la fois d'un outil de monitoring quotidien et d'un outil d'analyse avancé. Nous avons mis en place des mécanismes d'alerte pour pouvoir être réactif si tel ou tel élément se produit. Nous

l'avons également mis à disposition de notre direction technique pour mesurer les effets de bord lors des mises en production.

- Un crawler simulant le comportement de Googlebot qui nous permet de dresser régulièrement une cartographie complète de notre site et représenter ce qui est indécelable à l'oeil nu, surtout pour un site qui fait plus de 20 millions de pages. Nous pouvons également étudier l'ensemble de notre maillage interne qui représente environ 900 millions de liens.

- Nos données de ranking qui sont étudiés par nos data analystes. Ils utilisent entre autres le logiciel Qlikview (http://www.qlikview.com/fr).

7. Est-ce que les sites du groupe PagesJaunes ont été touchés par Panda et Penguin ?

Pagesjaunes.fr n'a été touché ni par Panda, ni par Penguin. Nous n'étions pas particulièrement dans la cible de ces mise à jour.

8. Quels sont les projets SEO chez PagesJaunes ?

Nous sommes en train d'initier un gros travail sur la sémantique. La nomenclature que nous utilisons actuellement est issue de l'annuaire papier et a été construite avec une logique commerciale. Elle n'est pas toujours "SEO compliant", loin de là. Nous avons environ 8 000 rubriques qui sont parfois trop fines, parfois pas suffisamment, avec beaucoup de doublons. Nous avons donc décidé de construire notre propre référentiel répondant à notre seule problématique. C'est un chantier complexe car l'univers sémantique que nous ciblons est immense.
Nous allons également expérimenter des optimisations techniques qui n'ont jamais été testées à ma connaissance sur des sites à forte volumétrie, mais je resterai discret sur celles-ci pour le moment :-)

9. Quelle est la part de Google dans le trafic global du site PagesJaunes et des PVIs ?

Nous ne communiquons pas de chiffres précis, mais la part du SEO hors marque a triplé en un an.

Merci Jean-Benoît, d'avoir bien voulu répondre à nos questions.

Interview réalisée par mail par Olivier Andrieu, éditeur du site Abondance.com, en août et septembre 2013.