

Laurent Bourelly : « La recherche anticipée est l'avenir du SEO »



*Interview réalisée
par Olivier Andrieu*

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Laurent Bourelly est un « dinosaure » du Web et travaille depuis plus de dix ans sur les réseaux en ligne, s'intéressant tout autant au webmarketing au sens large qu'au SEO plus précisément. Il nous parle ici de son métier, de sa vision de Google, de son installation en Andorre mais aussi de ses clashes numériques qui font parfois le buzz dans notre petit microcosme...

Bonjour Laurent et merci de répondre à nos questions. Pour commencer, peux-tu te présenter en quelques mots ?

Bonjour Olivier et merci de me recevoir dans ta newsletter, ô combien prestigieuse !

Pour me présenter en quelques mots, je ne fais pas, comme toi, du référencement depuis 1912 mais « seulement » depuis 2003.

La véritable révélation est arrivée en 2004, avec le concours de référencement « Mangeur de Cigogne » où j'ai capté qu'on pouvait s'amuser à positionner des URL et finalement savoir comment et quoi donner à bouffer à Google.

Sinon, depuis 2004, je travaille sur deux axes : mes propres sites et des prestations de conseil pour les clients.

Quelle est ta vision du SEO ?

Ma vision du SEO dépasse largement le cadre de l'aboutissement du top 3 sur des



mots-clés Google. Je préfère la notion de visibilité à celle de référencement qui est trop basique, trop restrictive. Je parle de visibilité au sens global, il faut attirer du trafic mais Google et le référencement en gé-

néral ne sont qu'un vecteur de visibilité parmi tant d'autres. Cela provient sans doute de mon passé dans le marketing et la communication puisque j'ai commencé par là au début des années 90 pendant que toi tu attaquais déjà les meta keywords.

Tu parles souvent, dans tes articles, tes conférences ou sur les réseaux sociaux, avec une vision assez "black hat". Comment l'appliques-tu à ton travail au quotidien ?

Concernant ma vision « Black Hat », je ne sais pas trop. J'ai commencé par m'amuser à explorer les faiblesses algorithmiques, avant de revenir vers les fondamentaux du marketing. Cela me permet de situer parfaitement la ligne jaune qui définit le facteur risque que nous faisons prendre à un site sans considérer les guidelines Google comme étant la jurisprudence à respecter. D'ailleurs j'avais comme idée de transformer les guidelines Google en papier toilette, j'avais même trouvé un fournisseur qui permettait de le faire et je devais lancer un concours !

Mais ma périphérie du black hat s'arrête au cadre pénal. C'est-à-dire que même s'il est beaucoup plus facile de faire du netlinking en exploitant des failles de sécurité sur des sites web, c'est un pas que je ne franchirai jamais et que je ne conseillerai jamais à quelqu'un. Par contre, oui, violer les guidelines Google, aucun problème avec ça à partir du moment où on maîtrise le facteur risque. Aujourd'hui encore, malgré la psychose qui règne depuis Panda & Penguin, je pratique une stratégie bi-latérale avec d'un côté le *money site* tout à fait propre et de l'autre côté des sites jetables éphémères où la stratégie agressive de référencement ne met absolument pas en danger la partie propre et clean de la synergie web.

Cela me perturbe réellement de voir les gens tripper depuis 2012, alors que tout ré-

férencement agresseur intègre parfaitement les pénalités dans son business model.

Pour tout avouer, j'ai commencé bille en tête à affronter les pénalités Google dès mes débuts. À force, on apprend à planter une croix sur la tombe du site et tracer sa route sans remords.

Au final, je ne crois pas que le terme Black Hat me corresponde. Je n'ai jamais réellement monétisé le filon, si je compare à d'autres. C'est l'esprit hacker pur que je préfère et cela dépasse largement le cadre du SEO.

Comment définirais-tu Google ?

Pour moi Google, c'est plusieurs choses et je l'explique dans un de mes derniers billets. Pour le public, Google est un moteur de recherche. Du côté économique, Google est une régie publicitaire et du côté des dirigeants de Google, Google est devenu une énorme réserve de cash pour s'amuser à jouer aux maîtres du monde et faire prendre réalité aux rêves de geek/nerd que sont Larry Page et Sergeï Brin, les dirigeants de Google. Donc, pour moi, Google est quelque chose de différent en fonction de là où tu te situes.

Comment fonctionnes-tu ? Comme une agence (tu fais le SEO de tes clients « à leur place ») ? Ou tu es plutôt dans l'accompagnement, l'audit, la formation, en un mot le transfert de compétences ?

J'ai déjà tenté l'expérience de fonder une agence et honnêtement ce n'est pas du tout pour moi. Je ne pense pas être fait pour manager des dizaines d'employés. Par contre, depuis le début, je sous-traite pour des agences, notamment les audits des grands comptes et je travaille avec des dizaines de prestataires. De mon côté, je focalise uniquement sur le conseil. Mais ensuite, cela fait partie de mon travail de con-

sultant de conseiller le meilleur prestataire possible par rapport au budget, par rapport à l'objectif du client etc. J'ai une relation tout à fait transparente avec mon réseau, je ne prend pas de commission d'apporteur d'affaire ; je considère que ça fait partie de mon travail de conseiller le meilleur outil, le meilleur prestataire et sans regard pour une éventuelle commission que l'on pourrait me verser, ce qui est pourtant une pratique très courante dans la profession (j'entend bien la pratique de la commission).

Je pense que je pourrais être une sorte d'agence dématérialisée et c'est vrai que l'on pourrait penser que je suis tout seul parce que je me suis mis en avant sous ma propre identité depuis 2008 alors qu'en fait j'ai trois sociétés de type SARL.

De temps en temps, il m'arrive de mettre les mains dans le cambouis pour un client, mais c'est généralement après un premier round tourné uniquement autour du conseil. En général, j'en traite un ou deux par an en m'impliquant directement.

Quel est le profil des clients avec qui tu travailles ?

C'est extrêmement varié. Cela peut aller du plus gros site web imaginable au petit serveur du coin, totalement inconnu et sans visibilité aucune. Je pense avoir vu passer à peu près tous les types de sites et toutes les thématiques de ce que le Web peut fournir. Si je devais me vanter d'une seule chose, c'est sans doute d'avoir fait un gros tour du Web sur les choses du SEO.

J'évite cependant de traiter en direct tout ce que l'on peut considérer comme « grands comptes » parce que je ne suis pas équipé pour ça.

Vu depuis le petit bout de ma lorgnette, c'est beaucoup plus sympa d'être un simple maillon de la chaîne pour traiter un gros dossier (habituellement la partie audit).

La particularité que j'impose autant que possible est d'être en relation directe avec

le sommet de la pyramide décisionnaire. C'est le grand mal être du SEO d'être coincé entre les strates, qui empêchent d'avancer.

C'est un exploit d'avoir 10% des préconisations d'audit appliquées sur un grand compte, alors que des « petits » vont se défoncer pour dépasser le cadre des recommandations. J'adore qu'on revienne vers moi en s'étant approprié mon conseil, me permettant également d'évoluer.

Tu fais des formations SEO. Quelle est ta vision de ce marché actuellement ?

C'est encore quelque chose de très nouveau pour moi, d'ailleurs j'en profite pour faire un teasing car je vais lancer, dans les prochains jours, quelque chose de nouveau. C'était une volonté de ma part depuis très longtemps de pouvoir proposer une solution pour quelques centaines d'euros.

Je n'avais jamais fait ça auparavant ; je n'avais jamais pu proposer un produit SEO à bas prix et les deux premières expériences ont été très enrichissantes. C'était loin d'être parfait, mais les retours m'ont encouragé à continuer.

L'expérience m'a positivement motivé pour enclencher un troisième format beaucoup plus ambitieux que les précédents. J'ai vraiment hâte de lancer car je donne à chaque fois tout ce que j'ai dans le bide et le cœur.

Ma vision de ce marché est assez tordue parce que nous sommes tous des webmarketeurs. Nous vendons du webmarketing et les vendeurs de rêves ont bien pourri l'appellation. Nous utilisons tous les mêmes techniques de vente, nous avons tous lu les mêmes bouquins et il est assez compliqué je pense de pratiquer ce genre de vente de formation en flirtant avec des techniques webmarketing éprouvées qui sont utilisées par d'autres pour vendre... du flan. Dans tous les cas, je fais tous les efforts possibles

pour donner la valeur ajoutée maximale au meilleur prix.

C'était d'ailleurs un énorme risque de vendre un produit final qui correspond à peu près à mon tarif horaire de consultant. On verra si je m'en sors, mais pour l'instant tout baigne.

Tu es reconnu - entre autres - pour la notion de "cocon sémantique" que tu as largement contribué à faire connaître. Peux-tu expliquer plus précisément ce qu'il en est ?

C'est très simple, pour moi, la puissance d'une page est limitée, je suis persuadé que l'environnement de la page est encore plus important que les éléments on page. Quand je parle d'environnement, je parle d'environnement de la page on site et off site. Le cocon sémantique concerne l'environnement on site de la page, c'est-à-dire ce qui appuie cette page à l'intérieur du site et surtout comment on construit cet appui. Et il est extrêmement important qu'il y ait un maillage sémantiquement correct, c'est-à-dire que les contenus soient liés entre eux de manière intelligente et ceci est valable aussi bien sûr et en dehors du site. J'ai l'impression que le Topical Trust Flow de Majestic SEO a été une énorme révélation pour certains, mais le concept est également fondamental *on site*. J'applique le concept depuis toujours, mais j'ai décidé de le lâcher quand j'ai senti qu'il y avait un réel besoin, quand j'ai senti que les gens étaient vraiment perdus après Panda & Penguin et qu'ils devaient se recentrer sur une stratégie fondamentale et pérenne, en tous cas sur quelque chose qui fonctionne et qui peut difficilement être remis en cause.

Je n'ai absolument rien inventé, mais j'ai affiné et structuré la stratégie à un niveau chirurgical. D'ailleurs, je profite de l'opportunité pour remercier tous ceux qui m'ont permis d'aller encore plus loin. Par

exemple, Jérôme Rossignol avec son outil Visiblis.fr et Benoit Chevillot avec qui je collabore pour sortir très bientôt un plugin Wordpress. D'autres comme Sylvain Deauré ont de jolis projets dans les cartons et c'est génial d'avoir donné un tout petit morceau d'un truc pour le voir ensuite grandir grâce à la magie d'internet.

Quels sont tes autres sujets de prédilection, tes passions, dans le monde du SEO ?

Je vais un petit peu modifier ta question. Tout ce qui me passionne dans mon métier concerne le webmarketing, le marketing et la communication en général. Mais ça dépasse aussi ce cadre là pour aller dans tout ce qui est design, ergonomie et même développement.

Sans parler du côté business où j'ai écumé de nombreux formats avec mon wagon d'échec. C'est tabou en France d'échouer, mais je revendique de m'être planté à de nombreuses reprises. C'est mon vécu aux Etats Unis, qui remet l'échec au premier plan de mes plus grandes fiertés. Ce n'est sans doute pas pour rien que c'était le sujet de ma conférence Tedx.

Maintenant que j'y pense, c'est peut-être aussi pour ça que je poste uniquement des vidéos de mes gamelles en VTT.

Quelques questions plus personnelles maintenant. On sait bien que tu aimes bien « clasher » certaines personnes sur le Web. Comment choisis-tu tes victimes ? :-) Est-ce que cela vient de ton caractère ou est-ce également une façon de te faire connaître ? Est-ce que cela t'a valu des procès finalement ?

Il y a différents types de clashes. Tu as le clash impulsif sur Twitter, qui est souvent éphémère et sans conséquences. Ensuite, tu as le gros dossier pour démontrer ce qui

me dérange profondément. Certains pensent que c'est une stratégie de branding, mais tu sais bien qu'en communication, les meilleurs mensonges doivent toujours être très proches de la vérité. Mon côté grande gueule et impulsif font que je rentre dans le lard quand quelque chose me dérange, mais je fais un effort pour me contrôler car je sais aussi qu'on perd des points de karma à chaque fois qu'on s'engage dans ce genre d'action. Si je fais le bilan, le clash concerne une poignée de pages parmi plusieurs centaines. Pourtant, ce sont celles qui marquent le plus les esprits. J'hésite à le publier, mais le grand gourou des vendeurs de rêve a déjà un billet à son effigie. Peut-être que ça sera mon dernier point de karma en moins, mais il faut que je me décide à le mettre en ligne car personne ne l'attaque et pourtant c'est le pire de tous.

Dans tous les cas, j'essaie de mener un combat que je pense juste et il m'est déjà arrivé d'afficher un Mea Culpa quand j'ai compris mes torts. Ceux qui me suivent savent que je sais aussi faire marche arrière et admettre sans aucun problème que je me suis trompé ou que je suis allé trop loin.

Pour l'instant, aucun procès à l'horizon. Les actions de certains pour essayer de me faire taire m'ont plutôt motivé pour leur en remettre une couche ou alors m'ont carrément fait pitié parce que cela se cantonnait à faire appel aux moyens divers et variés chez Google (DMCA ou droit à l'oubli).

On me demande parfois si je ne joue pas trop avec le feu avec mon image, mais le plus important est de savoir avaler la critique. Je ne suis jamais touché sur le plan personnel par une attaque. C'est ce que je représente qu'on critique.

Après, je suis conscient de n'être absolument pas protégé d'un bad buzz. Le pire qui pourrait m'arriver est de m'éloigner de la communauté pour repartir dans ma grotte à monétiser mes sites. Cela serait dommage car j'adore le contact IRL et le partage social.

Puis la place est prise par un certain Olivier Andrieu pour celui que tout le monde apprécie et qu'il est extrêmement difficile de critiquer.

Alors, il fallait bien que je trouve un axe différent pour me démarquer ;-)

Parfois, je rêve d'être Olivier Andrieu. Le mec tranquille qui fait ce qui lui plaît, qui prend son temps et que tout le monde aime bien. Tu me fais penser à Souchon ou Voulzy (*Note d'Olivier Andrieu : moi j'aime bien Souchon et Voulzy :-D*).

***Tu habites en Andorre. J'imagine que c'est un vrai choix de vie de vivre en pleine nature :-)* Est-ce que cela complique les choses pour toi au quotidien (déplacements, réunions, etc.) ?**

Pour tout avouer, je déteste le ski. Enfin, j'aimais dévaler les pentes mais je hais tout ce qu'il y a autour : trimballer mon matos (et celui de mes gosses), les touristes, avoir froid, les fringues et plus particulièrement les bottes qui te font marcher comme un robot, etc. donc clairement je ne suis pas venu habiter en Andorre pour les plaisirs de la montagne en hiver. En 2004, quand j'ai commencé à gagner plus de 10k€/mois avec mes propres sites, le choix s'est vite imposé. Vu la pression fiscale en France, il fallait que je gagne plus d'argent ou alors que je paie moins d'impôts. À l'époque, j'habitais dans le sud-ouest et Andorre était une alternative intéressante.

Aujourd'hui, ce que j'apprécie le plus en Andorre est la sécurité et j'ai découvert d'autres plaisirs à la montagne. J'aime la France, mais le traitement qu'on réserve aux entrepreneurs est infâme. Certains me disent qu'on a encore des avantages, mais j'observe que c'est déjà sur un certain niveau qui dépasse le cadre de la plupart d'entre nous.

Attention, il ne faut pas croire que c'est une économie de 100% réalisée lorsqu'on passe

offshore. Pour Andorre, on commence à payer un petit impôt société (10% du bénéfice, mais il n'y a pas encore de contrôles...), mais ça reste décent. La couverture santé n'a rien à envier à la France et c'est un véritable bonheur de vivre dans un pays où la criminalité est insignifiante. En plus, tout le monde bosse ici. Si tu es immigré, c'est interdit de ne pas travailler. Les flics viennent te chercher et t'accompagnent à la frontière. Il faut dire que nous sommes seulement 70 000, donc c'est compliqué de se planquer.

Au niveau des déplacements, on n'est pas trop mal puisque je suis à 2h30 de Barcelone ou de Toulouse. Par contre, il faut prendre la voiture (ou le bus) pour sortir du pays. C'est juste une question d'habitude.

Au niveau des réunions, la majorité du travail se fait sur Skype, mais je me déplace sans aucun problème pour rencontrer les clients ou participer à un événement.

Allez, un peu de prospective, voire de science-fiction. Le SEO, dans quelques années, ça ressemblera à quoi ?

Tu avais participé à mon opération du billet synchronisé il y a quelques années et je pense que nous avons déjà tapé dans le mille avec ce qu'on appelle aujourd'hui le Predictive Search ou recherche anticipée. Dans le futur proche je pense vraiment que le Predictive Search sera un canal de visibilité extraordinaire à partir du moment où on pourra se placer à l'intersection du besoin

quand le client n'aura même pas encore finalisé la nécessité de ce besoin. C'est éfrayant sur le plan humain, mais fascinant sur le plan marketing. On pourra tous être aussi fort qu'Apple !

Par contre, plus tard, je pense que le SEO sera avalé par les agences de communication et de webmarketing dès qu'elles auront un petit peu capté comment ça fonctionne ou alors les agences SEO se seront transformées en agences de communication et de marketing. Je ne sais pas si le métier de référenceur tel que nous l'avons connu ces dix dernières années peut continuer d'exister indépendamment du reste du prisme webmarketing.

J'espère réellement me tromper car le référencement est un métier encore relativement neuf et qui requiert une véritable expertise et une grosse expérience.

Une question que j'aurais oublié ?

Oui ! Tu as oublié de me donner la date de ta venue dans mon podcast !

Il faudra qu'on parle un peu de SEO, mais aussi d'Astérix.

Merci encore de m'avoir reçu. On se voit dans quelques jours au SEO Campus !

Merci, Laurent, pour tes réponses.



Interview effectuée par Olivier Andrieu (dit « Souchon-Voulzy » pour les intimes :-), éditeur du site Abondance (<http://www.abondance.com/>).