

Sélectionner le partenaire SEO qui fera décoller votre trafic

Évaluation de la stratégie et de la vision

- Capacité à comprendre les enjeux spécifiques de votre business model plutôt que de proposer une solution standardisée.
- Équilibre entre les actions techniques (on-site), le contenu et l'autorité (off-site).
- Vision à long terme : privilégie-t-il la pérennité du site ou uniquement des gains rapides (quick wins) ?
- Capacité à prioriser les actions en fonction du ROI potentiel et de la difficulté technique.

Transparence et reporting

- Fréquence et clarté des rapports de suivi (mensuels, trimestriels).
- Indicateurs de performance (KPIs) utilisés : se concentre-t-il sur le trafic qualifié et les conversions plutôt que sur de simples positions de mots-clés ?
- Accès total aux outils de suivi (Search Console, Analytics, outils SEO) : êtes-vous propriétaire de vos données ?
- Transparence sur les actions réalisées : recevez-vous un compte-rendu détaillé des modifications effectuées ?

Méthodologie et éthique

- Respect des consignes aux webmasters de Google (pratiques White Hat).
- Gestion des liens entrants (backlinks) : quelle est la stratégie d'acquisition et comment est vérifiée la qualité des sites partenaires ?
- Processus de gestion de crise : comment l'expert réagit-il en cas de baisse soudaine de trafic ou de pénalité ?
- Veille technologique : comment l'expert se tient-il informé des mises à jour constantes de l'algorithme ?

Questions décisives à poser en entretien

- Pouvez-vous me présenter un cas client similaire au mien avec les résultats obtenus sur 12 mois ?
- Quelles sont les limites de votre intervention et quels aspects du SEO ne gérez-vous pas en interne ?

- Comment gérez-vous la collaboration avec mes équipes techniques ou de rédaction ?
- Quels sont les premiers chantiers que vous identifieriez pour mon site dès le premier mois ?