

Programme de formation

Référencement Web et réseaux sociaux

But de la formation

Développer sa visibilité numérique

Objectifs pédagogiques

1. Comprendre, mettre en place et analyser son référencement et sa visibilité numérique

Pré-requis

Connaissance de base en informatique

Type de public

Tout public souhaitant optimiser sa visibilité numérique

Moyens pédagogiques

Formateur expérimenté et spécialisé dans les outils Web

Sanction de la formation

Attestation de formation

Méthodes pédagogiques

Formation-action, adaptée aux problématiques et thématiques de chaque apprenant. Dynamique et innovante, elle est assurée en présentiel autour de leur projet avec mises en situation personnalisées.

Durée

21 heures (3 jours).

Programme

Comprendre le référencement

Les moteurs de recherche

État du marché

Les autres outils de recherche

Evolution des moteurs de recherche et de leurs algorithmes

Fonctionnement des moteurs de recherche

Principes du positionnement dans les moteurs de recherche

Le référencement naturel et le référencement payant

Le référencement

Définition, principes, enjeux et objectifs

Les différents types de référencement (SEM, SEO, SEA, SMO, etc.)

Structure technique d'un site bien référencé

Optimisation de metatags

Facteurs bloquants et méthodes à risques (spamdexing, blacklisting, les pénalités, etc.)

L'importance du contenu, éléments rédactionnels d'une page web / d'un site web

La visibilité numérique en 2015

Dépasser la simple notion de moteur de recherche.

Mise à jour Google de 2015

De la double importance des réseaux-sociaux et d'une stratégie globale

Le référencement étape par étape

Apports théoriques et mise en pratique simultanée avec les activités/métiers des participants

Stratégie globale

Conception d'une stratégie de positionnement adaptée à son activité/métier

Analyse de l'existant et de la concurrence

L'importance et le choix des mots clés (partage et rédaction)

Les facteurs comportementaux, les bonnes questions

Aspects géographiques et linguistiques

Typologies des requêtes de recherche / Longue traîne

Fonctionnalités Google et outils de recherche de mots clés

Choix et optimisation des réseaux-sociaux / média-sociaux

Sociologie des média-sociaux (réseaux-sociaux et culture web)

Stratégies de partage. Bon usage des réseaux sociaux et adéquation besoin/culture

Outils et pratiques d'optimisation et de productivité

Optimisation rédactionnelle

Optimisation du contenu

Optimisation des « métagas »

Optimisation en fonction des types de contenus

Maillage interne

Erreurs à éviter

Analyser les résultats

Contrôler son positionnement, suivi et évaluation

Google Analytics, la bonne analyse de son trafic.

Google Webmastertools (GWT)

Les indicateurs clés de l'analyse d'audience.

Les indicateurs phares à surveiller

Conclusions / Facteurs de réussite

Présentation d'Adword

Histoire

Part de marchés en France et dans le monde

Fonctionnement général

Stratégie d'utilisation d'Adword

Avoir un site web optimisé

Définir des mots et expressions clés pertinentes

Définir des types de campagnes (courtes, longues)

Test

- Création d'une campagne Adword

- Sélection de mots clés en rapport avec la thématique choisie

Analyser des résultats

- Analyser une campagne précédente

- Réajuster la campagne si besoin