

Programme de formation

Référencement Web et réseaux sociaux

But de la formation

Optimisation rédactionnelle, et développement de 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, blacklistage, 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 « métag »
 - 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)