



Public

Tout public désirant mieux connaître les réseaux sociaux et leur fonctionnement.



Pré-requis

Avoir une bonne maîtrise de la bureautique



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

OPTIMISER LE REFERENCEMENT NATUREL (SEO)

OBJECTIFS

Basée sur des exemples et des résultats expliqués, cette formation est pour qui veut comprendre les rouages et techniques avancées du référencement naturel.

PROGRAMME

1 Les critères de pertinence du référencement naturel

- Le fonctionnement des moteurs de recherche : de l'indexation au positionnement.
- Les critères de pertinence du référencement naturel : technique, éditorial, popularité et ergonomie.
- Connaître les facteurs bloquants et les facteurs favorisants.
- Maîtriser les critères de pertinence éditoriaux et ergonomiques.
- Comprendre le principe de popularité et de Social Media Optimization (SMO).
- Les mises à jour Google : Panda, Pinguin, Colibri et Phantom.
- Usages mobiles : impacts pour le SEO.

2 Définir sa stratégie de référencement naturel

- La stratégie de longue traîne.
- Les thèmes sur lesquels se situer.
- Tirer parti des générateurs de mots-clés pour identifier les mots-clés.
- Exploiter la recherche universelle.
- Analyser la stratégie des concurrents.
- Les indicateurs de performance (KPI).

3 Maîtriser les techniques avancées

- Outils et plugin indispensables.
- Détecter et gérer les cas de duplication de contenu.
- Intervenir sur le CMS pour le rendre SEO-friendly.
- La rédaction des contenus.
- Optimiser les balises meta et les URL.
- Paramétrer les sites map XML et Google Webmaster Tool.
- Développer la popularité de son site : annuaires, communiqués de presse, linkbaiting...
- Mettre en œuvre une stratégie de SMO (Social Media Optimization) avec Google +, Facebook, Twitter.
- Tenir compte des nouveautés de Google Panda et Google Penguin.
- Distinguer les techniques white-hat et black hat.



Public

Tout public désirant mieux connaître les réseaux sociaux et leur fonctionnement.



Pré-requis

Avoir une bonne maîtrise de la bureautique



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

4/ Optimiser le SEO mobile

• **Définir sa stratégie mobile : site responsive, site mobile, apps...**

• **Spécificités et contraintes mobile.**

• **Apprendre à rédiger des contenus pour le SEO mobile.**

5/ **Intégrer le référencement naturel dans la refonte d'un site**

• **Créer des tableaux de bords de suivis.**

• **Analyser de la performance et KPI's. Exploiter les informations fournies par Google Webmaster Tool.**

• **Apporter des actions correctives.**