

Optimiser le référencement de son site internet initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucun
 Pré-requis	Connaissance de l'interface Windows ou Mac, savoir utiliser internet.	 Date	Voir convention
 Public	Tout utilisateur de micro-ordinateur	 Lieu	INTRA
 Intervenants	Formateur issu de la bureautique et/ou communication, webmarketing	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apports théoriques et pratiques, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique.

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Comprendre les enjeux du référencement sur les moteurs de recherche - Renforcer sa visibilité et sa notoriété en ligne - Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel - Maîtriser les techniques du référencement payant ou des liens sponsorisés

PROGRAMME

JOUR 1 :

Les enjeux du référencement sur les moteurs de recherche

- Importance du référencement pour la visibilité et l'audience d'un site Web
- Panorama des acteurs et des outils de recherche en France l'international
- La domination de Google
- Définition du référencement sur les moteurs de recherche
- Référencement naturel et liens sponsorisés : quelle synergie ?

Les techniques rédactionnelles Web-Marketing

- Le choix des bons titres de pages qui accrochent les internautes
- L'optimisation des contenus rédactionnels des pages web
- Les méthodes d'optimisation des liens internes et externes

Optimiser le référencement naturel de son site internet

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et les comportements des internautes
- Maîtriser les facteurs techniques favorisant et bloquant
- Analyser la stratégie des concurrents
- Champ lexical et choix des mots clés
- Rédiger les titres et les descriptifs
- Développer la popularité de son site
- Exploiter la recherche universelle : vidéo, actualités, cartes, blogs...
- Tirer parti des réseaux sociaux et services Web 2.0
- Choisir un prestataire de référencement naturel

JOUR 2 :

Créer et animer une campagne de liens sponsorisés

- Le modèle des liens sponsorisés
- Définir sa stratégie : Objectif, budget, période, cible
- Structurer sa campagne
- Rédiger ses annonces
- Optimiser ses pages d'arrivées
- Analyser et piloter sa campagne

Mesurer les résultats et son ROI

- Les acteurs de la mesure d'audience
- Quel outil mettre en place ?
- Les indicateurs de performance
- Interpréter les résultats et mettre en place les actions correctives