

Déroulé pédagogique de formation **Les enjeux du référencement naturel**

Intitulé : Les enjeux du Référencement Naturel (SEO)

Public visé :

La formation est ouverte à toute personne désireuse de se faire connaître sa société sur Internet. Des connaissances en Marketing Digital est un plus pour pouvoir mettre en pratique des actions suite à la formation.

Elle s'adresse :

- Chargés de communication
- Aux chefs de projet digitaux en agence ou indépendants
- Aux webmasters
- À toute personne désireuse de progresser sur les problématiques de visibilité sur Google

Intervenant : Christelle MILAN

1/ Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Concevoir une stratégie en fonction des 3 piliers fondamentaux du SEO
- Analyser les mots clés recherchés par les Internautes (Étude de mots clés)
- Explorer un site Internet comme Google le perçoit
- Évaluer si un site Internet est populaire aux yeux de Google (Backlinks)
- Découverte d'outils pour étudier le périmètre de son SEO (concurrentiel...)

2/ Objectifs pédagogiques

- 1- Découvrir « Ce que Google veut »
- 2- Apprendre à évaluer l'état de santé d'un site Internet
- 3- Évaluer les résultats des actions SEO

3/ Méthodes pédagogiques

La formation est dispensée à l'aide d'un support numérique et d'une partie « live » avec démonstrations et méthodologies d'audit SEO directement sur Internet. Il s'agit d'un mélange de cours magistraux et d'exercices pratiques en live, qui permettent aux participants d'appréhender les problématiques SEO, de prendre en main les outils d'analyse et d'acquérir les réflexes nécessaires à la proposition de solutions.

Méthode affirmative (cours magistral), interrogative (par le questionnement) et démonstrative (par l'exemple)

4/ Modalités d'évaluation

En fin de séance, les participants seront évalués avec des exercices pratiques et un questionnaire.

5/ Indicateurs de suivi et de résultat (KPI) d'atteinte des OPO (point 1)

OPO 1 : *Analyser le périmètre sémantique d'un site Web*

OPO2 : *Explorer le site comme le fait Google (Contenu, Technique, Popularité)*

OPO3 : *Concevoir un plan d'action SEO*

OPO4 : *Identifier les KPI nécessaires pour mesurer son SEO*

Remarque : l'attestation de fin de formation précisera le niveau global et le niveau d'atteinte des différents OPO via une note sur 20.

6/ Supports fournis au stagiaire

L'ensemble des supports seront fournis au stagiaire via un lien wetransfer à l'issue des deux journées

Durée de la formation / 2 jours 15 heures

Plan de la formation

- JOUR 1 : Vue d'ensemble : périmètre SEO, mise à niveau
-
- Les différents algorithmes de Google
- Comment Google « pense »
- Les piliers du SEO
- La place du SEO dans un projet Web
- Installation de l'environnement de travail (outils)
 - L'étude de mots clés
 - Les différentes intentions de recherche
 - Analyse sémantique du site existant
 - Analyse sémantique de la concurrence
 - Présentation d'outils sémantiques
- JOUR 2 : Stratégie SEO
-
- Le pré-audit SEO technique, comment être éligible à Google ?
- Évaluation de l'état de santé d'un site web
- Les outils associés

La popularité d'un site, comment être populaire aux yeux de Google ?

Évaluation d'un profil de liens (backlinks)

Reconnaître un bon et un mauvais lien

Comment obtenir de nouveaux liens

Étude de la concurrence

Intervenant : Cours CV + photo

Webmarketrice avant tout, puis devenue spécialiste et formatrice SEO, elle aime transmettre son « métier-passion » sur les Techniques du référencement (Contenu - Technique et Popularité), le tout saupoudré de UX Marketing et de **W**ebanalytics.

