

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL SEO

1 jour /6h au centre - PRÉSENTIEL

NOUS CONTACTER POUR LES TARIFS

« Le référencement naturel, aussi appelé SEO, désigne un ensemble de techniques et de savoir-faire pour améliorer le positionnement d'un site dans les résultats des moteurs de recherche ».

OBJECTIFS

Maîtriser les techniques et outils d'un référencement naturel efficace.
Apprendre à positionner un site internet dans les moteurs de recherche.

Effectuer des choix de mots clés.

PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse à toute personne ayant en charge la création ou la gestion d'un site internet :
Responsable de communication,
Rédacteur Web, Webmaster,
Responsable du contenu d'un site.

PRÉ-REQUIS

Connaissance de l'outil informatique Mac ou PC, maîtriser Internet et les fonctionnalités des sites Web.
suivi la formation «Créer un site WEB avec WordPress de 18h.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Exercices pratiques, conseils et approche personnalisée permettront d'acquérir des compétences nécessaires pour le référencement naturel. Un support de cours est remis à l'issue de la formation. Une bibliothèque est à la disposition des stagiaires.

INFOS PRATIQUES

Accessible aux personnes à mobilité réduite
Possibilité de déjeuner sur place (micro-onde et réfrigérateur sont à votre disposition).

NOMBRE DE PARTICIPANTS

6 personnes

INTERVENANT

Webdesigner/formatrice plus 3 ans d'expérience en formation

Programme

«Nos programmes peuvent-être adaptés en fonction de vos besoins»

ATTESTATION DE STAGE

Le responsable de formation établira une attestation de stage et des compétences.

THÉORIE

1. SEO (SEARCH ENGINE OPTIMISATION) : RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

LES BASES DU RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

• 1. Le référencement : comment ça marche ?

Référencement et positionnement
Liens organiques et liens sponsorisés
Les 3 étapes du référencement
Ou se positionner
Référencement et marathon
White Hat et Black Hat
Le SEO : infographie

• 2. Fonctionnement des outils de recherche

Comment fonctionne un moteur de recherche ?

• 3. Préparation du référencement

Méthodologie à adopter
Choix des mots-clés
Sur quels moteurs de recherche faut-il se référencer ?

COMMENT FAIRE DU BON SEO

• 4. Les critères in page : sémantique HTML et URL

Analyse des pages
Balise <title>
Balise <Hn>
La mise en gras
Les liens internes
Les balises meta
Les attributs alt
Le nom de domaine
Les URL

• 5. Les critères in page : contenu textuel

Le contenu optimisé : riche et original
Longueur de texte

Faut-il souvent répéter un mot ?

Les différentes formes d'un mot

La notion de requête principale (RP)

La casse des lettres

L'ordre et l'éloignement des mots

Une thématique unique par page

Langue du texte

L'optimisation SEO d'un texte

La fraîcheur de mise à jour des informations

Plan du site

Plan du site

• 6. Les critères off page

Liens internes et réputation

Liens sortants présents dans vos pages

Liens externes, PageRank et indice de popularité

Le TrustRank ou indice de confiance

Le TrustRank ou indice de confiance

• 7. Référencement multimédia, multisupport

Référencement des images

Référencement des vidéos

Référencement sur l'actualité et sur

Google Actualités

Référencement sur les mobiles

• 8. Suivi du référencement

Le retour sur investissement (ROI) : une notion essentielle

Différents types de calculs de retour sur investissement

La mise en place de liens de tracking

Google analytics : mesure d'audience

Le « not provided », fléau du

webmarketeur

Les outils pour webmaster fournis par les

moteurs

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL SEO

1 jour /6h au centre - PRÉSENTIEL

NOUS CONTACTER POUR LES TARIFS

« Le référencement naturel, aussi appelé SEO, désigne un ensemble de techniques et de savoir-faire pour améliorer le positionnement d'un site dans les résultats des moteurs de recherche ».

OBJECTIFS

Maîtriser les techniques et outils d'un référencement naturel efficace.
Apprendre à positionner un site internet dans les moteurs de recherche.

Effectuer des choix de mots clés.

PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse à toute personne ayant en charge la création ou la gestion d'un site internet : Responsable de communication, Rédacteur Web, Webmaster, Responsable du contenu d'un site.

PRÉ-REQUIS

Connaissance de l'outil informatique Mac ou PC, maîtriser Internet et les fonctionnalités des sites Web.
suivi la formation «Créer un site WEB avec WorPress de 18h.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Exercices pratiques, conseils et approche personnalisée permettront d'acquérir des compétences nécessaires pour le référencement naturel. Un support de cours est remis à l'issue de la formation. Une bibliothèque est à la disposition des stagiaires.

INFOS PRATIQUES

Accessible aux personnes à mobilité réduite
Possibilité de déjeuner sur place (micro-onde et réfrigérateur sont à votre disposition).

NOMBRE DE PARTICIPANTS

6 personnes

INTERVENANT

Webdesigner/formatrice plus 3 ans d'expérience en formation

Programme

«Nos programmes peuvent-
être adaptés en fonction de vos
besoins»

ATTESTATION DE STAGE

Le responsable de formation établira une attestation de stage et des compétences.

suite....

DEVENIR UN PRO DU SEO

• 9. Comment obtenir plus de visibilité dans les résultats des moteurs ?

Authorship, Author Rank ou la confiance apportée aux auteurs de contenus
Le Knowledge Graph
Les SiteLinks de Google

• 10. Optimisation de l'indexation

Le formulaire de soumission proposé par le moteur
Le lien depuis une page populaire
Les fichiers Sitemaps
Optimisation du temps d'indexation d'un nouveau site

• 11. Freins au référencement et solutions possibles

Duplicate content : le mal absolu
Site 100% flash
Menus déroulants et formulaires
Sites dynamiques et URL « exotiques »
Balises multi langues
Identification de session et accès par mot de passe
Tests en entrée de site
Redirections
HTTPS
Compatibilité W3C : un réel impact
Temps de chargement des pages

• 12. Spam et pénalités, Panda et Penguin

Quelques pistes de réflexion au sujet des pénalités

Les pénalités infligées par Google
Les filtres de nettoyage : Panda et Penguin

II. SEA (Search Engine Advertising) : Référencement payant (liens sponsorisés)

• Google adwords :

Annonces classiques

• Google Shopping

Remarketing / retargeting

AUDIT D'UN SITE

• 13 comment auditer son site

Les outils d'audit
Lire et comprendre l'analyse
Actions et ajustement de stratégie

CONCLUSION

La règle des « 4C » : Contenu, Code, Conception et Célébrité

EXERCICES D'APPLICATION EVALUATION