



DUREE

2 jours (14 heures)

PUBLIC

Webmaster, Responsable Digital,
Responsable Marketing ou e-Commerce

PREREQUIS

Maîtrise de l'environnement
informatique et de la navigation internet

OBJECTIFS

Réaliser des audits de référencement
naturel pour un site. Définir les mots
clés. Décrire les contenus à réaliser.
Maximiser les contenus pour
l'attractivité de son site. Utiliser la search
Console de Google

METHODES PEDAGOGIQUES

Alternance d'apports théoriques et de
nombreux exercices pratiques

Stage en petit groupe

1 PC par personne

Vidéoprojecteur

EVALUATION

Travaux pratiques, Exercices
récapitulatifs à la fin de chaque module

INTERVENANT

Formateur Consultant Spécialiste en
gestion de site Web

LIEU

Chez Evryware, site Client ou à distance

VALIDATION

Attestation de formation

Version 2023-08-24

Le référencement : définitions

- SEO, SEA, SMO : Quesaco ?
- Le fonctionnement des moteurs de recherche
- Webmarketing et référencement : la philosophie
- La pyramide du référencement
- Les critères du référencement
- Enjeux et chiffres clés

Volet technique

- Temps de chargement
- Nom de domaine
- Mobile
- Codes http (404, 5xx)
- Structure et maillage interne
- Indexation

Volet sémantique

- Qu'est-ce qu'un mot-clé ?
- Comment trouver des mots-clés ?
- Les outils
- Les zones chaudes du SEO
- Rédiger pour le SEO (exercice)

Volet popularité

- Le principe de popularité en SEO
- Qu'est-ce qu'un lien ?
- Comment créer et trouver des liens ?
- Mesurer ses liens et créer des partenariats
- Le linkbaiting

Ce plan de cours peut être ajusté en fonction des besoins des stagiaires, de leur niveau de connaissances et des objectifs spécifiques de la formation.

