

Formation

Référencement naturel



17 & 18 mai 2018



14 heures



780 euros HT

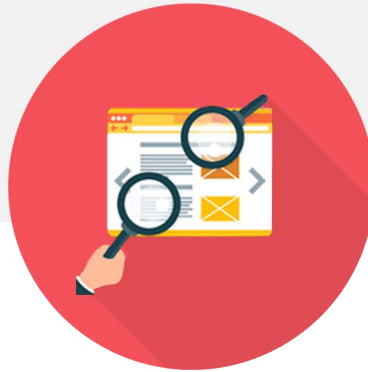


G. Eouzan

Prenez votre SEO en main !

#SEO #référencementnaturel

- ✓ DIRECTEURS MARKET ET COM
- ✓ WEBMASTER ET DÉVELOPPEUR WEB
- ✓ RESP. ACQUISITION -TRAFIC MANAGER
- ✓ E-COMMERÇANT
- ✓ DEMANDEURS D'EMPLOI
- ✓ ETUDIANTS



OBJECTIFS

- ✓ Comprendre les possibilités & les enjeux du référencement naturel
- ✓ Maîtriser les différentes étapes d'un projet de référencement
- ✓ Optimiser son positionnement dans les moteurs de recherche
- ✓ Effectuer l'Audit SEO d'un site internet



PRÉ-REQUIS Aucun pré-requis technique n'est nécessaire

MODE : présentiel

ÉVALUATION : QCM

SÉQUENCE 1 | MAITRISER LES FONDAMENTAUX DU RÉFÉRENCIEMENT

Définir les différences entre indexation, référencement et positionnement
 Pourquoi optimiser le référencement de son site internet
 Les web leviers de trafic - la règle des 1/3 - et l'importance du référencement et de son trafic
 Référencement : Il n'y a pas que Google dans la vie, Amazon, Facebook, Youtube, Yahoo, Bing etc... sont aussi des moteurs de recherche

SÉQUENCE 2 | COMPRENDRE LE MODE DE FONCTIONNEMENT DE GOOGLE : QUAND LE SEO DEVIENT LE SXO !

Comment fonctionne un moteur de recherche - sa philosophie du seo - les google guidelines
 Pour comprendre les évolutions de Google il faut comprendre le passé
 Le multicanal seo

SÉQUENCE 3 | 2017 : LES 4 NOUVEAUX PILIERS DE L'ALGORITHME AVEC L'INTÉGRATION DE RANK BRAIN

Rank Brain : quand l'Intelligence Artificielle s'intègre dans l'algorithme de Google et révolutionne le référencement
 Les facteurs de contenu (pertinence, sémantique, structure de page, contenu multimédia...)
 Les facteurs techniques (Balise Title, Présence de H1 / H2 , HTTPS, Meta données, Vitesse du site...)
 Les signaux utilisateurs (User Expérience, Taux de rebond, Temps passé, Pogosticking, CTR, ergonomie, linking interne...)
 Les signaux sociaux (Réseaux Sociaux, Netlinking)

SÉQUENCE 4 | METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT POUR SON SITE INTERNET

Le SEO c'est du Marketing
 Apprendre à créer ses buyers personas (les cibles marketing adaptées au web)
 Définir sa stratégie d'expressions clés et ses univers sémantiques (lexies)
 Créer des pages parfaites pour les internautes et le SEO
 Créer une arborescence en Silo (structure «offre» ou en Cocon Sémantique (structure «demande»)

SÉQUENCE 5 | PENSEZ CONVERSION ET NON POSITION !

Votre priorité ? la Conversion : du SEO au SXO
 Mesurez l'efficacité de votre référencement naturel

SÉQUENCE 6 | MAITRISER L'AUDIT RÉFÉRENCIEMENT D'UN SITE INTERNET

Pourquoi faire l'audit SEO d'un site internet ?
 Maîtriser les informations fondamentales SEO données par Google Analytics et Google Console
 Les fondamentaux à auditer
 La boîte à outils de l'audit SEO de site (SemRush, Yooda Insight, Authoritas, MyPoséo, Cocon.se, OnCrawl)