

Optimiser le référencement naturel (SEO)

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Éligible au CPF : Non

Domaine : Développement

Action collective : Non

Filière : Transformation digitale

Rubrique : Digital Marketing

Code de formation : W-REF

WEB ANALYTICS, WEB ANALYTIQUE, GOOGLE ANALYTICS, XITI, OMNITURE, WEBTRENDS, ACQUISITION DE TRAFIC, COREMETRICS, XITI, PERFORMANCE WEB

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

Définir les critères de tris des moteurs de recherche
Définir sa stratégie de référencement naturel
Acquérir les techniques pour améliorer visibilité et référencement sur le Web
Acquérir les bases du référencement pour superviser un développeur/intégrateur
Maîtriser les techniques avancées de référencement naturel
Intégrer le référencement naturel dans un projet de refonte de site Web

Public visé

Responsable de communication, responsable du contenu d'un site, webmaster éditorial, rédacteur Web, chef de projet Web

Pré-requis

Être à l'aise avec l'ordinateur, maîtriser Internet et les fonctionnalités des sites Web

€ Tarifs

Prix public : 1560 €

Tarif & financement :

Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :

Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.

Le dispositif FNE-Formation.

L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.

France Travail: sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

CPF -MonCompteFormation

Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

📍 Lieux & Horaires

Durée : 14 heures

Délai d'accès : Jusqu'à 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'inscription complet

📅 Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

PROGRAMME

LES CRITÈRES DE PERTINENCE DU RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Le fonctionnement des moteurs de recherche : de l'indexation au positionnement
Les critères de pertinence du référencement naturel : technique, éditorial, popularité et ergonomie
Connaître les facteurs bloquants et les facteurs favorisant
Comprendre le principe de popularité et de Social Media Optimization (SMO)
Les mises à jour Google : Panda, Pingouin, Colibri et Phantom

DÉFINIR SA STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

La stratégie de longue traîne
Les thèmes sur lesquels se situer
Tirer parti des générateurs de mots-clés pour les identifier
Exploiter la recherche universelle
Analyser la stratégie des concurrents
Les indicateurs de performance (KPI)

MAÎTRISER LES TECHNIQUES AVANCÉES

Outils et plugin indispensables
Détection et gestion des cas de duplication de contenu
Intervenir sur le CMS pour le rendre SEO-friendly
La rédaction des contenus
Optimiser les balises meta et les URL
Paramétrer les sites map XML
Développer la popularité de son site
Mettre en œuvre une stratégie de SMO (Social Media Optimization)

OPTIMISER LE SEO MOBILE

Définir sa stratégie mobile : site responsive, site mobile, apps...
Spécificités et contraintes mobile
Apprendre à rédiger des contenus pour le SEO mobile

INTÉGRER LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL DANS LA REFORTE D'UN SITE

Créer des tableaux de bords de suivis
Analyser la performance et les KPI's
Exploiter les informations fournies par Google Webmaster
Tool Apporter des actions correctives

MODALITÉS**Modalités**

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.

Pédagogie : essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.

Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.

Pendant la formation : mises en situation, autodiagnostic, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

Méthode

Fin de formation : entretien individuel.

Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.

Assiduité : certificat de réalisation.

Validations des acquis : grille d'évaluation des acquis établie par le formateur en fin de formation.