

Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de : Optimiser un site web pour les moteurs de recherche. Atteindre le meilleur positionnement stratégique possible au sein des pages de résultats des principaux moteurs de recherche.

Participants

Gérants d'entreprise, webmasters éditoriaux, responsables marketing/communication, directeurs commerciaux.

Prérequis

Bien connaître le web en général et avoir le contrôle technique de son site Internet.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en œuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Évaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Le fonctionnement des moteurs et le comportement des internautes

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et des critères de pertinence : exploration, indexation, algorithme de classement et syntaxe de recherche.

Chasser les idées reçues à propos du référencement.

Faire l'état des lieux de l'indexation de son site.

Assurer l'indexation de toutes les pages de son site (sitemaps, robots.txt...)

Comprendre et améliorer le PageRank

Comprendre le comportement des internautes qui effectuent des recherches.

Etude de pertinence des locutions stratégiques

Définir le champ sémantique du site

Utiliser les outils fournis par Google et les autres moteurs.

Comprendre le phénomène de la longue traîne

L'optimisation du référencement naturel d'un site

Ecrire des titres de pages efficaces à la fois pour les internautes et pour le référencement.

Optimiser le contenu des pages en utilisant les balises HTML.

Optimiser les liens internes et externes.

Optimisation des URL, des sous-domaines et des noms de domaine.

Référencer un site multilingue.

Optimiser de la page d'accueil de son site.

Optimiser les pages de contenu et de la structure de son site.

Comment contrôler le contenu dupliqué.

Gestion et optimisation de l'indice de confiance dans Google (Page Rank).

Plan d'action pour améliorer son positionnement dans Google

Auditer et analyser l'état de son site vis-à-vis des outils de recherche.

Comprendre la stratégie de référencement de ses concurrents

Optimiser techniquement son site.

Adopter un style d'écriture efficace pour le web.

Promouvoir son site.

Construire les outils de suivi et indicateurs de preuve de respect des obligations légales.