

Objectifs

Ce cours a pour objectif d'apprendre les bases du métier de référencier, et en particulier de : ?
Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche ? Comprendre les enjeux du référencement ?
Mettre en oeuvre les techniques pour rendre un site SEF ? Conduire un projet web en intégrant la problématique du référencement

Participants

Webmasters, chefs de projets Internet, futurs référenciers, consultants.

Prérequis

Une bonne connaissance du langage HTML est nécessaire.

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 oeuvre 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. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Référencement Expert

5 jours - 35 heures

Objectifs

Ce cours a pour objectif d'apprendre les bases du métier de référencier, et en particulier de : ?
Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche ? Comprendre les enjeux du référencement ?
Mettre en oeuvre les techniques pour rendre un site SEF ? Conduire un projet web en intégrant la problématique du référencement

Participants

Webmasters, chefs de projets Internet, futurs référenciers, consultants.

Prérequis

Une bonne connaissance du langage HTML est nécessaire.

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. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Le référencement

Fonctionnement des moteurs de recherche

Définitions, référencement naturel, liens commerciaux, focus sur Google, vocabulaire

Les enjeux du référencement

Historique, dimension marketing/technique, rôle du référenceur

Les différents modules proposés par les moteurs

Recherche images, vidéos, Google-maps, Google news, recherche universelle

Présentation des méthodes de recherche

Formulation d'une requête

Tri des résultats

L'environnement

La concurrence réelle, la concurrence référencement

Le marché, les cibles, l'activité

Le PageRank Google

Les mots clés

Définitions, méthodologie de recherche, pondération

Mots-clés génériques et ciblés, la longue traine

Taux de rebond

Enjeux, outils affiliés

Modèles type de pages de chute optimisées, pages tampon

Les points clés du SEO

Critères structurels

Critères liés au contenu

Critères liés aux liens

Outils utiles et veille technologique

Générateur de mots clés

Google Analytics

Sites d'information et actualité sur le référencement

Audit de site

Analyse des liens externes

Générateur de liens internes (Link-in)

Générateur de pages optimisés (annuaire)

Générateur de sitemap

Google Webmasters Tools

Outil de suivi positionnement

Outil d'analyse de trafic

Application à des cas pratiques

Site en Flash / Frame

Noms domaines, liens entre les sites, contenus, technologie

Forces et faiblesses, établissement d'un plan d'action référencement

Sites E-commerce

Les différentes technologies et CMS, modules SEO, longue traîne, plan d'action référencement

Site éditorial

Accessibilité des articles, optimisation Google actualité

Scénario de crise

Procédure de ré-indexation, procédure de désindexation (juridico-technique), les alertes, les contrôles

Mini sites thématiques

Les liens commerciaux

les différents supports : Google, Yahoo, Bing, etc.

Création de campagne : annonces, groupes d'annonces, mots clés, paramétrages

Optimisation d'une campagne: analyses des résultats, tests de budgets, tests des mots clés, formes d'affichages des mots clés, performance selon annonce, ciblage géographique, trucs et astuces pour optimisation financière.

1139