



# Référencement naturel et payant

## INFOS PRATIQUES

-  Lieu : **En intra au sein de votre structure ou visioconférence**
-  Durée : **3 jours soit 21 h**
-  Tarif : **Sur devis**
-  Disponibilités : **A définir conjointement**
-  Délais d'accès : **Présentiel**  
**Inscription 1 mois avant le démarrage de la formation**
-  Prérequis : **Maitrise du français parlé**
-  Public concerné : **Ouvert à tout public**
-  Nombre de participants : **1 à 8 par session**
-  Accessibilité : **Pour les PMR, vous pouvez nous contacter au 06 98 65 20 06**
-  Formateur : **Un spécialiste en Informatique**
-  Référent pédagogique :  
**Guillaume MUSZKA, directeur pédagogique**  
**Le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation**

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Evaluation individuelle du profil, des attentes et des besoins du participant avant le démarrage de la formation
- Evaluation des connaissances et des compétences à chaque étape de la formation par des exercices pratiques
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation

## OBJECTIFS

- Mesurer, gérer et valoriser son e-réputation
- Organiser sa veille d'e-réputation
- Identifier les outils et applications permettant d'améliorer son e-réputation
- Acquérir les connaissances à la maîtrise des nouvelles technologies de communication par internet (réseaux sociaux...)
- Apprendre à utiliser les nouvelles technologies du Web 2.0
- Augmenter rapidement le trafic visiteurs de votre site Internet
- Savoir appréhender le web
- Créer une stratégie de développement
- Adapter sa communication sur le web

## MÉTHODOLOGIE

- Évaluation des besoins et du profil du participant
- Apport de modules théoriques et méthodologiques avec expérimentation individuelle ou collective
- Programmes adaptés en fonction des besoins
- Mise en situation dans un cadre sécuritaire pour s'assurer des notions acquises
- Mises en situations diverses, analyse de pratiques, réflexion individuelle et/ou en sous-groupe, partages entre pairs, exercices
- Retours d'expériences



## 1. Référencement Naturel

### 1<sup>ère</sup> demi-journée

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Les mots-clés,
- La structure du site,
- Rédaction de pages optimisées pour le référencement

### 2<sup>ème</sup> demi-journée

- Positionner son site en 1<sup>ère</sup> page des moteurs de recherche
- Faire indexer toutes les pages de son site en surmontant les contraintes techniques
- Bâtir une stratégie efficace de choix des mots clés

### 3<sup>ème</sup> demi-journée

- Connaître les indicateurs utiles pour un bon suivi de référencement
- Stratégie de notoriété
- Comprendre les techniques utilisées par les concurrents pour en tirer profit et leur passer devant
- Principales techniques d'optimisation du référencement
- Optimisation des sites dynamiques

### 4<sup>ème</sup> demi-journée

- Netlinking et exploitation des blogs pour le référencement
- Blogs et réseaux sociaux : Comment ces outils peuvent vous aider à améliorer votre réputation sur le web, votre visibilité, votre visibilité, votre référencement, etc, ...
- Installer et configurer Google Analytics sur votre site Fonctionnement du système.
- Bien lire, comprendre les statistiques détaillées qui vous sont fournis afin d'optimiser au mieux votre site



## 2 Référencement payant

### 5<sup>ème</sup> demi-journée

- Comment mettre en place une publicité en display ?
- Décrypter les différentes campagnes Google Ads pour mieux les sélectionner.
- Travailler en complémentarité du référencement naturel (SEO) pour un meilleur impact.
- Contrôler le déclenchement de ses annonces.

### 6<sup>ème</sup> demi-journée

- Atelier pratique : création d'une campagne pas à pas, choix et organisation des mots clés.  
Utiliser à bon escient les types de correspondance de mots clés.
- Maîtriser le système d'enchères et améliorer son Quality Score pour des publicités mieux placées.
- Créer des annonces efficaces.
- Atelier pratique : création d'annonces qui respectent les bonnes pratiques.
- Paramétrer son suivi des conversions via Google Ads ou Analytics.