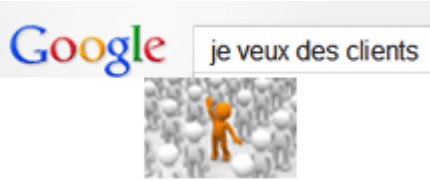



<b>PRE-REQUIS</b> Bonne maîtrise d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'internet.	<b>DUREE</b> : 1 jour <b>LIEU DE FORMATION</b> : A définir <b>PARTICIPANTS</b> : 5 stagiaires Maximum <b>Libérateur</b> : oui
--	--

<b>MODALITES PEDAGOGIQUES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Apports de connaissances</li> <li><input type="checkbox"/> Mises en situation et/ou jeux de rôles</li> <li><input type="checkbox"/> Cas pratiques individuels</li> <li><input type="checkbox"/> Production individuelle (plan d'action, mémoire...)</li> <li><input type="checkbox"/> Travaux en sous-groupes/ateliers pratiques</li> </ul>	<b>TYPE DE STAGE</b> Certification à la compréhension et à la mise en place d'une stratégie de référencement. Lors de chaque formation, un ou plusieurs cas pratique sont traités. Vous êtes opérationnel en sortant de la formation.
---	--


## INITIATION AU REFERENCEMENT NATUREL

<b>OBJECTIFS OPERATIONNELS</b> A l'issue de ce stage, les participants : Objectif 1 : Comprendre le principe du référencement, ses implications et ses enjeux. Objectif 2 : Maîtriser la définition d'une stratégie de référencement naturel. Objectif 3 : Maîtriser les différents outils du référencement naturel et suivre ses effets. <div style="text-align: center;">  <p>Formation SEO</p> </div>	<b>PROGRAMME :</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Du marketing à l'e-marketing             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. (Re)-découverte d'un plan marketing</li> <li>b. Spécificités du e-marketing</li> </ol> </li> <li>2. Les outils de recherche             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Fonctionnement et méthodes d'indexation,</li> <li>b. Les moteurs et annuaires thématiques</li> <li>c. Les différents référencements</li> </ol> </li> <li>3. Définition d'objectifs et de moyens             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Analyse concurrentielle</li> <li>b. Stratégies de marketing internet</li> <li>c. Recherche et validation de mots clés</li> </ol> </li> <li>4. Référencement opérationnel             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Optimisation technique des pages, des images</li> <li>b. Acquisition de liens</li> <li>c. Rédaction de contenus</li> </ol> </li> <li>5. Vérification et suivi : Outils analytiques &amp; relevés de positions             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Découverte de Google Analytics</li> <li>b. Vérifier, suivre et évaluer ses KPI et ses positions</li> </ol> </li> </ol>
---	---

## INITIATION AU REFERENCEMENT PAYANT

<p><b>OBJECTIFS OPERATIONNELS</b></p> <p>Objectif 1 : Comprendre le principe du référencement payant, ses implications et ses enjeux.</p> <p>Objectif 2 : Maîtriser la définition d'une stratégie de référencement payant.</p> <p>Objectif 3 : Maîtriser les différents leviers du référencement payant et suivre ses effets.</p> <div data-bbox="207 891 646 1070" style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Formation CPC</p>	<p><b>PROGRAMME :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Partie théorique       <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Référencement payant : avantages et inconvénients</li> <li>b. Définition de stratégies de référencement payant</li> </ol> </li> <li>2. Partie pratique       <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Création pratique de campagne ou mise à jour</li> <li>b. Piloter une campagne au quotidien</li> <li>c. Aller plus loin avec Adwords</li> </ol> </li> </ol>
---	--

## INITIATION AU NETLINKING

<p><b>OBJECTIFS OPERATIONNELS</b></p> <p>Objectif 1 : Etre capable d'audit l'historique de votre site et de ceux des concurrents</p> <p>Objectif 2 : Savoir utiliser les bons leviers</p> <p>Objectif 3 : Gagner du temps en mise en place et en suivi</p> <div data-bbox="223 1736 606 1870" style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Formation liens</p>	<p><b>PROGRAMME :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enjeux du netlinking       <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Description complète des liens externes et internes</li> <li>2. Différenciation White Hat/Black hat</li> </ol> </li> <li>2. Techniques d'obtention       <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Les leviers traditionnels</li> <li>2. Stratégies et méthodes avancées</li> <li>3. Techniques à éviter</li> <li>4. Outils de présences et d'identification</li> </ol> </li> </ol>
--	--

**INITIATION A LA WEB ANALYTIQUE**

**OBJECTIFS OPERATIONNELS**

- Objectif 1 : Etre à jour sur toutes les fonctions de l'outil Google Analytics,
- Objectif 2 : Savoir monter un tableau de bord clair et compréhensif de l'activité et de l'apport de votre site,
- Objectif 3 : Savoir détecter des axes d'améliorations techniques et commerciaux sur votre site,
- Objectif 4 : Maitriser les dernières innovations comme la mesure en temps réels, les alertes, les mesures comportementales et d'engagements.



**PROGRAMME :**

1. Enjeux de la web-analytique
2. Prise en main de Google Analytics
  - a. Découverte de l'interface
  - b. Paramétrage de base
3. Piloter son activité grâce aux KPI
  - a. Fixer ses KPI
  - b. Monter un tableau de bord
  - c. Définir des rapports
4. Paramétrages avancés

**INITIATION A LA REDACTION POUR LE WEB**

**OBJECTIFS OPERATIONNELS**

- Objectif 1 : Savoir intégrer les recommandations pour le référencement dans un article
- Objectif 2 : Savoir établir un plan de rédaction pour un article
- Objectif 3 : Trouver des thèmes et des titres optimisés pour le SEO

**PROGRAMME :**

1. Rappel des consignes des moteurs de recherche
2. Structuration d'un article
3. Stratégie de rédaction en masse/récurrente