

Références réglementaires :

- Articles L.6353-1 du Code du Travail
- Les CGV sont consultables sur notre site internet

Pré-requis :

il est nécessaire d'être initié à l'utilisation d'un ordinateur.

Publics concernés :

Tout public

Délais d'accès :

Dates à convenir ensemble, formation disponible toute l'année en présentiel ou distanciel.

Modalités d'accès :

L'accès à nos formations peut-être initié, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier, soit à l'initiative propre du salarié.

Accessibilités :

Les personnes en situation d'handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Durée : 21h



Prix : 2090 €



De 1 à 8 personnes



Localisation : Cf. Convention



Objectifs de la formation

Notre objectif est de vous rendre immédiatement opérationnel. Les apprentis seront capables de :

- Optimiser la visibilité d'un site web grâce aux techniques de référencement naturel et payant
- Optimiser le fond et la forme d'une page web pour qu'elle soit mieux placée sur les moteurs de recherche
- Définir les mots clés dans une page web
- Renforcer la pertinence d'une page web grâce au SEO
- Renforcer la notoriété d'une page web grâce aux liens

Moyens et Méthodes pédagogiques

Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation. Nous mettons à disposition une salle de réunion, une imprimante, des supports de cours et un accompagnement informatique :

- Présentation et étude de cas
- Exercices et applications sur des cas concrets
- Participation active
- La pédagogie est adaptée à tous

Modalités d'évaluation

- Test d'entrée en formation
- Feuille de présence
- Évaluation des acquis du stagiaire par mises en situation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de formation

Contenu de la formation

Introduction au référencement

- Etat des lieux : référencement naturel (SEO)
- Fonctionnement des moteurs de recherche
- Anatomie d'une page de résultat Google
- Comportement des internautes
- Distinction entre positionnement et indexation dans les moteurs de recherches

Optimiser son site pour le référencement : stratégie "In page"

- Comment optimiser son site pour satisfaire les internautes et Google ?
- Comment choisir ses mots-clefs ? Méthodologie et outils de choix
- Zones chaudes et balises (H1, H2, H3, STRONG, EM, Meta)
- Les liens internes (maillage interne)
- Contenu éditorial et disposition de l'information

Optimiser la notoriété de son site sur le web : Stratégie "In Page"

- Liens entrants (backlink) et sortants
- Le netlinking
- Partenariats et réputation (PageRank)
- Annuaires
- Blogs

Structure de votre site

- Ergonomie
- Plan du site
- Les URLs
- Le jus de lien (Link Juice)
- Les redirections
- Cas des URLs dynamiques
- Réécriture
- Fichier Sitemap

Audit

- Audit de site via l'ensemble des outils : Screaming frog, HeadingsMap, Yooda Insight, Google Keywords Planner...

Compétences visées :

A l'issue du stage, vous serez capable de :

- Maîtriser le référencement
- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherches
- Optimiser son site
- Aptitude à développer votre stratégie de référencement en toute autonomie