

Formation : Référencement Google

 **Durée**
14 Heures



REFERENCES REGLEMENTAIRE :

- Articles L.6353-1 du Code du Travail
- Les C.G.V sont consultable sur notre site internet



PRE-REQUIS :

Il est nécessaire d'être initié à l'utilisation d'un ordinateur et de pratiquer régulièrement l'environnement Windows.



PUBLICS CONCERNES :

Cette formation s'adresse à tout public.



DELAIS D'ACCES :

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



MODALITES D'ACCES :

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.



ACCESSIBILITES :

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.



1680€ HT



1 à 8 personnes



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
- Savoir structurer un site

MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation. Nous mettons à disposition des ordinateurs, 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

MODALITES D'EVALUATION

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



CONTENUE DE LA FORMATION

❖ INTRODUCTION AU REFERENCEMENT

- Etat des lieux : référencement naturel (SEO) et payant (SEA)
- 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 REFERENCEMENT : STRATEGIE « 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 NOTORIETE DE SON SITE SUR LE WEB : STRATEGIE « OFF PAGE »

- Liens entrants (backlink) et sortants
- Le netlinking
- Partenariats et réputation (PageRank)
- Annuaire
- Blogs
- Introduction au Social Media Optimisation (SMO)
- Facebook, Twitter, Google + et YouTube

❖ 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

Compétences visées :

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

- Maitriser le référencement
- Optimiser la notoriété de son site
- Structurer son site
- Aptitude à développer votre stratégie de référencement en toute autonomie