

Formation Référencement naturel d'un site Web (SEO)

Objectifs de la formation Référencement naturel SEO

Cette formation SEO vous permet d'identifier les principes, méthodes et bonnes pratiques indispensables à la conception et la mise en oeuvre d'un audit de référencement naturel de site Internet. Identifier les principaux facteurs bloquant au référencement naturel d'un site. Définir et mettre en place une stratégie d'optimisation du référencement organique.

Concrètement à la fin de cette formation, vous aurez acquis les compétences nécessaires pour:

- Connaître le fonctionnement des moteurs de recherche
- Pourquoi le référencement naturel est important
- Comment rendre son site Google Friendly
- Optimiser son contenu (stratégie de mots clés)
- Mettre en place une campagne de Netlinking
- Connaître les meilleures techniques SEO
- Évaluer le succès et la qualité de votre référencement grâce à Google Analytics et Webmaster Tools

À qui s'adresse cette formation ?

Public :

Cette formation référencement naturel s'adresse aux directeurs, aux responsables web marketing, aux responsables e-business, aux webmestres et aux chefs de projet web.

Prérequis :

Une connaissance théorique et pratique des principaux aspects liés à la réalisation de site Web, connaissance du langage HTML, connaissance des fondamentaux du référencement naturel.



ITgate

Training

Your Gateway to Excellence

Contenu du cours **Référencement naturel SEO**

Jour 1 : Concevoir l'audit

Les principes fondamentaux du référencement naturel

La triade du SEO : le contenu, l'optimisation technique et la popularité

Algorithme de Google : historique et évolutions

Indexation / Positionnement / Optimisation

SEO / SEM / SMO

Approche 10 / 30 / 60

Critères d'optimisation on-page et off-page

Les « signaux sociaux » selon Google

L'importance des landing pages

Principaux outils de gestion SEO et de monitoring (visibilité, trafic, conversion)

Guide pratique : longue traîne SEO, architecture du site, optimisation des pages, netlinking / linkbaiting et stratégies de liens, tactiques SEO.

Approche méthodologique et bonnes pratiques de l'audit de référencement

Le rattachement du SEO à l'orientation stratégique

L'importance du brief : le modèle 3CO

Le cahier des charges : les bonnes questions à se poser pour déterminer les besoins (Objectifs stratégiques, Facteur Budget / Temps, Ampleur du projet : optimisation ou refonte du site,

Internet mobile, L'écosystème digital du client : Paid Owned Earned Social)

Phasing et livrable

Fondamentaux de l'audit de référencement

Etre capable de définir le périmètre de l'audit : la pyramide du référencement

Maîtriser les principaux facteurs moteurs impactant le SEO :

Changement de paradigme du SEO

Impact du SEM sur le SEO (taux de clics)

Maîtriser les principaux facteurs techniques bloquant le référencement naturel

Duplicate content, Flash / Ajax / Javascript, Sites dynamiques et URL rewriting, Vidéos

Capital Social: 50000 DT **MF:** 1425253/M/A/M/000 **RC:** B91211472015

Tél. / Fax.: +216 73362 100 **Email:** contact@itgate-training.com **Web:** www.itgate-training.com

Adresse : 12 Rue Abdelkadeur Daghri - Hammam Sousse 4011 – Tunisie



ITgate

Training

Your Gateway to Excellence

Connaître les 20 principales pratiques nuisant au référencement naturel : des “White Hats” aux “Black Hats”

Backlinks : automatisation, incohérence, Redirections trompeuses, Cloaking, Negative SEO, EMD, Pages satellites, Spamco, Spinning content...

Mesurer et évaluer les optimisations recommandées

Définir des KPI quantitatifs / qualitatifs

Savoir interpréter les métriques

Valider la stratégie

Jour 2 : Mettre en oeuvre l’audit de référencement

Benchmarker les concurrents

Panorama de la concurrence par les outils du Web

Définir le Top 10 des positions sur les principaux mots-clefs et expressions

Détection des bonnes pratiques

Définir la demande des internautes

Identifier les requêtes de recherche sur les réseaux web, mobile, image ayant apporté le plus de trafic

Identifier les requêtes de recherche les plus fréquentes sur les réseaux web, mobile, image

Identifier les tendances de recherche des internautes dans le temps et l’espace (les plus fréquents, en progression) à partir des principaux mots-clefs listés

Déterminer la performance de référencement du site via l’approche 10 / 30 / 60

Identifier les dysfonctionnements techniques : erreurs d’explorations, sitemap, URL bloquées, état de l’indexation, logiciels malveillants sur le site, performance du site

Identifier les dysfonctionnements liés au contenu : arborescence, structuration des pages et des données, balises HTML, respect des règles d’écriture, techniques Blackhat (Duplicate content, Spinning content, Scrapping)

Identifier les dysfonctionnements influençant la popularité : netlinking et linkbaiting

Définir et mettre en place un plan d’action SEO

Déterminer et prioriser les optimisations techniques, de contenu, et de popularité

Définir l'océan bleu sémantique pour se démarquer des concurrents

Lister les mots-clés pertinents et déterminer la longue traîne non concurrentielle

Des mots-clés aux thématiques : orienter l'écriture

Construire une stratégie de contenus à partir des tendances de recherche identifiées

Valider les nouveaux axes et objectifs stratégiques suite à l'audit