

Nous contacter

+ 33 (0) 9 75 84 00 27
+ 33 (0) 6 16 70 96 10
contact@ulteamgroup.com

Objectifs

- Maitriser les techniques d'optimisation de référencement naturel et payant
- Se donner les moyens d'améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherches
- Savoir faire et mettre en place en interne de façon autonome (sans agence de référencement) une stratégie d'optimisation de son référencement internet

Profils

- Dirigeants de TPE et indépendants,
- Dirigeants et responsables marketing de PME,
- Toute personne en charge du référencement,
- Créateurs de web entreprises et site de e-commerce,
- Webmasters...

Niveau requis

- Une bonne connaissance de la navigation internet sur les moteurs de recherches (type Google et Yahoo) est un plus.
- Maitriser les manipulations de bases d'un ordinateur
- Des connaissances en marketing et communication sont nécessaires

Durée

• 1 jour

Les + formation

- Vous êtes immédiatement opérationnel pour mettre en pratique la formation
- L'ensemble des contenus de la formation vous sont remis sous forme papier et fichier informatique lors de la formation

PROGRAMME

Introduction : Les notions fondamentales

1. Obtenir un bon positionnement : une possibilité accessible, à un non informaticien
2. Fonctionnement des moteurs de recherche et celui des internautes
3. Les questions préparatoires à la mise en place de sa stratégie
4. Connaître et savoir maitriser les outils gratuits utiles
5. Contraintes, obstacles et freins au référencement

1 - Méthodologie d'un référencement : sélection et de tri de vos mots clés

1. L'algorithme de sélection et de tri de vos mots clés
2. Les 4 critères de tri des mots clés
3. Savoir mettre en place sa stratégie de tri
4. Savoir recréer de façon autonome sa propre méthodologie

**2 - Optimisation des pages de votre site : les zones chaudes (« in page »)
L'importance du référencement natif : préparer son référencement**

- 1- Choisir un nom de domaine efficace et disposer du système de réécriture d'URL ?
- 2- La balise « Title » et les balises titre
- 3- Le texte visible : savoir mettre en place une stratégie rédactionnelle spécifique
- 4- Les balises ALT de vos images et photos

3 - Optimisation de votre site internet : les zones chaudes dites de notoriété (« off page »)

- 1- Construire une stratégie de liens en interne sur un site internet
 - a. Les stratégies possibles en fonction du cycle de vie du site internet
 - b. Intégrer la notion de distance par rapport à l'ancrage
- 2- Soignez sa popularité et son maillage on line
 - a. Comprendre les indicateurs Page Rank et Trust Rank
 - b. Tissez votre toile de liens : mettre en place sa stratégie de « netlinking »
 - c. Création d'un fichier d'inscription
- 3 Augmenter sa popularité grâce aux annuaires
 - a. Les critères de choix des annuaires efficaces
 - b. Savoir identifier les annuaires inutiles au référencement
 - c. Savoir identifier les liens utiles
 - d. Créer une stratégie de lien tenant compte de la théorie de la longue traîne
 - e. Comment intégrer son fichier d'inscription dans les contenus d'annuaires

4 - Le référencement payant

1. Qu'est ce que les liens sponsorisés ?
2. Mettre en place une méthodologie précise
 - a. La sélection en fonction des coûts prévisionnel
 - b. Comment analyser les volumes de recherche
 - c. Les spécificités des zones de chalandise « on line »
 - d. Le mode de rédaction des annonces
 - e. Les modes de sélection des pages de destination
 - f. Comment définir un budget avec précision ?
 - g. Gérer le suivi de sa campagne
 - h. Les pièges à éviter, les risques d'erreurs et leurs conséquences financières
 - i. Paramétrer sa campagne (périodicité, budget)
3. Pilotez vos campagnes avec un tableau de bords : Le suivi de votre référencement

