



RÉFÉRENCEMENT NATUREL & SEO MARKETING WEB 2.0



Attestation de compétences
Certificat de réalisation

DATE(S)

À déterminer

LIEU

CCI DU CHER
Avenue d'Issoudun
18000 BOURGES

DURÉE

2 jours soit 14 heures

PUBLIC(S)

Salariés

OBJECTIFS

- » Maîtriser les différents outils et techniques pour l'optimisation du référencement naturel d'un site internet

COMPÉTENCES VISÉES

- » La préparation du site
- » Le référencement naturel
- » La mise en œuvre l'URL REWRITING
- » L'ergonomie Web et SEO
- » Le référencement sémantique
- » Le SEO et les réseaux sociaux

MODALITÉS D'ACCÈS

- » Bulletin d'inscription
- » Entretien d'étude du besoin
- » Questionnaire de positionnement
- » Convention de formation
- » Clôture des inscriptions 15 jours avant

EMPLOIS VISÉS

Optimisation des pratiques au quotidien



TAUX*

Taux de satisfaction	<i>Nouveauté 2024</i>
Taux de certification	<i>non concerné</i>
Taux de rupture	<i>non concerné</i>
Taux d'insertion à 3 mois	<i>non concerné</i>
Taux d'insertion à 6 mois	<i>non concerné</i>
Taux de poursuite d'étude	<i>non concerné</i>

ACCESSIBILITE HANDICAP

Etude des besoins spécifiques
au cas par cas
Aide à la constitution des dossiers
Adaptations spécifiques.
**Contactez notre référente handicap
pour plus d'informations :**



Nathalie BONNARD
nathalie.bonnard@cher.cci.fr
02 48 67 55 55

TARIFS

975€/personne (Net de TVA)
Possibilité de prise en charge par OPCO

CONTACTS CCI FORMATION¹⁸

Diane HAPPE
Fadila EL MEZOUARI

cciformation18@cher.cci.fr | 02 48 67 80 64
CCI du cher - Avenue d'Issoudun
CS 70237 - BOURGES CEDEX

cher.cci.fr

PRÉREQUIS

Aucun

PÉDAGOGIES & MOYENS

- » Intervenante expert en Web et Communication ayant une expérience en entreprise
- » Dans le cadre de la démarche qualité de la CCI, l'intervenant communique annuellement les actions mises en place ou les formations suivies contribuant au développement de ses compétences

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- » Evaluation de l'acquisition des compétences via des mises en pratique et exercices pendant la formation
- » Evaluation de la formation à chaud par chaque participant
- » Evaluation à froid (entre 3 et 6 mois)
- » Evaluation par l'intervenant du groupe et de la bonne acquisition des compétences + réponse aux objectifs



PROGRAMME DÉTAILLÉ DE FORMATION*

*Des modifications peuvent intervenir pour répondre au mieux aux attentes de l'entreprise et des salariés formés.

Les modules

1. PRÉPARATION DU SITE

Maitriser la structure de son site web

Savoir vérifier et optimiser son serveur

Recherche et choix des bons mots-clés (potentiel du trafic, faisabilité, pertinence)

Les optimisations, les méthodes et les outils disponibles

Optimisation de la couche Framework

Optimisation pour l'usage réel

2. IMPORTANCE DU CONTENU

Optimisation d'une page pour un meilleur positionnement

Critères internes (ON THE PAGE) : BALISE TITLE, URL, textes visibles, balise méta

Critères externes (OFF THE PAGE) : PAGE RANK, PACK LINK...

3. LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Fonctionnement des moteurs de recherche

Comprendre les algorithmes

Mettre en place des modifications SEO

L'analyse du web

Comprendre le PageRank

Savoir faire un audit rapide de son référencement

Interpréter les résultats Google

Les outils Google

4. URL REWRITING

Comprendre l'URL REWRITING

Identifier les pages concernées

5. ERGONOMIE WEB ET SEO

Pourquoi l'ergonomie Web devient indispensable pour le SEO ?

L'usage dans l'algorithme de Google

Les mises à jour de son site web selon les plateformes utilisées

Comprendre la stratégie horizontale

Les CMS (Wordpress, Prestashop...) et leurs optimisations spécifiques

PROGRAMME DÉTAILLÉ DE FORMATION*

*Des modifications peuvent intervenir pour répondre au mieux aux attentes de l'entreprise et des salariés formés.

6. LE RÉFÉRENCIEMENT SÉMANTIQUE

PageRank

Les Rich Snippets

Critères d'usage Google

Ergonomie et rédaction web

La prise en compte dans les moteurs

Définir les requêtes et le champ lexical

Les outils du SEO pour la rédaction Web

Comprendre le Google Bombing

Détection de la triche

Relation presse et négociation des liens

Travailler sur le long terme pour conserver ces positions

Booster sa structure avec le netlinking

7. LE SEO ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pourquoi mettre du social dans son SEO

Tour d'horizon des réseaux sociaux les plus en vogue

Analyser les réseaux dans Google Analytics

Facebook, Instagram et Twitter dans vos stratégies de linking

Comprendre le buzz via YouTube

Mettre en place un dispositif multi-leviers