

**Durée :**

4 jours

**Objectifs pédagogiques :**

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- **Maitriser le CAP de son offre de service**
- **Maitriser les enjeux et les techniques du référencement**
- **Renforcer sa visibilité et sa notoriété en ligne**
- **Augmenter le nombre de visites de façon significative**
- **Mesurer le R.O.I**

**Public :**

Tout collaborateur en charge de la communication

**Contenu pédagogique :**

**Stratégie commerciale et plan d'action**

Déterminer son offre de service, identifier ses clients et qualifier ses fichiers  
Formaliser son plan d'action (Quoi, qui, comment, combien) ?

**Les enjeux du référencement sur les moteurs de recherche**

Comprendre l'importance du référencement pour la visibilité et l'audience d'un site Web  
Connaitre le panorama des acteurs et des outils de recherche en France et à l'international  
Appréhender la domination de Google

Analyser la définition du référencement sur les moteurs de recherche  
Maitriser la synergie entre le référencement naturel et les liens sponsorisés

**Optimiser le référencement naturel de son site Internet**

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et les comportements des internautes  
Maîtriser les facteurs techniques favorisant et bloquant  
Analyser la stratégie des concurrents  
Champ lexical et choix des mots clés

Rédiger ses contenus pour favoriser un référencement « en longue traîne »

Rédiger les titres et les descriptifs

Développer la popularité de son site

Exploiter la recherche universelle : vidéos, actualités, cartes, blogs...

Tirer parti des réseaux sociaux et services Web 2.0

Choisir un prestataire de référencement naturel

**Créer et animer une campagne de liens sponsorisés**

Comprendre le modèle des liens sponsorisés  
Définir sa stratégie : Objectifs ? Budget ? Période ? Cible ? et structurer sa campagne  
Déterminer les options de ciblage linguistiques, géographiques et sémantiques  
Rédiger ses annonces  
Optimiser ses pages d'arrivées  
Gérer ses enchères et son budget  
Analyser et piloter sa campagne

**Mesurer les résultats et son ROI**

Détecter les acteurs de la mesure d'audience  
Définir les outils à mettre en place  
Analyser les KPI (Indicateurs de Performance)  
Interpréter les résultats et mettre en place les actions correctives

**Application pratique**

Auditer son propre référencement  
Trouver des solutions d'optimisation pour le référencement naturel  
Créer une campagne d'achats de mots-clés sur Google Adwords

**Sanction de la formation :**

Attestation de formation

**Démarche et méthodes pédagogiques :**

- Démarche **active, centrée sur l'apprenant qui « agit ».**
- Méthodes :
  - **participative**, basée sur le questionnement des participants
  - **active**, fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants.

**Techniques et outils :**

Alternance des techniques suivantes : **exposé, démonstration, exercices pratiques...**

Remise d'un support pédagogique

**Modalités d'évaluation :**

- Evaluation formative en cours de module
- Evaluation des acquis
- Evaluation de la satisfaction, à chaud
- Evaluation à froid sous 4 mois

