

Optimisez la visibilité de votre site dans les résultats des moteurs de recherche, d'attirer des internautes et de générer du trafic de manière pérenne. Cependant, c'est un travail marathonien qui nécessite du temps et de la persévérance, car les résultats ne sont pas visibles immédiatement.

PRÉ-REQUIS :

Connaissance du web et de son fonctionnement

RÉSUMÉ DU MODULE :

Comprendre l'importance des moteurs de recherche dans le panorama du Web, appréhender les enjeux d'une bonne visibilité pour un site Internet. Analyser les performances d'un site par le biais de Google Analytics et apprendre à mettre en place des actions commerciales d'acquisition d'audience.

OBJECTIFS :

- Maîtriser les techniques de référencement payant ou liens sponsorisés.
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel.
- Suivre et piloter la performance de ses actions.

DURÉE :

18 heures

PUBLIC :

Toutes personnes ayant pour objectif de développer sa communication digitale.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS :

Entretien avant le parcours de formation.

Date de début de formation la plus appropriée en fonction des besoins, préférences et contraintes du client.

Évaluation des acquis en début de formation
Manuel de formation pour chaque participant
Présentation du déroulé sur vidéoprojecteur
Ateliers en cours de formation (ECF)
Remédiation

TARIFS :

Date de création : 20/01/2023
Date de mise à jour : 01/02/2024

MPOP'
13, rue BRAME 59390 LANNOY
☎ : +33 (0)6 88 47 19 59
✉ : mpopformations@gmail.com

1080 euros

CONTACTS :

mpopformations@gmail.com

Maryline HUTIN

Tél : 06 88 47 19 59

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES MOBILISÉES :

Les méthodes pédagogiques utilisées sont : Affirmative, interrogative, démonstrative et applicative, afin de mettre en place une interaction avec les participants et favoriser l'assimilation des notions.

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

Réalisation de travaux et exercices pratiques > Évaluations formatives

Exercice final de pratique > Évaluation sommative

Mise en situation professionnelle reconstituée : Conception d'une campagne Data Driven

Marketing et analyse de la performance (processus marketing digital automatique -

Mesures d'audience et de performances de campagnes)

Attendu en fin de formation : Réalisation d'un plan de référencement pour un site web.

PROGRAMME :

Section 1. Appréhender les enjeux du référencement

Identifier le vocabulaire sur le SEM (Search Engine Marketing).

Distinguer l'usage des moteurs : visibilité, notoriété et trafic qualifié.

Reconnaître l'importance du positionnement.

Déduire ma « Longue Traîne » et les requêtes.

Associer la complémentarité SEO, SEA, SMO.

Section 2. Optimiser son référencement naturel

Optimiser le référencement sur les moteurs.

Délimiter son univers sémantique.

Optimiser son contenu éditorial.

Réussir le développement et le code source de ses pages.

Renforcer sa popularité via le netlinking, les réseaux sociaux.

Identifier les erreurs à éviter, les pratiques prohibées.

Section 3. Exploiter efficacement les techniques de référencement payant

Manipuler Google Adwords.

Concevoir des enchères et des modèles de monétisation des liens et des bannières : CPM, CPC, CPL, CPA...

Concevoir des annonces, les extensions d'annonces.

Évaluer la pertinence des mots-clés.

Section 4. Mettre en place des campagnes SEA

Définir sa stratégie, ses objectifs de campagne, son budget.

Planifier avec AdWords Keyword Planner.

Créer ses annonces, ses groupes d'annonces.

Utiliser les extensions d'annonces et les critères de ciblage.

Améliorer ses résultats, arbitrer.

Section 5. Evaluer ses actions

Définir ses indicateurs pour analyser la performance d'une stratégie social media.

Fixer ses objectifs stratégiques et les KPIs qui s'y rattachent.

Croiser plusieurs indicateurs pour poursuivre une stratégie social media ou la réorienter si besoin.

Mesurer ses actions pour soi, pour évangéliser en interne et rassurer en externe.