

David Muratori

63 chemin de la Maure
06800 Cagnes sur mer
Email : datchdigital@gmail.com
Tel : +33626374577



Programme de formation professionnelle Augmenter votre trafic grâce au référencement naturel (SEO)

Cette formation a pour objectif de fournir aux participants les compétences nécessaires pour augmenter le trafic sur leur site web grâce au référencement naturel (SEO). Les participants apprendront à analyser le fonctionnement des moteurs de recherche, à intégrer le SEO dans leur stratégie marketing, à optimiser leur site pour les moteurs de recherche, et à mesurer l'impact de leurs actions SEO.

Type d'action de formation : Action de formation

Objectif de la formation : Perfectionnement, élargissement des compétences

Document remis à la fin de la formation : le stagiaire obtiendra un certificat de réalisation

Version du document : 1

DURÉE ET LIEU DE FORMATION

- **Durée en heures** : 100.00
- **Lieu** :

TARIF

2500.00 euros par apprenant

2500.00 euros

2500.00 euros

PUBLIC CONCERNÉ

- Demandeurs d'emploi
- Créateurs d'entreprise
- Dirigeants d'entreprise
- Chargés de communication et marketing Webmasters, web designers, community managers
- Et toute personne souhaitant apprendre à augmenter le trafic de son site grâce au SEO

PRÉREQUIS

- Être à l'aise avec les outils informatiques et savoir utiliser internet.
- Posséder un ordinateur et une connexion internet (ADSL, Fibre ou 4G ou 5G)
- Savoir se servir d'un navigateur web
- Savoir utiliser un logiciel ou une application de traitement de texte
- Savoir utiliser un logiciel ou une application de tableur
- Posséder un compte Google

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre en profondeur le fonctionnement des moteurs de recherche et l'impact du SEO sur la visibilité en ligne.
- Effectuer une recherche de mots-clés pertinente et optimiser le contenu du site en fonction de ces mots-clés.
- Identifier et appliquer les meilleures pratiques d'optimisation on-page et off-page.
- Utiliser des outils clés tels que Google Analytics et Google Search Console pour mesurer l'efficacité de leur stratégie SEO.
- Mettre en œuvre une stratégie de contenu efficace pour améliorer le classement organique.
- Développer une stratégie de backlinking pour augmenter l'autorité de leur site web.
- Se familiariser avec l'accompagnement du SEO grâce à L'IA

CONTENU DE LA FORMATION

David Muratori | 63 chemin de la Maure Cagnes sur mer 06800 | Numéro SIRET : 50952464100024 |
Numéro de déclaration d'activité : 93061073706 (auprès du préfet de région de : Région Sud)
Cet enregistrement ne vaut pas l'agrément de l'État.

- **Module 1 : Cours Théoriques : Approfondissez votre compréhension des mots-clés avec l'IA**
 - Utilisez l'IA pour une recherche de mots-clés avancée : Explorez comment les outils basés sur l'IA peuvent identifier des opportunités de mots-clés non évidentes en analysant de grandes quantités de données et en prévoyant les tendances de recherche émergentes.
 - Créez du contenu optimisé avec l'aide de l'IA : Découvrez comment l'IA peut aider à générer ou à optimiser du contenu qui répond précisément aux intentions de recherche des utilisateurs, en améliorant la pertinence et l'autorité de vos pages.
 - Améliorez la stratégie de contenu avec des insights basés sur l'IA : Apprenez à interpréter les analyses fournies par l'IA pour affiner votre stratégie de contenu, en ciblant les lacunes du marché et en répondant aux besoins spécifiques de votre audience.
- **Module 2 : Exercices Pratiques 1**
 - Expérience avec les Outils IA de Recherche de Mots-clés : Sélectionnez un outil de recherche de mots-clés basé sur l'IA. Utilisez-le pour identifier un ensemble de mots-clés cibles pour un sujet spécifique, en notant comment les suggestions diffèrent de celles fournies par les outils traditionnels.
 - Génération de contenu avec l'IA : Utilisez un outil de création de contenu basé sur l'IA pour générer un article de blog sur un de vos mots-clés cibles. Comparez la qualité, la pertinence et l'optimisation SEO du contenu généré avec celle d'un contenu créé manuellement.
 - Analyse et Optimisation de Contenu Existants : Prenez une page de votre site qui performe modérément dans les recherches. Utilisez un outil d'optimisation de contenu basé sur l'IA pour recevoir des recommandations et appliquez ces modifications pour améliorer le classement SEO de la page.
- **Module 3 : Cours Théoriques : Suivez votre progression grâce à Google Search Console**
 - Surveillez les bonnes métriques : Découvrez quelles métriques de Google Search Console sont cruciales pour évaluer l'efficacité de votre SEO. Cela inclut les impressions, les clics, le CTR (taux de clics), et la position moyenne de vos pages dans les résultats de recherche. Apprenez comment ces données peuvent informer vos stratégies d'optimisation pour améliorer la visibilité et l'engagement.
 - N'ignorez pas les erreurs : Comprenez l'importance de surveiller et de corriger rapidement les erreurs signalées par Google Search Console, telles que les erreurs d'exploration, les problèmes d'indexation, et les URL bloquées par le fichier robots.txt. Ces corrections peuvent aider à améliorer la santé globale de votre site et son classement dans les résultats de recherche.
 - Suivez l'évolution de votre nombre de liens : Apprenez à utiliser Google Search Console pour surveiller votre profil de backlinks, y compris le nombre et la qualité des liens entrants. Cette information est vitale pour comprendre comment les autres sites web et les moteurs de recherche perçoivent l'autorité de votre site.
 - Signalez à Google les changements importants : Découvrez comment et quand utiliser Google Search Console pour informer Google de changements majeurs sur votre site, tels que les migrations de site, les changements d'URL, et les mises à jour significatives de contenu. Cela peut aider à assurer que ces modifications sont rapidement reflétées dans les résultats de recherche.
- **Module 4 : Exercices Pratiques 2**
 - Analyse des performances de recherche : Utilisez Google Search Console pour examiner les performances de recherche de votre site sur une période spécifique. Identifiez les pages qui performent bien et celles qui nécessitent une optimisation supplémentaire.
 - Audit des erreurs d'exploration et d'indexation : Passez en revue les rapports d'erreurs d'exploration et d'indexation dans Google Search Console. Priorisez les corrections en fonction de leur impact potentiel sur votre SEO et planifiez les actions correctives.
 - Examen du profil de backlinks : Consultez le rapport 'Liens' dans Google Search Console pour évaluer la qualité et la quantité de vos backlinks. Identifiez les opportunités d'acquérir de nouveaux liens de qualité et les liens potentiellement nuisibles à désavouer.
 - Utilisation des outils de changement d'adresse : Si vous planifiez une migration de site ou un changement d'URL majeur, explorez comment utiliser les outils de Google Search Console pour minimiser l'impact sur votre classement SEO.
- **Module 5 : Cours Théoriques : Reconnaissez la technologie d'un site web**
 - Choisissez entre un site custom ou un CMS : Comprenez les avantages et inconvénients de développer un site web personnalisé par rapport à l'utilisation d'un système de gestion de contenu (CMS) comme WordPress, Drupal, ou Joomla. Discutez des facteurs tels que le coût, la flexibilité, la facilité d'utilisation, et le SEO.
 - Pourquoi vérifier la technologie d'un site web ? : Apprenez pourquoi il est important de connaître la technologie sur laquelle votre site web est construit. Cela inclut des considérations pour le SEO, la sécurité, la scalabilité, et la capacité à intégrer de nouvelles fonctionnalités ou à effectuer des mises à jour.
- **Module 6 : Exercices Pratiques 3**
 - Audit de la technologie de votre site : utilisez des outils comme BuiltWith ou Wappalyzer pour identifier la technologie sur laquelle votre site web actuel est construit. Évaluez si cette technologie correspond à vos besoins actuels et futurs en termes de gestion de contenu, SEO, et sécurité.
 - Comparaison CMS vs site custom : Réalisez une analyse comparative pour déterminer si un CMS ou une solution personnalisée est le meilleur choix pour votre entreprise. Prenez en compte des critères tels que le budget, les compétences techniques disponibles en interne, les objectifs SEO, et les besoins spécifiques de votre entreprise en matière de fonctionnalités et de design.
 - Planification de la migration ou de la mise à jour : Si vous décidez que changer la technologie de votre site est nécessaire, commencez à planifier cette transition. Identifiez les étapes clés du processus, y compris la sélection d'une nouvelle plateforme, la migration du contenu, et la redéfinition de votre stratégie SEO pour minimiser l'impact sur votre classement dans les recherches.
 - Formation sur le CMS choisi : Si un CMS est choisi, engagez-vous dans une formation pour vous-même ou pour votre équipe sur la manière de l'utiliser efficacement. Explorez les ressources en ligne, les tutoriels vidéo, et les webinaires offerts par la communauté du CMS pour accélérer votre apprentissage.

- **Module 7 : Cours Théoriques : Réalisez un audit de votre site**
 - Détectez les problèmes importants : Apprenez à identifier les problèmes majeurs qui peuvent affecter la performance de votre site dans les moteurs de recherche. Cela comprend les problèmes techniques comme les temps de chargement lents, les erreurs 404, et les problèmes de sécurité, ainsi que les problèmes de contenu comme le contenu dupliqué ou de faible qualité.
 - Analysez rapidement le SEO On-Page : Comprenez comment effectuer une analyse rapide mais complète du SEO On-Page de votre site, y compris la vérification des balises de titre, des méta-descriptions, de l'utilisation des en-têtes, de l'optimisation des images, et de l'intégration des mots-clés.
 - Examinez les positions de vos mots-clés : Découvrez comment utiliser des outils comme Google Search Console pour suivre les positions de vos mots-clés et identifier les pages qui pourraient bénéficier d'une optimisation supplémentaire pour améliorer leur classement.
 - Vérifiez la qualité des liens existants : Apprenez l'importance d'un profil de backlinks de qualité pour le SEO et comment analyser les liens pointant vers votre site pour identifier et éliminer les liens toxiques ou de faible qualité.
- **Module 8 : Exercices Pratiques 4**
 - Audit technique du site : Utilisez des outils d'audit SEO pour identifier et cataloguer les problèmes techniques sur votre site. Priorisez les problèmes en fonction de leur impact potentiel sur le SEO et établissez un plan d'action pour les résoudre.
 - Analyse du SEO On-Page : Sélectionnez quelques pages clés de votre site et effectuez une analyse détaillée du SEO On-Page. Vérifiez l'optimisation pour les mots-clés ciblés, la qualité des balises de titre et des méta-descriptions, et l'utilisation correcte des en-têtes pour structurer le contenu.
 - Suivi des positions des mots-clés : Configurez Google Search Console pour votre site, si ce n'est pas déjà fait, et commencez à surveiller les performances de vos mots-clés principaux. Identifiez les pages qui ne se classent pas aussi bien que prévu et élaborer des stratégies pour améliorer leur positionnement.
 - Audit des backlinks : Utilisez un outil d'analyse des backlinks pour examiner les liens entrants vers votre site. Identifiez les liens de faible qualité ou non pertinents et envisagez des actions pour les désavouer ou les supprimer si nécessaire.
- **Module 9 : Cours Théoriques : Optimisez le SEO On-Page et l'UX grâce à l'IA**
 - Analysez l'UX de votre site avec des outils IA : Utilisez l'IA pour évaluer l'expérience utilisateur sur votre site, en identifiant les points de friction et les opportunités d'amélioration pour maximiser l'engagement et la conversion.
 - Optimisation automatique des pages avec l'IA : Explorez les solutions d'IA qui peuvent automatiquement tester et optimiser les éléments de SEO On-Page, tels que les balises de titre, les méta-descriptions, et l'utilisation des mots-clés dans le contenu.
 - Suivez et ajustez vos stratégies SEO avec l'IA : Découvrez comment l'IA peut offrir une surveillance en temps réel et des ajustements de vos stratégies SEO, en s'adaptant aux changements de l'algorithme des moteurs de recherche et aux comportements des utilisateurs.
- **Module 10 : Exercices Pratiques 5**
 - Audit UX avec l'IA : Utilisez un outil d'analyse UX basé sur l'IA pour évaluer une page de votre site web. Identifiez les points d'amélioration suggérés et mettez en œuvre les changements recommandés pour améliorer l'expérience utilisateur.
 - Test d'Optimisation Automatisée On-Page : Sélectionnez une page web pour une optimisation automatisée à l'aide d'un outil IA. Appliquez les modifications suggérées par l'outil et suivez les performances de la page sur une période pour mesurer l'impact sur le classement SEO.
 - Suivi Dynamique de la Stratégie SEO : Configurez un tableau de bord avec un outil d'IA pour surveiller en temps réel les KPIs SEO de plusieurs pages de votre site. Utilisez les données recueillies pour ajuster rapidement votre stratégie SEO en réponse aux tendances émergentes.
- **Module 11 : Cours Théoriques : Analysez vos KPIs grâce à Google Analytics**
 - Découvrez d'où viennent vos visiteurs : Apprenez comment Google Analytics peut vous aider à comprendre les origines de votre trafic web, ce qui vous permet de peaufiner vos stratégies SEO et marketing pour mieux cibler votre audience. Que votre trafic provient de recherches organiques, de publicités payantes, de liens directs, des réseaux sociaux, ou par référencement, chaque source donne des indications précieuses sur la manière d'atteindre et d'engager votre public cible.
 - Analysez les autres données les plus importantes : Devenez compétent dans l'interprétation de métriques clés telles que le taux de rebond, la durée moyenne des sessions, et les pages par session. Ces données vous fournissent des insights sur l'engagement des visiteurs avec votre site et peuvent indiquer les domaines où l'expérience utilisateur pourrait être améliorée pour maintenir les visiteurs engagés plus longtemps et les encourager à explorer plus de contenu.
 - Agissez sur vos forces et vos faiblesses : utilisez les insights obtenus à partir de Google Analytics pour identifier les aspects performants de votre site ainsi que les domaines nécessitant des améliorations. Cela vous permet d'optimiser ce qui fonctionne déjà bien et de concentrer vos efforts sur l'amélioration des aspects qui peuvent augmenter la satisfaction des utilisateurs et améliorer votre classement dans les moteurs de recherche.
 - Détectez les anomalies grâce à Google Analytics : Maîtrisez les techniques pour détecter les changements inattendus dans vos données de trafic qui pourraient signaler des problèmes sur votre site, comme des erreurs techniques, des modifications dans les algorithmes des moteurs de recherche, ou d'autres facteurs externes influençant votre SEO. Savoir identifier rapidement ces anomalies vous permet d'agir rapidement pour corriger les problèmes et minimiser leur impact sur votre performance SEO.
- **Module 12 : Exercices Pratiques 6**
 - Analyse des sources de trafic : Examinez le rapport de sources de trafic dans Google Analytics pour voir d'où proviennent vos visiteurs. Évaluez l'efficacité de vos différentes campagnes marketing et ajustez vos stratégies en fonction des performances.
 - Évaluation des métriques d'engagement : Plongez dans l'analyse des données d'engagement sur votre site pour comprendre comment les visiteurs interagissent avec votre contenu. Identifiez les pages avec un taux de rebond élevé ou une durée de session faible pour cibler vos efforts d'optimisation.

- Identification des tendances et des anomalies : Apprenez à configurer des alertes personnalisées dans Google Analytics pour vous notifier des changements significatifs dans le trafic ou les comportements des utilisateurs. Cela vous aide à rester réactif et à ajuster rapidement votre stratégie SEO en cas de besoin.
- Module 13 : Cours Théoriques 1 : Localisez vos mots-clés
 - Paramétrez votre compte Google My Business : Comprenez l'importance de Google My Business pour le SEO local et apprenez à configurer correctement votre profil pour maximiser votre visibilité dans les recherches locales et sur Google Maps.
 - Adaptez votre site web : Découvrez les meilleures pratiques pour optimiser votre site pour le SEO local, y compris l'intégration de mots-clés locaux dans les balises de titre, les méta descriptions, le contenu de la page, et les balises alt des images.
 - Gérez vos avis : Apprenez l'importance des avis clients pour le SEO local et comment les gérer efficacement pour améliorer votre réputation en ligne et votre classement dans les résultats de recherche locaux.
- Module 14 : Cours Théoriques 2 : Entraînez-vous en cherchant les mots clés les plus pertinents pour votre site:
 - Approfondissez vos compétences en recherche de mots-clés en vous concentrant spécifiquement sur ceux qui ont le plus d'impact sur votre SEO local. Apprenez à identifier et à cibler les termes de recherche que votre audience locale utilise pour trouver des entreprises comme la vôtre.
- Module 15 : Exercices Pratiques 7
 - Configuration de Google My Business : Créer ou optimiser votre fiche Google My Business. Assurez-vous d'inclure des informations précises et complètes, des photos de haute qualité, et de catégoriser correctement votre entreprise.
 - Optimisation du site pour le SEO local : Revoyez le contenu de votre site web pour inclure des mentions spécifiques à votre localisation, telles que le nom de la ville ou de la région, dans des endroits stratégiques. Mettez à jour les balises de titre, les méta descriptions, et le contenu des pages pour refléter votre ciblage local.
 - Gestion des avis clients : Mettez en place un processus pour encourager les avis clients sur votre fiche Google My Business et d'autres plateformes pertinentes. Répondez de manière professionnelle à tous les avis, qu'ils soient positifs ou négatifs, pour montrer que vous valorisez les retours de vos clients.
 - Recherche de mots-clés locaux : Utilisez des outils de recherche de mots-clés pour trouver des termes spécifiques à votre localité qui sont pertinents pour votre entreprise. Identifiez les variations régionales dans le langage ou les termes spécifiques utilisés par votre audience locale.
 - Analyse de la concurrence locale : Examinez comment vos concurrents locaux optimisent leur présence en ligne pour le SEO local. Identifiez les lacunes dans leur stratégie que vous pouvez exploiter, ainsi que les bonnes pratiques que vous pouvez adopter.
- Module 16 : Cours Théoriques : Analysez le fonctionnement de Google
 - Pourquoi Google ? Comprenez l'importance de Google en tant que moteur de recherche principal et son influence sur le référencement naturel (SEO).
 - Comment fonctionne Google ? Découvrez les principes de base du fonctionnement des moteurs de recherche, y compris le crawling, l'indexation et le classement des résultats.
 - Différencier un résultat organique d'une publicité : Apprenez à identifier les différences entre les résultats organiques et les annonces payantes dans les pages de résultats de recherche (SERP).
 - Comment Google classe-t-il les résultats organiques ? Explorer les critères et les algorithmes utilisés par Google pour classer les sites web dans les résultats de recherche.
 - SEO On-Page et SEO Off-Page : Distinguer entre les optimisations SEO sur la page (On-Page) et hors de la page (Off-Page) et comprendre leur importance dans une stratégie de référencement efficace.
 - White Hat vs Black Hat : Comprenez les pratiques éthiques (White Hat) contre les pratiques abusives ou trompeuses (Black Hat) en SEO, et les conséquences potentielles de l'utilisation de ces dernières.
- Module 17 : Exercices Pratiques :
 - Analyse comparative des résultats de recherche : Sélectionnez un ensemble de mots-clés pertinents pour votre secteur et analysez les premières pages de résultats de Google. Identifiez les caractéristiques communes des sites web bien classés et notez les différences entre les résultats organiques et les annonces payantes.
- Module 18 : Cours Théoriques : Installez les bons outils
 - Installez Google Analytics et Google Search Console : Apprenez comment l'installation de Google Analytics et Google Search Console peut offrir des aperçus essentiels sur le trafic de votre site web, les comportements des utilisateurs, et la performance de votre site dans les résultats de recherche. Ces outils sont cruciaux pour toute stratégie SEO, fournissant des données précieuses qui peuvent aider à informer et à guider vos efforts d'optimisation. Vous découvrirez les étapes pour les configurer correctement et commencer à recueillir des données importantes.
 - Effectuez les paramétrages de base : Comprenez l'importance des paramètres initiaux pour Google Analytics et Google Search Console est essentiel. Cela inclut la définition des objectifs spécifiques à votre site, le suivi des conversions pour mieux comprendre comment les utilisateurs interagissent avec votre contenu et quels chemins mènent à des conversions, et la surveillance de la santé de votre site web dans l'index de recherche pour identifier et résoudre rapidement les problèmes potentiels. Ces configurations de base sont le fondement sur lequel vous construirez une analyse plus détaillée et des stratégies d'optimisation.
- Module 19 : Exercices Pratiques 8
 - Installation et configuration : Suivez un guide pas à pas pour installer Google Analytics et Google Search Console sur votre site. Cela peut impliquer l'ajout de code de suivi à votre site ou l'utilisation d'un plugin si vous utilisez un CMS comme WordPress.
 - Définition des objectifs dans Google Analytics : Déterminez quels sont les objectifs clés pour votre site (par exemple, inscriptions à la newsletter, téléchargements de produits, achats, etc.) et configurez-les dans Google Analytics. Cela vous aidera à mesurer l'efficacité de votre contenu et de votre stratégie SEO en termes de conversion.

- Exploration de Google Search Console : Familiarisez-vous avec les fonctionnalités de Google Search Console. Commencez par vérifier la santé de votre indexation, examinez les erreurs d'exploration, et analysez les données de performance de recherche pour voir comment vos pages se classent pour différents mots-clés.
- Analyse de rapport : Apprenez à interpréter les rapports de Google Analytics pour comprendre le trafic de votre site, le comportement des utilisateurs, et les tendances de conversion. Utilisez Google Search Console pour identifier les opportunités d'amélioration SEO basées sur les mots-clés pour lesquels vos pages se classent actuellement.
- Module 20 : Cours Théoriques : Effectuez votre première recherche de mots-clés
 - Trouvez vos mots-clés de base : Apprenez à identifier vos premiers mots-clés en comprenant l'offre de votre entreprise, les besoins de votre audience, et en utilisant des outils de recherche de mots-clés pour découvrir des termes pertinents.
 - Regroupez ces mots-clés en thèmes : Découvrez comment organiser vos mots-clés trouvés en thèmes ou catégories cohérentes, ce qui facilite la création de contenu ciblé et améliore l'architecture de votre site pour le SEO.
 - Décuplez vos mots-clés : Apprenez à élargir votre liste de mots-clés en utilisant des techniques comme la recherche de synonymes, l'analyse des recherches associées sur Google, et l'exploration de questions fréquemment posées par votre audience cible.
 - Étudiez la concurrence : Comprenez comment analyser les mots-clés ciblés par vos concurrents pour trouver des lacunes dans leur stratégie ou des opportunités de mots-clés moins compétitifs.
 - Analysez vos résultats : Apprenez à évaluer l'efficacité de vos mots-clés choisis en analysant les données de trafic, le classement dans les résultats de recherche, et l'engagement des utilisateurs sur votre site.
- Module 21 : Exercices Pratiques 9
 - Recherche initiale de mots-clés : utilisez des outils gratuits ou payants de recherche de mots-clés pour compiler une liste initiale de termes pertinents pour votre entreprise. Concentrez-vous sur la découverte de mots-clés qui reflètent les intentions de recherche de votre public cible.
 - Création de clusters de mots-clés : Organisez vos mots-clés identifiés en groupes thématiques qui peuvent guider la structure de votre site et la planification de votre contenu. Utilisez ces thèmes pour développer une architecture de site logique et conviviale pour le SEO.
 - Expansion de votre liste de mots-clés : Expérimentez avec différentes techniques pour élargir votre liste de mots-clés, y compris l'utilisation de la recherche de questions sur des plateformes comme AlsoAsked.com et AnswerThePublic, ainsi que l'examen des sujets tendance dans votre secteur.
 - Analyse concurrentielle : Sélectionnez quelques-uns de vos principaux concurrents et utilisez des outils SEO pour analyser les mots-clés pour lesquels ils sont bien classés. Identifiez les opportunités de mots-clés qu'ils pourraient avoir négligées ou pour lesquelles vous pouvez créer un contenu supérieur.
 - Suivi et analyse des performances : Mettez en place un système pour suivre la performance de vos mots-clés choisis, en utilisant Google Analytics et Google Search Console. Apprenez à interpréter ces données pour affiner en continu votre stratégie de mots-clés et d'optimisation de contenu.
- Module 22 : Cours Théoriques : Construisez votre roadmap
 - Effectuez un court audit préalable : Apprenez à réaliser un audit rapide de votre site pour identifier les premiers points d'amélioration SEO. Cet audit couvre les aspects techniques, le contenu, et les liens entrants.
 - Recherchez les bons mots-clés : Maîtrisez les techniques de recherche de mots-clés pour trouver les termes qui correspondent à la fois à votre offre et à la demande de votre audience cible. Découvrez comment utiliser des outils de recherche de mots-clés et interpréter les données pour prioriser vos efforts.
 - Optimisez votre site et construisez votre machine à contenu : Comprenez l'importance de l'optimisation de votre site web pour les moteurs de recherche (SEO technique) et apprenez à créer un plan de contenu stratégique qui soutient vos objectifs SEO.
 - Définissez les potentiels partenaires : Identifiez les opportunités de partenariat ou de collaboration avec d'autres sites web, blogs, et influenceurs dans votre secteur pour améliorer votre profil de backlink et augmenter votre visibilité.
 - Surveillez l'évolution de vos actions SEO : Apprenez à mettre en place des systèmes de suivi et d'analyse pour évaluer l'efficacité de votre stratégie SEO au fil du temps, permettant des ajustements basés sur les performances réelles.
 - Déterminez les ressources nécessaires : Évaluez les ressources (humaines, technologiques, financières) nécessaires pour mettre en œuvre votre stratégie SEO de manière efficace. Cela peut inclure le recrutement de spécialistes SEO, l'achat d'outils de SEO, et l'allocation de budget pour le contenu et le link building.
- Module 23 : Exercices Pratiques 10
 - Réalisation d'un audit SEO : Utilisez des outils SEO gratuits ou payants pour effectuer un audit de votre site. Concentrez-vous sur les aspects techniques, le contenu, et les backlinks pour identifier des actions prioritaires.
 - Planification de mots-clés : Organisez une session de brainstorming pour la recherche de mots-clés. Utilisez des outils de recherche de mots-clés pour créer une liste prioritaire basée sur le volume de recherche, la pertinence, et la compétitivité.
 - Création d'un calendrier éditorial : Développez un calendrier éditorial basé sur vos mots-clés prioritaires. Planifiez la création de contenu qui répond aux besoins de votre audience tout en optimisant pour les moteurs de recherche.
 - Identification et outreach de partenaires potentiels : Faites une liste de sites web, blogs, et influenceurs dans votre niche qui pourraient être de bons partenaires pour le contenu partagé ou les backlinks. Développez une stratégie d'approche pour ces partenaires potentiels.
 - Mise en place de KPIs et outils de suivi : Configurez Google Analytics, Google Search Console, et d'autres outils de suivi pour surveiller les indicateurs clés de performance de votre SEO. Apprenez à interpréter ces données pour informer votre stratégie SEO.
- Module 24 : Cours Théoriques : Reconnaissez les différents types de mots-clés
 - Mots-clés vs sujets : Découvrez la différence entre cibler des mots-clés spécifiques et des sujets plus généraux, pour une stratégie de contenu diversifiée et robuste.

- Mots-clés de marque : Comprenez l'importance de cibler les mots-clés associés à votre marque pour capter le trafic de recherche déjà intéressé par votre entreprise.
- Mots-clés généralistes : Évaluez le potentiel et les défis pour cibler des mots-clés généralistes avec de grands volumes de recherche mais une forte concurrence.
- Mots-clés d'information : Identifiez les mots-clés utilisés par votre audience lors de la recherche d'informations, essentiels pour attirer les utilisateurs en haut de l'entonnoir de conversion.
- Mots-clés d'intention (transactionnels) : Focus sur les mots-clés qui indiquent une intention d'achat ou de conversion, cruciaux pour les pages de produits et services.
- Mots-clés locaux ou de navigation : L'importance de cibler les recherches locales et de navigation pour les entreprises visant un public géographiquement spécifique.
- Courte vs longue traîne : Explorez les avantages de cibler à la fois des mots-clés à courte traîne, très compétitifs mais avec un grand volume de recherche, et à longue traîne, plus spécifiques et avec un taux de conversion généralement plus élevé.
- Module 25 : Exercices Pratiques 11
 - Recherche et sélection de mots-clés : Utilisez des outils de recherche de mots-clés pour créer une liste diversifiée incluant des mots-clés de marque, généralistes, d'information, transactionnels, locaux, et à longue traîne. Évaluez chaque mot-clé en fonction du volume de recherche, de la pertinence pour votre entreprise, et de la compétitivité.
 - Analyse de la concurrence : Analysez les mots-clés ciblés par vos concurrents directs pour identifier des opportunités de niche ou des mots-clés sous-exploités dans votre secteur.
 - Création de contenu basé sur les mots-clés : Développez un plan de contenu qui intègre stratégiquement les mots-clés identifiés dans des articles de blog, des pages de produits, et d'autres types de contenu sur votre site. Assurez-vous que le contenu est utile, bien informé, et engageant pour votre audience cible.
 - Optimisation des pages existantes : Révisez les pages clés de votre site web pour vous assurer qu'elles sont optimisées pour les mots-clés pertinents. Cela inclut l'optimisation des balises de titre, des méta-descriptions, du corps du texte, et des attributs alt des images.
- Module 26 : Cours Théoriques : Analysez la pertinence du SEO pour votre organisation
 - Définissez vos objectifs : Apprenez à définir des objectifs SEO clairs et mesurables qui s'alignent sur les objectifs globaux de votre entreprise, tels que l'augmentation du trafic organique, l'amélioration du classement pour certains mots-clés, ou l'augmentation de la conversion et du ROI.
 - Choisissez les bons KPIs : Découvrez quels indicateurs de performance clés (KPIs) sont les plus pertinents pour mesurer l'efficacité de votre stratégie SEO, y compris le trafic organique, le taux de clic (CTR), le positionnement des mots-clés, et plus encore.
 - Déterminez la pertinence de ce canal : Évaluez comment et pourquoi le SEO est un canal de marketing digital crucial pour votre organisation, en tenant compte de son coût-efficacité, de sa durabilité, et de son impact potentiel sur la visibilité de la marque et l'acquisition de clients.
- Module 27 : Exercices Pratiques 12
 - Atelier d'objectifs SEO : Organisez un atelier avec les parties prenantes clés de votre organisation pour définir des objectifs SEO spécifiques. Utilisez le cadre SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporel) pour établir des objectifs clairs.
 - Audit de la présence en ligne : Réalisez un audit de votre présence en ligne actuelle pour identifier les forces, les faiblesses, et les opportunités d'amélioration de votre stratégie SEO. Cela peut inclure l'analyse de votre site web, le profil des backlinks, et votre performance sur les mots-clés cibles.
 - Analyse des concurrents : Effectuez une analyse concurrentielle pour comprendre comment vos concurrents utilisent le SEO dans leur stratégie marketing. Identifiez les lacunes dans leur stratégie que vous pouvez exploiter et les points forts que vous pouvez adopter ou améliorer.
 - Planification des KPIs : Développez un tableau de bord ou un rapport de suivi qui inclut les KPIs SEO que vous avez identifiés comme cruciaux pour mesurer le succès de votre stratégie. Assurez-vous que ces KPIs sont régulièrement revus et ajustés selon les résultats obtenus et les objectifs évolutifs.
- Module 28 : Cours Théoriques : Augmentez l'autorité de votre site
 - Qu'est-ce que la notion d'autorité ? Comprenez l'importance de l'autorité de domaine et de page dans le classement SEO. L'autorité est souvent dérivée de la qualité et de la quantité des backlinks pointant vers votre site. Une autorité élevée peut augmenter la confiance dans votre site de la part des moteurs de recherche, ce qui améliore le classement dans les résultats de recherche.
 - Qu'est-ce qu'un bon lien ? Apprenez à identifier les caractéristiques d'un backlink de haute qualité, telles que la pertinence du site source, l'autorité de domaine, le contexte du lien, et le texte d'ancrage utilisé.
 - Comment obtenir des liens ? Découvrez les différentes stratégies pour acquérir de bons backlinks, y compris le contenu de qualité, le guest blogging, les relations publiques en ligne, et les partenariats stratégiques.
 - Évitez les erreurs du débutant : Identifiez et évitez les pièges courants dans la construction de liens, tels que l'achat de liens, l'échange excessif de liens, et la création de liens non naturels qui peuvent entraîner des pénalités de la part des moteurs de recherche.
- Module 29 : Exercices Pratiques
 - Analyse du profil de backlinks : utilisez des outils comme Ahrefs, SEMrush, ou Moz pour analyser le profil de backlinks actuel de votre site. Identifiez les domaines d'amélioration et les opportunités d'acquérir de nouveaux backlinks de qualité.
 - Stratégie de contenu pour les backlinks : Développez une stratégie de contenu visant à attirer des backlinks naturels. Cela peut inclure la création de guides complets, de recherches originales, ou de contenu interactif qui encourage les partages et les liens entrants.

- Lancement d'une campagne de guest blogging : Identifiez les blogs ou les sites web dans votre niche où vous pourriez contribuer du contenu en tant qu'invité. Préparez des propositions de valeur pour les éditeurs de ces sites, en soulignant comment votre contribution pourrait bénéficier à leur audience.
- Auditer les liens pour éviter les pénalités : Revoyez votre profil de backlinks pour identifier les liens susceptibles de nuire à votre autorité aux yeux des moteurs de recherche. Apprenez à utiliser l'outil de désaveu de Google pour éliminer l'impact des liens toxiques.

ORGANISATION DE LA FORMATION

- **Équipe pédagogique :**

David Muratori dispose d'un Master en commerce à l'IDRAC en 2006 , d'une formation en SEO et exerce l'activité de marketeur digital spécialisé en SEO depuis 2004.

Il a assuré une conférence au SEO CAMP Day Pays Basque, à Biarritz, le 26 mai 2023.

Il fait également partie du Bootcamps SEO by LB.

- **Moyens pédagogiques et techniques :**

- Utilisation de solutions SAAS : Semrush, Search Console, google Analytics, Google suggest.
- Travaux pratiques tout au long de la formation
- 1 pc portable à disposition (en présentiel) avec les logiciels suivants : Notepad++, navigateur internet, outils de développement web
- Logiciel de visioconférence Microsoft Teams ou Zoom (en distanciel)
- Logiciel de partage de document Google Drive
- Supports de cours fournis (pdf)

- **Dispositif de suivi de l'exécution, de l'évaluation, et des résultats de la formation :**

- Contrôle de l'avancement de la conception du site web à la fin de la formation
- Correction des anomalies majeures par le-la formateur-ice
- Contrôle des corrections apportées par le stagiaire En cours de session : 1 QCM de 5 questions évaluées à la fin de chaque module et 1 QCM en fin de session reprenant toutes les questions des QCMs de fin de module,
- Le stagiaire doit avoir au minimum 80% de bonnes réponses pour la validation de ses compétences.
- Fin de session / à chaud : questionnaire d'évaluation de la satisfaction des stagiaires à la fin de la formation
- Post session / à froid : évaluation de la mise en application des outils de la formation dans les mois qui suivent la formation : évaluation des stagiaires formés, en situation de travail dans l'entreprise
- Un certificat de réalisation sera remis au stagiaire en fin de formation

Cette formation n'est pas certifiante

ELIGIBILITE CPF

Cette formation n'est pas éligible au CPF

CHIFFRES CLES

S'agissant d'une nouvelle formation, les indicateurs de performance – comme par exemple le taux d'obtention du certificat, le taux d'insertion, etc. – ne sont pas encore disponibles. Cette information sera mise à jour à l'issue de la première promotion.

ACCESSIBILITE HANDICAP

Conformément à la réglementation (Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées / Articles D. 5211-1 et suivants du code du travail), nous proposons des adaptations (durée, rythme, méthodes, supports pédagogiques, etc.) pour répondre aux besoins particuliers de personnes en situation de handicap. Le cas échéant, l'organisme de formation pourra mobiliser des compétences externes et les ressources ad-hoc pour la recherche de solutions permettant l'accès aux formations.

