

## Programme de formation « RÉFÉRENCEMENT »

**Durée :** De 14H à 70H Formation réalisée en présentiel

**Public visé :** Toute personne appelée à communiquer sur le web.

**Objectifs :** Bâtir une stratégie de référencement. Maîtriser la sémantique du site, mener une stratégie de notoriété efficace.

**Moyens pédagogiques :** Formateur pédagogue et confirmé ; les formations sont animées en cours particuliers ou en petite équipe. Sur la base de cas pratiques concrets, les participants acquièrent la méthodologie et les outils pour intégrer les réseaux sociaux à leur stratégie de communication.

**Méthodes d'évaluation des acquis :** Après chaque session, une évaluation des acquis précédents sera envisagée, suivra une évaluation générale en fin de stage.

### Contenu de la formation :

- Préparer sa stratégie de référencement**

Choisir des mots-clés descriptifs d'une activité.

Évaluer la concurrence sur ces expressions-clés.

- Soigner et développer son contenu**

Structurer le site pour que chaque page n'aborde qu'une seule problématique.

Comprendre la notion de « longue traîne » et mettre en application une stratégie d'enrichissement du contenu.

- Veiller à ce que son site soit ouvert, audité et surveillé**

Utilisation de Google Analytics : mesure du ROI, du taux de transformation, de la durée de visite moyenne, du taux de rebond et autres indicateurs essentiels.

Utiliser les outils d'analyse de sites pour détecter les difficultés : liens rompus, contenu dupliqué, balises manquantes etc...

Utiliser les Google Webmaster

Tools. Définir ses objectifs : communiquer autour de sa marque, générer du buzz, nouer des partenariats, recruter des collaborateurs...

- Optimiser les balises de chaque page**

Découvrir les techniques d'optimisation sémantique : déclinaison de mots-clés, impact du positionnement du mot-clé dans la page, utilisation de la forme interrogative, choix des thématiques de rédaction, notion de « landing page ».

Optimisation des URL, des métadonnées, des pages.

Lutte contre le contenu dupliqué interne généré par les CMS ou par l'inattention du webmaster.

Modalités de présentation des produits dans les sites e-commerce. Élaboration d'un contenu de qualité : techniques de rédaction web.

Structuration du site internet : maillage interne, menus, footers, profondeur de pages, site-map et autres critères techniques, tels que la rapidité d'affichage des pages.