

PROGRAMME DE LA FORMATION RÉFÉRENCIEMENT NATUREL SEO 40H

PUBLIC CONCERNÉ

La formation et la certification s'adressent aux dirigeants de petites entreprises et aux collaborateurs directs chargés de la communication marketing souhaitant mettre en place une stratégie de référencement naturel dans les moteurs de recherche en vue de développer l'activité de leur entreprise.

PRE-REQUIS

Le candidat devra avoir un site internet ou un projet de création de site, un projet de référencement pour ce site ainsi qu'un an d'expérience professionnelle.

MODALITÉS

Les prérequis seront validés via l'entretien de positionnement en amont de la formation.

TARIF

Le tarif de la formation est de 3500 euros TTC.

DURÉE

Durée totale de 40h de cours particulier pour une période totale de 3 mois.

DÉLAI D'ACCÈS

La formation est accessible 14 jours après l'inscription à la formation.

DATES

Voir les dates renseignées dans le document contractualisant la formation qui s'appelle "contrat de formation".

HORAIRES

• Le monitoring et l'assistance pédagogique par Chat sont disponibles du lundi au samedi de 10h à 19h.

LIEU

Formation ouverte à Distance accessible 7j/7 et 24h/24 à partir d'une plateforme conçue spécialement pour l'e-learning.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

La loi du 5 septembre 2018 pour la « liberté de choisir son avenir professionnel » a pour objectif de faciliter l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap.

Notre organisme tente de donner à tous les mêmes chances d'accéder ou de maintenir l'emploi.

Nous pouvons adapter certaines de nos modalités de formation, pour cela, nous étudierons ensemble vos besoins.

Pour toutes questions, merci de contacter Mathieu GOUVERNEUR par email (mathieu.gouverneur@gmail.com) ou par téléphone (07 89 51 13 59).

OBJECTIFS

À la fin de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Élaborer une stratégie de référencement naturel.
- Organiser l'application opérationnelle d'un projet de référencement naturel.
- Suivre et évaluer l'impact de ses actions de référencement.

RÉFÉRENT PÉDAGOGIQUE ET FORMATEUR

Chaque formation est sous la responsabilité du référent pédagogique (Mathieu GOUVERNEUR) de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

A - FORMATION COURS PAR VISIO-CONFÉRENCE OU TÉLÉPHONE

1- Programme des cours / Méthodes mobilisées

- Prise de contact

Prise de contact entre l'apprenant et le formateur pour établir le séquençage en complément du test de niveau réalisé sur la plateforme d'e-learning et en s'appuyant de la fiche d'expression des besoins remplie en amont.

- Séquençage

Le formateur appelle le stagiaire afin de comprendre ses objectifs, besoins et ambitions.

- Cours particuliers

Les heures de formations seront dispensées sous forme de cours particulier.

Grâce à cette approche individualisée, les participants pourront progresser rapidement et efficacement, en se concentrant sur leurs besoins spécifiques et en obtenant des réponses directes à leurs questions.

- Programme détaillé

1. Comprendre l'importance du référencement et la viabilité de notre projet : 3 heures

- Définition du référencement naturel (SEO)
- Fonctionnement des moteurs de recherche
- Enjeux du référencement naturel
- Référencement naturel VS liens sponsorisés (SEA)
- Évolution du référencement naturel
- Définir sa cible et ses objectifs
- Délimitation de la niche du projet : analyse des potentiels tarifs / budget référencement

2. Mettre en place une recherche de mots clés : 4 heures

1. Établir une recherche de mots clés

- Trouver votre / vos personas
- Quels sont les différents types de contenus à réaliser ?
- S'inspirer des mots clés des concurrents
- Faire une recherche de mots clés

Cas pratique : Faisons une recherche de mots clés.

3. Savoir auditer un site et comprendre tous les critères techniques : 13 heures

Audit technique

Utilisation d'outils gratuits / payants (Tarif outil)

1. Comment optimiser ses meta données

- Optimiser ses H1
- Optimiser ses meta descriptions
- Optimiser ses meta titres

2. Comment gérer ses liens et ses URLs ?

- Optimiser ses URLs : caractères non ASCII / Mots clés des URLs
- S'assurer de ne pas avoir de pages du site dupliquées
- La profondeur des pages
- La gestion des liens entrants
- Indexation des pages

3. Comment maîtriser son fichier robots.txt et son sitemap.xml ?

- Présence d'un sitemap.xml sur le site et sur le fichier robots.txt
- Les URLs du sitemap sont-elles valides ?
- Y a-t-il des pages orphelines ?
- Présence d'un fichier robots.txt et des pages qu'il bloque
- Sitemap.HTML

4. La navigation et l'UX

- Le parcours de l'utilisateur est-il cohérent ? Y a-t-il des problèmes d'interface ?
- Les pages catégories sont succinctes et logiques ?
- Y a-t-il un fil d'ariane ?
- Y a-t-il une recherche interne ? Fonctionne-t-elle ?
- Le site est-il adapté au téléphone portable ?

5. Les balises Schema

- Y a-t-il un balisage schema du site internet ?
- Analyser les balises de la page d'accueil. Présence de la balise organisation ?
- La balise breadcrumblist est-elle présente ?
- Quels sont les avertissements et les erreurs ?
- Balise FAQ
- Les fiches produits / pages solutions ont-elles des balises efficaces et cohérentes ?

5. La vitesse d'un site

- Le score sur mobile
- Le score sur bureau
- Quelles sont les optimisations à faire pour optimiser la vitesse de son site ?

6. Statut et connectivité

- Les chaînes de redirection
- Les différentes erreurs à traiter (404 etc...)
- Customiser sa page 404
- Les Iframes et le statut de la page

7. Google Search Console

- Les messages importants qui demandent une action spécifique
- Quelles sont les erreurs dans la GSC ?
- Suivi de l'indexation des pages via la GSC
- Indexation manuelle et suivie de résultats.

8. Les sites multilingues

- La balise Hreflang sont-elles implémentées ?
- Les balises hreflang="x" par défaut sont-elles implémentées ?
- Existe-t-il des sitemaps localisés ? Les fichiers robots.txt fonctionnent-ils pour différentes régions ?

Optimisation de la recherche universelle 6 heures

1. Optimiser ses images pour Google Images

- Optimiser les noms des images
- La balise alternative
- Le contenu et le contexte autour des images
- Le titre de l'image (attribut Title)
- Le Sitemap Image
- La légende de l'image
- Les critères d'indexation
- Les formats recommandés, la taille, le poids, les balisages

2. Référencement des vidéos

- Panorama des principaux sites de partages de vidéos : Vimeo, YouTube, Dailymotion...
- Les critères de positionnement
- Conseils d'optimisation
- Les règles de nommage
- Les métadonnées
- Title & descriptions
- Tags
- Les spécificités techniques (formats, poids,...)
- La soumission
- Notion de temps moyen
- La date de publication (fraîcheur)

3. Optimisation des données structurées

- Micro formats et schema.org
- Les alternatives possibles
- Données structurées avec Google
- Le marquage des données sur un site internet

4. La recherche locale

- Qu'est-ce que le référencement local ?
- Google My Business : créer et optimiser sa fiche
- Les annuaires professionnels
- Obtenir des avis clients

Apprendre à utiliser un CMS

1. Introduction au SEO et à un cms type shopify / wordpress

- Présentation de l'importance pour les sites E-commerce
- Introduction à la plateforme **cms type shopify / wordpress** et de ses spécificités en matières de référencement naturel

2. Utilisation des applications SEO cms type shopify / wordpress

- Présentation des principales applications SEO disponibles sur *un cms type shopify / wordpress*
- Utilisation et configuration des applications pour améliorer le référencement de votre boutique.

3. Suivi et analyse des performances SEO

- Utilisation de Shopify pour suivre les performances SEO dédiées au E-commerce
- Identification des indicateurs clés de performance KPI et ajustements stratégiques.

4. Mettre en place une stratégie de contenu / Cocon sémantique : 10 heures

Le mindmapping, le cocon sémantique et son maillage

- Hiérarchiser les mots clés et la rédaction
- Créer un cocon et ses silos grâce à un mindmap
- Qu'est-ce qu'un maillage interne ?
- Gérer le maillage interne du cocon sémantique

Cas pratique : Mindmap et Maillage interne

Apprendre à optimiser chaque type de page

1. Optimiser la sémantique de sa page d'accueil

- La sémantique de ses meta données
- Structure H(n) d'une page d'accueil
- Les mots clés dans le contenu sont-ils pertinents ?
- Le nombre de mots est-il conforme à la page d'accueil ?
- Des articles de blog sont-ils présents dans la page d'accueil ?

2. Optimiser la sémantique de ses pages catégories

- La sémantique des meta données des pages catégories
- La description en haut et en bas d'une page catégorie
- Les mots clés dans le contenu sont-ils pertinents ?
- Le maillage entre les pages catégories
- La structure H(n) des pages catégories
- Les ancrs de liens dans le menu

3. Optimiser la sémantique de ses pages solutions / fiches produits

- La sémantique des meta données des pages solutions / fiches produits
- La structure similaire entre les différentes pages
- La description est-elle détaillée ? Les mots clés sont-ils pertinents ?
- Les informations vers les pages annexes (livraison, retours etc...)
- Disponibilité en magasin
- Les images au sein des pages sont-elles optimisées ?
- La structure H(n) de la page

4. Optimiser la sémantique de la page hub de son blog

- Les meta données sont-elles optimisées ?
- La navigation au sein d'une page hub d'un blog
- Les différentes thématiques au sein d'un blog
- La publication régulière et la mise à jour d'articles anciens.
- Tous les articles sont-ils au sein de la page hub ?

5. Optimiser la sémantique de ses articles de blog

- Les meta données sont-elles optimisées ?
- La structure H(n) est-elle optimale ?
- Les articles sont-ils assez longs ?
- L'expérience utilisateur est-elle optimale ? (lecture rapide, rythme dans le texte, CTA ? images, vidéos etc...)
- Optimiser le maillage interne d'un article de blog + ancres de liens
- Sassurer du contenu unique du site
- Cannibalisation des contenus
- La différence entre contenus chauds et froids
- Le contenu cherche-t-il à se positionner sur de bons mots clés ?
- Présence de la date de parution, nom de l'auteur, sommaire, temps de lecture

6. Optimiser la sémantique de ses pages annexes

- Présence et optimisation d'une page à propos
- Présence d'une page FAQ. Les questions sont-elles optimisées ?
- Pour les sites E-commerce : pages dédiées aux temps forts (noël, soldes etc...), guide des tailles, tableaux, tarifs, prix etc...

5. La mise en place de la stratégie de netlinking : 7 heures

1. L'importance des backlinks dans un site internet

- Comprendre comment fonctionne le classement d'une page ou d'un site (Pagerank)
- Intérêt des liens
- La logique des différents types de liens
- Leur impact dans le référencement de votre site Internet
- L'analyse des liens par Google

2. Définir une stratégie de liens internes

- Créer des liens entre les pages de votre site
- Insérer des liens dans vos articles
- Mauvaises pratiques à éviter

3. Développer les liens entrants

- Les typologies de netlinking externe
- Le LinkBaiting
- Les Annuaire professionnels, communiqués de presse
- Les Sites thématiques et généralistes
- Vos partenaires
- Les Achats de liens
- Les réseaux de site
- Les relations presse

4. Créer des partenariats pour l'échange de lien

- Choisir des partenariats stratégiques
- Éviter certains sites

SKILL COMPETENCE

6/7 : Stratégie SEO à mettre en place sur le long terme + Suivre ses résultats et agir en fonction d'eux. 3 heures

Stratégie SEO

- Piloter son projet de référencement
- Identifier et organiser le travail des intervenants internes et externes
- Identifier les outils utiles à sa stratégie

Suivi de résultats

- Analyse de la Google Search Console
- Le suivi d'indexation avec la Google Search Console
- Le suivi sémantique avec SEMrush ou Ubersuggest
- Le suivi du netlinking avec SEMrush ou Ubersuggest
- Suivi GA et création d'un tableau de bord

2- Ressources pédagogiques

Il est conseillé au stagiaire de fournir un travail personnel régulier entre les séances de formation. Le stagiaire dispose de toutes les ressources pédagogiques adaptées au niveau de l'apprenant via les documents et exercices fournis par le professeur :

- Vidéo,
- Exemples de cas pratique,
- Méthodologie,
- ...

À la fin de chaque cours téléphonique, le professeur indiquera les tâches à effectuer par le stagiaire.

Au début de chaque cours, le professeur vérifie avec le stagiaire que ces tâches ont bien été effectuées.

3- Encadrement

Les professeurs qui dispensent les cours téléphone sont des professionnels confirmés dans la formation à but professionnel pour un public d'adultes.

Tous nos formateurs comptabilisent au minimum 1 an d'expérience dans l'apprentissage du référencement naturel en milieu professionnel. Ils ont été individuellement sélectionnés pour leur qualité de pédagogue et font l'objet d'une évaluation permanente.

4- Calendrier des cours

Les cours doivent être réservés au plus tard 1h à l'avance. Le report ou annulation d'un cours devra intervenir au plus tard 3h avant le début de la séance. Toute modification de planning ne peut se faire que sur la plateforme de visioconférence.

L'accès aux ressources e-learning est proposé 7j/7, 24h/24. Le stagiaire organise donc son travail en ligne en fonction de ses besoins, mais également en fonction des impératifs et créneaux de connexion imposés par son employeur.

5- Bilan de fin de parcours

Le stagiaire est suivi tout au long de sa formation à travers la page statistique de l'apprenant sur notre plateforme e-learning.

Une fois la formation terminée, nous consultons le niveau acquis afin de lui établir une attestation de formation en validant ou non ses objectifs.

B - SUIVI ET ÉVALUATION DES TRAVAUX ACCOMPLIS PAR LE STAGIAIRE

SKILL COMPETENCE

La première session de formation fait l'objet d'un test initial de niveau.

Puis, les connaissances du stagiaire sont contrôlées à la fin de la formation lors du passage de la certification "Développer son activité avec le référencement naturel".

Suivi de l'exécution :

- Relevé de connexions, téléchargeable indiquant :

Appréciation des résultats :

- Test des acquis en début et en fin de formation
- Remise d'une attestation de fin de formation
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation

C - TUTORAT

Le stagiaire dispose à tout moment d'un tuteur qui est Mathieu Gouverneur pour l'accompagner, tout au long de sa formation :

- Une fois les tests d'évaluation validés par le stagiaire, il peut, s'il le souhaite, solliciter un tuteur pour avoir une démo de prise en main par téléphone. Cette démo a pour but de le familiariser avec l'outil et lui donner des conseils pédagogiques.
- Tout au long de la formation, le tuteur dispense des conseils pédagogiques au stagiaire : par téléphone, par e-mail, et sous forme de « chat ».
- Le stagiaire dispose à tout moment d'une hotline téléphonique pour toute question, problème ou conseils.
- À la fin de la formation, le tuteur complète l'attestation de fin de formation et la transmet au stagiaire.

Le tuteur est formé régulièrement sur les nouveautés et mises à jour de l'offre de formation.

D - CERTIFICATION

À la fin de la formation, l'apprenant reçoit des logins par e-mail pour planifier une date afin de passer la certification SEO de Webmarketing & co'm : "Développer son activité avec le référencement naturel". Le stagiaire a un délai d'un mois après la fin de la formation pour passer cette certification. Les frais de cette certification sont à la charge de Skill Competence et les apprenants n'auront pas à payer de supplément pour la certification.

Il est important pour les apprenants de passer cette certification, car cela leur permettra de valider leurs compétences techniques et de renforcer leur CV pour leurs futures opportunités professionnelles.

La certification Développer son activité avec le référencement naturel (RS6312) se déroule en 1h. C'est une évaluation qui atteste que les 7 objectifs de la formation ont bien été validés.

À la suite de cet examen, l'apprenant reçoit son diplôme certifiant son niveau.