

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)

AMÉLIORER LA VISIBILITÉ D'UN SITE INTERNET DE TPE/PME GRÂCE AU RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO) / RS5938 @LA WAB

FORMATION INDIVIDUELLE OU GROUPE

EN PRÉSENTIEL ET/OU DISTANCIEL

SEO



Pour en savoir plus : sg-formation.fr

GUIDEZ SEBASTIEN (EI)

09 86 39 60 85

326 Rue Verte, 59141 Thun-l'Évêque

audrey@sg-formation.fr

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)

DURÉE

21 h (3 jours)

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de petites ou moyennes entreprises / collaborateurs et collaboratrices de TPE/PME en charge de la communication ou du marketing de leur structure.

Cette certification les amène à développer les compétences nécessaires pour analyser le positionnement d'un site web sur les moteurs de recherche et optimiser son référencement naturel, sans bagage préalable sur ce domaine, ni budget consacré. L'objectif est ainsi de permettre aux ressources humaines des TPE/PME d'améliorer par elles-mêmes la visibilité de leur site internet.

MODALITÉS D'ACCÈS

Nos formations sont ouvertes **toute l'année** ([contactez-nous](#))

ACCESSIBILITÉ

Une **adaptation** des formations pour les **personnes en situation de handicap** est possible. **Les lieux de formation seront accessibles aux personnes en situation de handicap.** Une vérification sera établie. *Nous contacter : ([Audrey, référent Handicap : 06 58 30 42 22](#))*

MOYENS PÉDAGOGIQUES

formateur spécialisé - Supports pédagogiques - Suivi du programme de formation

SUIVI, ÉVALUATION, SANCTION

→ **Moyens permettant de suivre l'action de formation**

- *Plans d'action de formation*

→ **Moyens permettant d'en évaluer les résultats**

- Passage de la certification

→ **Sanction**

- Délivrance d'une attestation d'assiduité
- **Formation certifiante** : Passage de certification LA WAB (RS5938)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Auditer le **référencement naturel** d'un site internet
- Identifier et hiérarchiser des **axes d'amélioration du référencement naturel** d'un site internet, **en adéquation avec les moyens d'une TPE/PME**
- Identifier des **opportunités de mots clefs et de requêtes stratégiques pour une TPE/PME**
- Elaborer un **planning éditorial en fonction des objectifs de développement commercial d'une TPE/PME**
- **Optimiser l'arborescence** d'un site internet en utilisant la **méthode des silos**
- Améliorer le **maillage interne des pages** d'un site internet
- Rédiger des **pages optimisées pour le SEO**
- Développer une **stratégie de liens externes** au site internet (**netlinking**) pour une TPE/PME
- Sélectionner et utiliser des **outils d'analyse et de mesure du référencement naturel** d'un site internet
- Piloter dans la durée une stratégie d'amélioration continue du référencement naturel

PRÉREQUIS

La certification s'adresse à des professionnels issus de TPE ou PME, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mails, traitement de texte, paiement en ligne...).

La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évalués lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification. Un dossier de candidature à la certification, renseigné par l'Organisme Partenaire est ensuite complété et transmis à l'organisme certificateur (La WAB) pour validation.

PROCÉDURE DE CANDIDATURE À LA CERTIFICATION

La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évaluées lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification.

Un dossier de candidature à la certification, renseigné par **SG FORMATION** est ensuite complété et transmis à l'organisme certificateur (LA WAB) pour validation.

CERTIFICAT

CERTIFICATION LA WAB

Compétence 1 :

Auditer le référencement naturel d'un site internet, en analysant ses performances, ses contenus avec des outils spécifiques au SEO (PageSpeed, Search Console, Analytics, TextFocus...) et ses erreurs techniques, afin d'identifier les axes d'amélioration du référencement naturel d'un site Internet de TPE/PME.

Compétence 2 :

Élaborer un plan éditorial en fonction des objectifs de développement commercial de l'entreprise, des positions occupées par les concurrents, et d'une recherche de mots clés stratégiques afin de produire des contenus à fort potentiel d'indexation et aussi de qualité pour les visiteurs d'un site.

Compétence 3 :

Optimiser l'arborescence d'un site Internet, en appliquant la méthode des silos, en améliorant le maillage interne des pages, afin de permettre aux robots d'indexation (crawlers) des moteurs de recherche de comprendre plus efficacement les contenus proposés et de mieux les indexer.

Compétence 4 :

Rédiger une page optimisée pour le SEO, en positionnant le mot-clé principal dans le corps du texte et les métadonnées, en développant les champs sémantiques, en vérifiant la densité du contenu et en contrôlant le maillage, afin d'améliorer la position de la page web dans les résultats des moteurs de recherches (SERP).

Compétence 5 :

Mettre en place une stratégie de liens externes au site Internet (netlinking), en créant des liens de redirection vers un site internet (backlinks) et en contrôlant les liens à destination ou en provenance des réseaux sociaux, afin d'accroître la notoriété du site et son trafic.

Compétence 6 :

Piloter l'amélioration continue du référencement naturel d'un site, en contrôlant ses indicateurs de performance, afin d'améliorer dans la durée ses positions dans les pages de résultat des moteurs de recherche (SERP) et ainsi générer davantage de trafic.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation

Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique d'optimisation du référencement naturel d'un site internet de TPE/PME. Le candidat présente son travail sous la forme d'un dossier, comprenant un plan d'amélioration du référencement naturel d'un site, une proposition d'arborescence optimisée, un planning éditorial, une page web optimisée pour le référencement naturel et une stratégie de netlinking. L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une TPE/PME dans l'amélioration de la visibilité de son site internet. Lors de sa présentation orale, le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail pour arriver au résultat final.

Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

Conditions de réalisation

Le candidat est convoqué par nos soins devant un jury d'évaluation. Le jour de l'évaluation, le candidat a à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur, un vidéo-projecteur.

La durée de sa soutenance est de 30 minutes. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant 10 minutes.



PROGRAMME

JOUR 1

MODULE 1 : AUDITER LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL D'UN SITE INTERNET

Comprendre le référencement naturel

- Le référencement naturel c'est quoi ?
- Comment fonctionne Google ; ses objectifs et critères d'évaluation

Auditer le référencement naturel d'un site internet (principes théoriques et outils d'analyse employés)

- Analyse des performances et identification des erreurs techniques
- Analyse de la popularité
- Analyse des contenus

MODULE 2 : ÉLABORER UN PLAN ÉDITORIAL DÉFINI EN FONCTION DES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE L'ENTREPRISE

Définir les objectifs de développement commercial de l'entreprise

- L'entreprise et son marché
- Analyse des concurrents
- Les objectifs marketing / communication
- Les cibles (personae)

Définir les objectifs du site internet (en lien avec les objectifs de développement de l'entreprise)

- Lister les objectifs et les prioriser

Définition d'une stratégie de mots-clés en lien avec les objectifs du site internet

- Qu'est-ce qu'un mot-clé ?
- Analyse des positions des concurrents
- Recherche de requêtes à potentiel et listing dans un tableau (volume / intérêt)
- Sélection des mots-clés à positionner sur le site internet dans le but d'en améliorer la sémantique ou positionner l'entreprise lorsqu'elle ne l'était pas
- Listing des types de contenus à produire pour positionner l'entreprise sur le mot-clé sélectionné (page, article, fiche produit, FAQ...)

Élaborer une stratégie éditoriale visant à la création continue de nouveaux contenus

- Comprendre l'intérêt de la création permanente de contenus et s'organiser dans la création de contenus

JOUR 2

MODULE 3 : OPTIMISER L'ARBORESCENCE D'UN SITE INTERNET

Être en capacité de concevoir et optimiser l'arborescence d'un site internet

- Principes théoriques relatifs à l'arborescence d'un site (silo, intitulés de menus, cocons sémantiques...)
- Décliner l'arborescence d'un site existant
- Identifier les points d'amélioration d'une arborescence existante
- Concevoir une arborescence à haut potentiel d'indexation

Optimiser le maillage interne d'un site internet

- Les différents types de liens
- Le maillage interne
- Corriger un lien en erreur (réécriture, redirection, erreurs...)

MODULE 4 : RÉDIGER UNE PAGE OPTIMISÉE POUR LE SEO

Initier la rédaction d'un contenu accessible et lisible

- La lecture sur écran
- Comment améliorer la lisibilité d'un contenu?
- Comment améliorer le niveau d'accessibilité d'un contenu et le tester?
- Être en capacité de s'auto-évaluer

Optimiser son contenu pour le référencement naturel

- Exploration sémantique autour du mot-clé visé, densité de contenu et maillage
- Code HTML : métadonnées et balises à connaître
- Le référencement des images
- Les mauvaises pratiques (black hat) auxquelles être vigilant
- Être en capacité de s'auto-évaluer

JOUR 3

MODULE 5 : METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE NETLINKING

Comprendre et maîtriser le principe de netlinking

- Origine et définition du netlinking
- Les différents profils de liens existants (origine + follow/nofollow + degré opti seo du lien)

Mettre en œuvre une stratégie de netlinking

- Identifier la répartition des profils de liens du site existant
- Définir un plan d'amélioration de la popularité du site
- Annuaires
- Sites partenaires
- Articles invités
- Commentaires des forums
- Achat de lien

Aborder le netlinking dans un écosystème plus vaste

- SEA (sélections et achats de mots-clés, rapport génération de trafic / taux de conversion)
- SMO (liens à destination et en provenance des réseaux sociaux)
- Référencement local (Google Business Profil...)

MODULE 6 : PILOTER ET CONTRIBUER À L'AMÉLIORATION CONTINUE DU RÉFÉRENCIEMENT NATUREL D'UN SITE INTERNET

Mettre en place une approche d'amélioration continue pour un site internet

- Comprendre l'importance de la mise en place d'actions sur le long terme
- Identifier et appréhender les outils d'analyses existants pour suivre l'indexation, le positionnement et la popularité d'un site internet

Initier le pilotage de l'amélioration continue du référencement naturel d'un site internet

- Tableau de bord :
 - Trafic (nombre de VU, Visites ...)
 - Contenu (suivi du positionnement des mots clés)
 - Popularité (citation flow, trust flow)

Source - notre organisme certificateur La WAB : [programme ici](#)