

## Améliorer sa présence sur le web : SEO & Google Ads

### Public concerné

Responsable de communication, responsable du contenu d'un site, webmaster éditorial, rédacteur web, chef de projet web, commerçants et chefs d'entreprise

### Prérequis

Aucun

### Méthode pédagogique

La formation comprend une explication théorique, des illustrations, des cas pratiques et un debriefing

### Objectifs

- Définir sa stratégie de référencement naturel
- Acquérir les techniques pour améliorer visibilité et référencement naturel sur le Web
- Comprendre et maîtriser les techniques de référencement payant. Réussir ses premières campagnes sur Adwords
- Lancer et gérer une campagne de positionnement publicitaire sur les moteurs de recherche

35h

1500 €

### Les plus

Formation adaptée aux besoins du stagiaire  
Des exercices en lien avec les problématiques de l'entreprise  
Un certificat de formation est délivré en fin de stage



### Programme

#### Partie 1 : Optimiser le référencement naturel (SEO)

##### 1. Les critères de pertinence du référencement naturel

Le fonctionnement des moteurs de recherche : de l'indexation au positionnement  
Les critères de pertinence du référencement naturel  
Connaître les facteurs bloquants et les facteurs favorisant  
Maîtriser les critères de pertinence éditoriaux et ergonomiques  
Comprendre le principe de popularité et de Social Media Optimization (SMO)  
Usages mobiles : impacts pour le SEO

##### 2. Définir sa stratégie de référencement naturel

Les thèmes sur lesquels se situer  
Tirer parti des générateurs de mots-clés pour identifier les mots-clés  
Exploiter la recherche universelle  
Analyser la stratégie des concurrents  
Les indicateurs de performance (KPI)

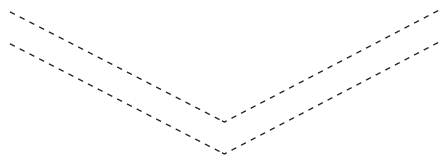
#### Partie 2 : Améliorer son référencement avec Ads

##### 1. Utiliser les liens sponsorisés

Enjeux des liens sponsorisés : rentabilité, problématique de la fraude au clic, droit  
Les réseaux et formats publicitaires : Google Adwords/ Adsense  
Les campagnes universelles : desktop, mobile, tablettes...  
Le mode de fonctionnement : systèmes d'enchères, Quality Score Google...  
Comprendre l'interface Google Adwords

##### 2. Définir sa stratégie de campagne

Définir ses objectifs : vente, trafic...  
Définir un plan media publicitaire via le réseau Google  
Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique  
Budget et stratégie d'enchères  
Stratégie de complémentarité avec le référencement naturel



## Améliorer sa présence sur le web : SEO & Google Ads

### 3 . Optimiser la performance des campagnes Adwords

Tableaux de bords de suivis

Mettre en œuvre des actions correctives

Maîtriser Google Adwords Editor

Faire vivre sa campagne dans le temps