

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL D'UN SITE WEB

2 jours en présentiel (14 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet d'identifier les enjeux du référencement naturel d'un site Web. Utiliser des techniques efficaces permettant l'amélioration de sa visibilité sur Internet via les moteurs de recherches type Google.

Population visée

Webmasters, intégrateurs, webdesigners, rédacteurs Web ou toute personne en charge d'améliorer le référencement d'un site Internet.

Pré-requis

Être à l'aise avec l'utilisation d'Internet et son environnement informatique.
Une connaissance du langage HTML est un plus.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est remis pendant le stage. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de réflexions.

Formateur

Formateur, consultant, spécialiste du référencement naturel.

Modalités de validation des acquis

Évaluation des acquis via un questionnaire.
Attestation de fin de stage.

Contenu

Notions générales

- Qu'est-ce que le référencement ?
- Référencement vs positionnement
- Liens organiques vs liens sponsorisés
- Optimisation de site vs pages satellites
- Le piège du spamdexing et le blacklisting
- SEO (Search Engine Optimization : un nom fort, beaucoup d'arnaques)

Le fonctionnement des outils de recherche

- L'indexation et la Mise à jour des index (spiders, crawlers, robots)
- La restitution des résultats (SERP)
- Le fonctionnement de Google : double indexation, sitelinking, PageRank, etc.
- Le fonctionnement des annuaires (Yahoo !, dmoz, etc.)
- Présentation de Google Master Tool

Préparer son site pour le référencement

- Le choix des mots-clés et le concept de « longue traîne »
- L'utilisation de Google Suggest, Google Keyword Tool et Google Insight for Search
- Choisir les moteurs et annuaires pour son référencement

Optimisation « in page »

- Le code HTML et l'indexation des pages
- La gestion des URL : stratégie d'intitulés, réécriture automatique et permaliens
- L'utilisation des sous-domaines
- L'utilisation de la balise Title
- L'utilisation de la balise Meta et de l'attribut « description »
- L'utilisation des balises de titre h1, h2...
- L'utilisation des attributs « alt » et « title »
- La mise en exergue du texte

Optimisation « off page »

- La problématique Flash et JavaScript
- Gestion des liens : liens sortants, backlink
- L'utilisation de « robots.txt »
- Netlinking, indice de popularité et PageRank
- L'importance du Linkbait et du choix des partenaires
- L'utilisation de SiteMap

Positionnement global et analyse

- Les outils d'analyse du trafic
- La provenance des visiteurs
- Le cheminement des visiteurs selon leur provenance
- Les outils de contrôle du positionnement
- Le partenariat et son importance
- Le Webmarketing et la guerre du clic ou du CPA