



Référencement et Search Marketing

Stratégie éditoriale et SEO - Soignez vos contenus pour un trafic plus qualifié

1 jour (7h00) | ★★★★★ 5/5 | REF-EDIT | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier › Marketing › Référencement et Search Marketing

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 29/05/2024.

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Décrire le fonctionnement de l'écrit sur Internet pour communiquer de manière efficace
- Respecter le fonctionnement de Google pour bâtir une stratégie efficace d'écriture
- Travailler les mots-clés et les textes de liens tout en respectant les règles de Google Penguin
- Recourir à une méthodologie efficace pour écrire des textes pertinents pour Google et pour l'internaute.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

** ratio variable selon le cours suivi

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Directeurs de publication, journalistes, Web rédacteurs, webmasters, responsables marketing, référenceurs (tous secteurs confondus).

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Rappel sur le fonctionnement de Google

- Favoriser l'indexation de ses contenus
 - Budget crawl
 - Qualité du code
 - Structure
 - Maillage interne
- Le comportement des internautes
 - Requêtes
 - Les micro-moments
 - Ergonomie Web
 - Pyramide inversée

L'optimisation par le contenu : comment rédiger pour l'internaute et pour les moteurs ?

- Thésaurus et constitution des listes de mots-clés
- Syntagmes, co-occurrence des mots-clés
- Aider Google à comprendre et identifier
 - Comment Google analyse le sens ?
 - Comment contextualiser le contenu ?
- La réécriture
 - A faire pour l'internaute et le moteur
 - Proéminence, contextualisation et hiérarchisation de l'information
 - Rôle et balises HTML dans la compréhension
- L'apport de ChatGPT et des IA dans la rédaction SEO friendly
 - L'impact de leur utilisation sur le référencement

Optimisation

- Définition des requêtes visées
 - Formulation et ciblage
 - People Also Ask, recherche vocale, featured snippets
- Mise en place d'une arborescence (silos)

- Siloing ou cocon sémantique
- Maillage interne entre pages mères, filles et soeurs
- Optimisation des pages, des balises et de la contextualisation des liens
- Mettre en oeuvre un cocon sémantique

Définir et mettre en oeuvre une stratégie de contenu

- Analyser le positionnement et détecter les opportunités de trafic (Google Search Console)
- Créer un process de publication pour optimiser le trafic SEO
 - Rédaction
 - Indexation
 - Diffusion et mesure

Perspective

- Google, moteur de réponse : rédiger pour les featured snippets et la position zéro
- Points divers et perspectives
- Google News
- Microdatas et featured snippets (données structurées)
- Google, le Machine Learning et SEO : écrire pour l'internaute

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Travail sur une arborescence sur le site du stagiaire ou un cas d'étude fourni par le formateur*
- *Travail sur l'utilisation des rich snippets sur le site du stagiaire*
- *Analyse des chiffres d'une Google Search Console (celle du stagiaire ou fournie par le formateur) en vue d'optimiser le SEO du site par son contenu*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

Modalités et délais d'accès à la formation

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.