

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

Durée

28h

Prix

1400 €

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

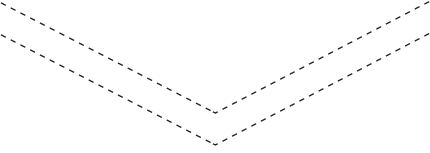
Définir ses objectifs : vente, trafic...

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