

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

RÉFÉRENCER SON SITE: SEO

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre le SEO (référencement naturel)
 Connaître les outils utiles à l'audit (gratuits, payants)
 Utiliser les liens externes et le PageRank pour accroire sa popularité

Savoir utiliser le Backlinkset le Netlinking
 Faire un audit technique
 Faire un audit sémantique

Nos équipes s'engagent à vous rappeler sous 24 à 72 heures

Public concerné

Toute personne souhaitant optimiser le référencement naturel de son 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

Durée de la formation

En distanciel
 14 heures
 En présentiel
 De 1 à 2 jours
 La durée vous sera confirmée après étude de vos besoins.

Prix de la formation

En distanciel
 Nous consulter
 En présentiel intra
 À partir de 900€ ht la journée

Lieu de la formation

Dans vos locaux ou à distance

Moyens et méthodes pédagogiques

Explications, démonstrations, exercices, vérification des acquis

Profil du(des) formateur(s)

Plusieurs années d'expérience dans l'enseignement et dans la production.

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation en fin de session

Moyens techniques

Un ordinateur par personne. Vidéo projecteur. Connexion Internet

10/2025

- SEO Référencement naturel
- Panorama des outils utiles à l'audit (gratuits, payants)
- Faire une analyse de trafic SEO avec la Search console et de backlinks
- Faire un rapport de positionnement
- Faire un Benchmark à partir des sites ou des mots clés
- Liens externes, PageRank et popularité
- Le fonctionnement du PageRank
- Obtenir des liens externes
- Stratégie de contenu et linkbaiting
- Les plateformes
- Utiliser Google Search Console
- Parcours de l'interface
- Les outils
- Comment utiliser les «datas requêtes», pages et positionnement pour améliorer le trafic SEO de son site

Mettre en place un process d'édition et de publication de contenus prenant en compte les données Search Console

- Backlinks / Netlinking
- Recherche et obtention des liens entrants (partenariat, annuaires)
- Amélioration du page-rank actuel
- L'audit technique
- Points techniques et budget crawl
- Structure du site
- Qualité du HTML - JS
- Vérification et suppression des erreurs 404
- Configuration et soumission fichier robots.txt
- Audit sémantique
- Analyser les intentions de recherche et identification (persona)
- Comprendre comment Google interprète les contenus (Benchmark sémantique)