

Site Web | Comment optimiser son référencement gratuit (SEO) et payant (SEA)?

Cliantèle visée : Responsable du contenu d'un site, responsable des communications, webmarketeur, entrepreneur, travailleur autonome.

Objectifs :

- Définir sa stratégie de référencement naturel et maîtriser les techniques de référencement payant.
- Intégrer le référencement naturel dans un projet de refonte de site Web.
- Réussir ses premières campagnes sur Adwords.
- Lancer et gérer une campagne de positionnement publicitaire sur les moteurs de recherche.
- Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI.

Durée : 6 heures

Contenu

Les critères de pertinence du référencement naturel

- Comprendre la règle du Google V2
- Les critères de pertinence du référencement naturel : technique, éditorial, popularité et ergonomie.
- Connaître les facteurs bloquants et les facteurs favorisants.
- La stratégie de longue traîne.

Maîtriser les techniques avancées du référencement naturel

- Outils et plug-in indispensables.
- Détecter et gérer les cas de duplication de contenu.
- Intervenir sur le CMS pour le rendre SEO-friendly.
- La rédaction des contenus. Développer la popularité de son site. Optimiser les balises meta et les URL.
- Les indicateurs de performance (KPI).

Utiliser les liens sponsorisés du référencement payant

- Comprendre la règle des 4E
- Le mode de fonctionnement : systèmes d'enchères, Quality Score Google...
- L'interface Google Adwords.
- Stratégie de complémentarité avec le référencement naturel.

Créer et mettre en ligne une campagne Adwords

- Paramétrer sa campagne : facturation, budget, ciblage géographique, mode de diffusion.
- Structurer sa campagne. Choisir les mots-clés et leur ciblage.
- Déterminer ses enchères. Rédiger ses annonces. Définir ses landing pages et les optimiser.
- Tableaux de bord de suivis. Analyse de la performance : choix des KPI's.

Approches pédagogiques

- Cas pratiques adaptés à la réalité des participants.
- Coaching individuel avec chaque participant peut être proposé.

Présentation du consultant formateur

Hervé Chrétien : spécialiste en marketing numérique et en médias interactifs, diplômé de deuxième cycle d'une école de commerce. Il a élaboré et mis en œuvre des stratégies innovantes en marketing Web dans le domaine des finances, des télécommunications ou du commerce de détail. Il enseigne aussi à l'École Polytechnique de Montréal et à l'Université de Montréal.