



Faites de votre site web un véritable outil de marketing

Formule inter-entreprise 2 jours



PRIX INTER-ENTREPRISE

900 €ht / jour

OBJECTIFS

Ce stage vous permettra de comprendre les principes du **référencement** et de la **promotion** sur le Web. Vous apprendrez à améliorer votre notoriété, générer plus de **trafic qualifié**, vous positionner devant vos concurrents... Nous vous offrons l'opportunité de développer vos connaissances afin de devenir autonome. Vous découvrirez les critères de pertinence utilisés par les moteurs, de la définition des mots-clés aux techniques de netlinking en passant par l'organisation du H.T.M.L. Vous apprendrez à calculer votre **ROI** et adapter votre stratégie en fonction de vos résultats en temps réel. Vous mettrez en place des **indicateurs** et un **tableau de bord** à même de mesurer votre présence en ligne (et son évolution) et jauger la pression concurrentielle.

NIVEAU REQUIS

Ce stage requiert une connaissance de l'environnement informatique et de la navigation sur Internet.

PUBLIC CONCERNÉ

Les personnes en charge d'un projet de campagne de promotion sur le Web, celles qui ont une mission de développement de notoriété, trouveront une mine de réponses à leurs attentes (*Responsables Communication & Marketing, responsables produits et marques, managers projet Internet et Intranet et Chargés de Stratégie Internet, Responsables commerciaux, Responsables Relations Presse, Webmasters*).



A LES FONDAMENTAUX

- Référencement : évolution ou révolution
- Référencer votre site web
- La recherche d'information
- Quelques définitions préalables
- Les outils de recherche d'informations

B FONCTIONNEMENT DES MOTEURS

- Comment ça marche ?
- Fonctionnement de Google
- Synthèse de fonctionnement
- L'affichage des résultats
- Questions et remarques

C LES PAGES LES MIEUX PLACÈES

1°) LA MEILLEURE POSITION

- Les critères pris en compte
- Connaître la position de vos pages
- Positionnement payant
- Synthèse des critères de pertinence

2°) PRÉPARER VOTRE SITE AU RÉFÉRENCEMENT

- Votre site web, outil de communication
- Objectif du site Web,
- Étude de la concurrence, Typologie des sites Web, Synthèse

3°) LA BASE : LES MOTS CLÈS, LES PAGES

- Choisir, trouver, tester les mots clés
- Optimiser les pages, placer les mots clés au bon endroit, les mots clés dans les URLS.
- Facteurs bloquants et débloquent
- Technologie, gadgets et moteurs, Spamdexing.
- Faciliter le travail des robots.

4°) OU ET COMMENT RÉFÉRENCER VOTRE SITE

- Inscription de votre site sur les moteurs
- Principe et définitions, Ou référencer votre site, Soumission de site aux annuaires.
- Inscrire son site sur Google ? Autres référencements
- Optimiser l'indexation
- Le fichier Robots.txt
- Google sitemap, Accessibilité et référencement, Outils des navigateurs



5°) MESURER ET SUIVI DE LA DEMANDE

- Temps de réponse, Prise en compte de votre demande d'indexation
- En cas de non indexation, Que faire face à un refus ?

6°) AMÉLIORER LA POSITION DE VOS PAGES

- Principes, Augmenter la popularité de vos pages, Augmenter la notoriété des pages
- Synthèse notoriété et popularité
- Les solutions payantes
- Le positionnement payant, Les campagnes de liens sponsorisés, Mettre une campagne en place, Quelle stratégie ?

7°) MESURER : LE TREMPIS DE L'ÉVALUATION

- Évaluer le référencement (La présence, la pertinence, le rang de vos pages).
- Évaluer le positionnement (naturel et payant)
- Évaluer le trafic généré (Analyse quantitative et qualitative d'audience)
- Les conclusions
 - Synthèse des actions menées et à mener
 - Référencement régulier : une nécessité
 -

Création d'un site et d'une campagne de référencement sur le Web