



BY ABILWAYS

FORMATIONS LONGUES

PERFECTIONNEMENT

NEW

Ref. : C21CERTREF

Durée :
9 jours - 63 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 5590
€ HT
Particulier : 4690 € TTC

PARCOURS CERTIFIANT RESPONSABLE RÉFÉRENCIEMENT

Générer du trafic vers son site et améliorer son positionnement

Le référencement sur les moteurs de recherche constitue la première source de trafic pour la plupart des sites. Essentiel, il n'en est pas moins souvent mal maîtrisé, d'autant que SEO et SEA fonctionnent avec des logiques complètement différentes.

Cette formation vous permettra d'acquérir les connaissances et bonnes pratiques pour améliorer la présence de votre site dans les pages de résultat de Google et performer dans vos objectifs, que vous collaboriez avec des agences ou non.

OBJECTIFS

Concevoir et déployer une stratégie de référencement naturel et payant sur les moteurs de recherche.

Monitorer ses performances et faire évoluer sa stratégie de référencement.

Collaborer avec les opérationnels et ou prestataires / agences et les challenger si besoin.

POUR QUI ?

Responsables marketing, responsable marketing digital, chefs de projet digitaux, responsables audience et / ou acquisition de trafic, chargé de référencement SEO ou SEA.

PRÉREQUIS

Avoir quelques bases théoriques en référencement.

COMPÉTENCES ACQUISES

Concevoir, déployer, piloter et faire évoluer la stratégie référencement sur les moteurs de recherche (payant et naturel) de son site.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Modules vidéos
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Concevoir et déployer sa stratégie SEO (Module 1 - 2 jours)

Modules distanciels

- E-quiz en amont/aval de la formation
- Le glossaire du SEO.
- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?
- Comment être visible sur les moteurs de recherche grâce au SEA ?
- Comment mettre en place une publicité en display ?

Définir une stratégie opérationnelle pour améliorer son référencement

- Mener un audit pour établir les objectifs éditoriaux et sémantiques.
- Planifier et prioriser les contenus et sujets à traiter dans l'éditorial : critères, outils et conseils.
- Rechercher les mots clés cibles pertinents pour atteindre l'équilibre entre recherches internautes et positionnement visé.

Optimiser son site et ses contenus pour les rendre SEO friendly

- Enrichir les contenus existants en respectant les règles de rédaction web pour maximiser leurs performances.
- Mener un audit technique SEO pour améliorer l'expérience sur son site : étapes et indicateurs clés.
- Maillage interne, templates... : s'assurer une structure propre pour un meilleur référencement naturel.



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28

Actionner des leviers externes pour renforcer la popularité de son site

- Déployer un netlinking de qualité pour acquérir de la notoriété.
- Optimiser son référencement local avec Google My Business pour augmenter son trafic.
- Obtenir des citations depuis des sources externes : astuces et bonnes pratiques.

Piloter et améliorer sa stratégie SEO (Module 2 – 2 jours)

Monitorer les performances de ses actions pour les challenger

- Définir les indicateurs clés et leurs seuils d'alerte pour les monitorer dans un tableau de bord analytics.
- Ranking : s'appuyer sur des outils fiables pour suivre son positionnement.
- Détecter et analyser une baisse de performance pour définir les chantiers correctifs adaptés.

Tester son dispositif pour vérifier son exécution

- Concevoir des process de validation pour encadrer les tests.
- Recetter les optimisations pour gagner en efficacité.
- Formaliser les besoins sur un outil de ticketing pour gagner en efficacité.

Identifier les axes d'amélioration et adapter sa feuille de route

- Format de page, structure... : classer les problèmes à résoudre pour établir le plan de charge adapté.
- Structurer sa roadmap pour inclure par ordre de priorité les nouvelles tâches.
- Mobiliser les ressources internes et externes pour mettre en place les changements : communication et posture.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Définir sa stratégie de référencement payant orienté ROI (Module 3 – 2 jours)

Modules distanciels

- Comment être visible sur les moteurs de recherche grâce au SEA ?
- Comment mettre en place une publicité en display ?

S'adapter aux évolutions pour maximiser l'atteinte de ses objectifs

SEA

- Renforcer ses fondamentaux pour garantir la solidité de sa démarche : structuration, mots clés, paramétrage, système d'enchères, annonces textuelles et extensions.
- Maîtriser les dernières évolutions du référencement payant pour les exploiter au mieux dans sa stratégie.
- Search, Display, Video, Shopping, App, Discovery : adapter son type de campagne Google Ads à son objectif.

Déployer des campagnes Shopping pour développer ses ventes en ligne ou en magasin

- Décrypter les codes et tendances du e-commerce pour mettre en avant ses produits efficacement.
- Emplacement, coût, etc : paramétrer ses campagnes Shopping en respectant ses spécificités et contraintes.
- Utiliser Google Merchant Center pour optimiser son flux Google Shopping : paramétrage et analyse de données.

Travailler sa notoriété grâce aux campagnes Display, Video et Discovery

- Exploiter les campagnes intelligentes pour mettre en avant ses arguments de vente.
- Choisir les bons ciblage et formats d'annonces pour attirer des clients.
- Mettre en place des campagnes Gmail Sponsored Ads (GSP) : paramétrage, visuels et stratégies d'optimisation.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Optimiser ses campagnes et piloter sa performance (Module 4 – 2 jours)

Augmenter le rendement de ses campagnes

- Structure, libellé, indicateurs et rapports spécifiques... : définir les meilleures pratiques de création par type de campagnes.
- Maîtriser le système d'enchères pour des publicités mieux placées.
- Assimiler les audiences pour adresser le bon message au bon interlocuteur : conseils et retours d'expérience.
- Créer ses propres listes via Google Ads ou Analytics pour affiner le remarketing.

Optimiser ses ressources tout en améliorant ses performances

- Enchères automatiques, annonces responsives et campagnes DSA (Dynamic Search Ads) : gagner en efficacité.
- Lancer des campagnes test, établir des règles automatiques et des scripts pour cadrer l'automatisation de ses campagnes.
- Choisir entre internalisation ou sous-traitance : audit, élaboration du cahier des charges, suivi, coûts et préconisations.
- Maîtriser Google Editor pour créer et modifier ses annonces en masse.

Suivre ses conversions et piloter sa stratégie SEA efficacement

- Sélectionner les métriques à surveiller et mettre en place un tracking fiable : critères et points de vigilance.
- S'appuyer sur les recommandations pour améliorer taux d'optimisation.
- Définir son besoin pour choisir le bon outil : historique, prévisualisation annonces, simulateur enchères, exclusion IP.
- Appréhender Google Data Studio pour se construire un tableau de bord clair, fiable et automatisé.
- Maîtriser son budget et faire des arbitrages d'investissement grâce à ses tableaux de suivi.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Certification Professionnelle Responsable Référencement (1 jour)

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel ISM Responsable Référencement attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ – OPQF.

INTERVENANTS

NICOLAS VIDAL

Anne Marie DEVILLERS

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

LIEUX ET DATES

À distance

02 mai au 08 juil. 2022

04 oct. au 09 déc. 2022