

# Optimiser le référencement naturel (SEO)

## FONCTIONNEMENT ET ENJEUX DU SEO

Les enjeux du SEO pour l'entreprise  
Différence entre SEO et SEA  
Le fonctionnement des moteurs de recherche et l'adaptation nécessaire des sites web  
PageRank  
Quels critères SEO à prendre en compte ?

## FAIRE UN AUDIT GLOBAL DE LA VISIBILITÉ DE SON SITE INTERNET

Structuration du contenu  
Rechercher les mots-clés pertinents  
Analyse de la sémantique

## OPTIMISER SON SITE POUR LE SEO

Rédiger un contenu optimisé pour les moteurs de recherches  
Les bonnes pratiques sur l'optimisation technique  
Améliorer les performances de son site internet

## DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE NETLINKING

Comprendre les enjeux du netlinking  
Liens externes / internes  
Lien avec les réseaux sociaux

## SUIVRE LES INDICATEURS CLÉS DE SUCCÈS

Pourquoi analyser et suivre ses actions SEO ?  
7 indicateurs clés à suivre  
Suivi du positionnement  
Analyse des visites et du trafic  
Performance sur mobile  
Analyse du contenu dupliqué  
Taux de rebond et durée des visites  
Indexation des pages  
Backlinks / netlinking

## OUVERTURE SUR LES NOUVELLES TENDANCES DU SEO

Les outils de veille  
Développer le contenu pour mobiles  
Importance de l'expérience utilisateur  
Optimisation de la recherche vocale  
Penser au référencement local

## RÉFÉRENTS PÉDAGOGIQUES

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...

## OBJECTIFS

Comprendre le fonctionnement du SEO et l'impact du référencement naturel pour sa communication  
Définir une stratégie et mettre en place les actions ciblées pour des résultats rapides  
Définir et piloter des indicateurs de performance

## PRÉ-REQUIS

Être à l'aise avec Internet et avoir des notions en communication.

## PUBLIC

Chef(fe) d'entreprise, entrepreneur(e), responsable webmarketing, toute personne en charge de la communication digitale

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

**AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER**  
Test de positionnement  
Recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

## PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives  
Apports théoriques (10%) , mises en pratique (70%) et échanges (20%)

## APRES LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Possibilité de contacter le formateur pendant 2 mois [formateur@naxis.fr](mailto:formateur@naxis.fr)

## RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, cas pratiques

## ÉVALUATION

**Évaluation des compétences**  
Cas pratiques  
**Évaluation de la formation**  
Questionnaire de satisfaction  
Bilan du formateur

## VALIDATION

Attestation de fin de formation  
Attestation de présence  
Validation des compétences

## MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

## DATES

Voir planning