Comment référencer et améliorer l'efficacité commercial de son site internet initiation

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Utiliser un ordinateur et naviguer sur internet
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge du site internet de l'entreprise souhaitant améliorer sa visibilité
Intervenants	Formateur issu de la bureautique, communication et/ou webmarketing
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Exercices pratiques d'applications, nombreux exemples.

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les axes d'amélioration de son site internet et mettre en place les actions d'optimisation
- Appliquer les techniques qui renforcent la visibilité et la notoriété de son site
- Mettre en œuvre des actions pour augmenter le nombre de visiteurs

PROGRAMME

JOUR 1 :

Introduction au référencement

- La définition du référencement
- Les objectifs de référencement
- Comprendre le comportement des internautes qui effectuent des recherches sur Google
- Être mieux placé que ses concurrents
- Augmenter le trafic d'un site internet
- Les différentes sources de trafic
- Les liens directs
- Les liens externes
- Les requêtes sur les moteurs de recherche

JOUR 2 :

Les moteurs de recherche

- Les moteurs de recherche : aux USA – en France
- Le crawling
- L'analyse de la page
- L'indexation
- Traitement des requêtes
- Concurrents
- Complexité

Améliorer les taux de transformation

- Le référencement naturel
- Le référencement universel
- L'achat des liens