



## Programme de formation

Version 3 – 01.05.2022

### “Initiation au référencement organique pour les moteurs de recherche – SEO ”

Savoir référencer et optimiser le positionnement d'un site web sur les moteurs de recherche

## 1. Objectifs

La formation a pour objectif d'apprendre à auditer un site web et déterminer une stratégie de référencement naturel lui permettant d'acquérir le meilleur positionnement possible dans les résultats des moteurs de recherche.

A la fin de la formation, l'apprenant sera capable de :

- ✓ Comprendre les enjeux stratégiques du SEO dans l'entreprise
- ✓ Pratiquer et apporter les manipulations nécessaires à l'optimisation de la visibilité d'un site sur les moteurs de recherche.

Et plus précisément :

- ✓ Réaliser un audit SEO d'un site web
- ✓ Identifier les optimisations techniques à effectuer sur le site
- ✓ Choix des mots clés et analyse sémantique
- ✓ Rédaction Web et contraintes SEO
- ✓ Élaborer une stratégie de Netlinking

## 2. Public visé et prérequis

✓ **Public visé** : cette formation s'adresse à des étudiants, des auto-entrepreneurs ou des salariés en reconversion, ou en poste désirant se reconvertir ou faire évoluer leurs compétences dans les disciplines d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO – Search Engine Optimisation).



✓ **Prérequis** : maîtriser l'usage du français à l'oral comme à l'écrit et témoigner d'un intérêt certain pour l'écosystème numérique ; également s'assurer que l'apprenant a à sa disposition un site web ou un blog lui permettant l'application des exercices pratiques SEO ; ainsi que d'un ordinateur PC ou Mac et d'une connexion internet suffisante. Le navigateur Google Chrome doit également avoir été installé.

### 3. Contenu de formation

#### Méthodes d'apprentissage utilisées :

- Expositive : apports théoriques par l'animateur et à l'aide de supports de formation
- Active : les apprenants travaillent sur des exercices concrets liés à leur profession
- Démonstrative : la formatrice fera une démonstration des concepts théoriques évoqués
- Participative : apports théoriques et pratiques sous forme d'échanges entre le stagiaire et le formateur



## **Module 1 : Les moteurs de recherche et leur fonctionnement.**

### **Les bases SEO**

Ce module d'initiation permet d'acquérir les bases de compréhension de l'écosystème des moteurs de recherche, le fonctionnement des algorithmes et le principe d'architecture des sites web.

#### **1 Comprendre les moteurs de recherche**

- Les mécaniques de fonctionnement des moteurs de recherche
- Les principes de crawl, D'indexation et de ranking
- L'architecture de la SERP

- Exercices :

- Analyse de cas concrets de sites web et de la SERP



## Module 2 : Les piliers fondamentaux du SEO

Au cours de ce module, les participants apprendront à identifier les trois piliers principaux du SEO, ainsi que les bonnes pratiques de construction et l'optimisation d'un site web selon chaque pilier.

### 1 Le pilier sémantique en SEO

- Comprendre le mode de fonctionnement des algorithmes
- Focus sur Google Panda et Google Colibri
- Comprendre le principe de l'analyse sémantique
- La recherche de mots clés
- L'architecture "On-page" dans le SEO
- Les règles à suivre pour un bon contenu SEO friendly

- Cas pratique "Site au choix" : Via l'outil Semrush. Auditer l'aspect sémantique du site d'un point de vue SEO et déterminer les optimisations/actions à apporter.

### 2 Le pilier technique en SEO

- La notion de HTTPS et des certificats SSL
- La notion du "Site Speed"
- Les robots .TXT et sitemaps
- Les structures URL
- Contenus dupliqués et balises "Canonical"
- La notion des données structurées.
- Les statuts codes

- Cas pratique "Site au choix" : Via l'outil Semrush et webpagetest.org . Auditer le volet technique du site et déterminer les optimisations/actions à apporter.

### 3 Le pilier de notoriété en SEO

- Le principe du netlinking
- La notion du "link signal" et du score d'autorité
- Les ancres



- Les liens néfastes “ Bad links”
- Analyse des liens
- Link building

- Cas pratique “Site au choix” : Via l’outil Semrush et [webpagetest.org](https://webpagetest.org) . Auditer le volet de notoriété du site et déterminer les optimisations/actions à apporter.

## **Module 3 : SEO local et UX expérience**

Ce module permet d’apprendre à auditer un positionnement SEO local et à identifier les core web vitals liés à l’expérience utilisateur SEO.

### **1 Introduction au SEO local**

- Liens locaux et citations
- Contenu local
- Les autres facteurs locaux

Cas pratique “Site au choix” : Via l’outil Semrush. Auditer le positionnement local et les facteurs de ranking local du site.

### **2 UX et SEO : introduction aux “Core Web Vitals”**

La place de l’expérience utilisateur dans le SEO  
Définir et identifier les Core Web Vitals

Cas pratique “Site au choix” : Via l’outil Semrush et [webpagetest.org](https://webpagetest.org) . Auditer le volet CWV du site et déterminer les optimisations/actions à apporter.

Quiz d’évaluation des acquis



## 4. Moyens prévus

### **Moyens pédagogiques :**

Présentation théorique : Google Slide et PDF  
Exercices (détaillés dans le contenu de formation)  
Cas pratiques  
QCM  
Debriefing

L'apprenant aura à sa disposition le support de présentation Google Slides présenté par le formateur ou la formatrice ainsi que sur des fiches d'exercices, et documents utilisés au cours de la formation qu'ils pourront réutiliser dans un cadre professionnel.

Les axes de la formation portent l'emphase sur un aspect pratique : le stagiaire devra réaliser un audit en fil rouge et établir un diagnostic accompagné de propositions opérationnelles, à l'issue desquels aura lieu systématiquement un débriefing.

### **Moyens techniques dans le cadre de la FOAD :**

Formation à distance animée par le biais de l'outil Google Meet

Equipement d'un ordinateur ou tablette  
Connexion internet  
Connexion  
Lien Google Meet (visioconférence)  
Lien Google Drive (contenus et documents)

### **Moyens techniques dans le cadre d'une formation présentielle :**

Equipement d'un ordinateur  
Connexion internet  
Connexion à Hubspot  
Lien Google Drive (contenus et documents)



### **Rappel des méthodes d'apprentissage utilisées :**

- Expositive (théorique)
- Démonstrative
- Participative
- Active (cas pratique, mise en situation réelle)

### **Moyens permettant le suivi et la sanction de la formation**

**Suivi de l'exécution** : chacun des stagiaires devra signer numériquement une feuille de présence pour attester de sa présence aux sessions de formation. Un suivi de chaque stagiaire aura lieu sur trois mois à l'issue de la formation avec un accompagnement individuel pour leur permettre de poser des questions dans le cadre d'incompréhension liée à la formation (échanges par emails ou entretien téléphonique/visio de 20 minutes)

**Sanction** : une attestation de formation sera remise à l'issue de la formation

**Dispositifs d'évaluation pendant et après la formation** : cas pratique, évaluation des acquis notés et feed-back

### **Activités pédagogiques et leur durée moyenne :**

Pour chacun des stagiaires, les différents exercices listés prennent :

- 30 min pour la réalisation des quiz / QCM,
- 5 min de prise en compte du brief
- 40 min pour l'audit
- 20 min pour l'élaboration d'une proposition opérationnelle



## 5. Formateurs

Assistance technique et pédagogique :

**Adeline Niémaz,**

- **Consultante en Inbound Marketing, spécialiste de l'acquisition de leads et d'automatisation de processus commerciaux et internes**

Formatrice titulaire d'un Master 2 Commerce, spécialisation Management Entrepreneurial d'EDC Paris, ayant occupé des postes à responsabilité dans les domaines de la vente et du marketing digital - notamment directrice commerciale et marketing et membre du comité de pilotage pédagogique d'un organisme de formation pendant près de 2 ans. Actuellement enseignante et intervenante en écoles d'enseignement supérieures depuis 3 ans, et gérante d'une société spécialisée dans la transformation digitale des entreprises.

**Jeremy Rak**

**Business developer chevronné (8 ans d'expérience), consultant en optimisation commerciale et en référencement naturel**

Formateur titulaire d'un Master 2 en management d'Audencia Nantes, ayant été directeur d'un organisme de formation pendant 6 ans, et commercial à temps plein depuis 3 ans, expert en techniques d'argumentation dans l'art de la vente, consultant en positionnement professionnel en accompagnement au retour à l'emploi.

### **Évaluations qui jalonnent ou concluent l'action de formation**

Evaluation en début de formation :

- o Entretien préalable avec le stagiaire

Evaluation pendant la formation :

- o Un exercice dédié sera réalisé pour chaque chapitre abordé
- o Un exercice global sera effectué sur un site en ligne réel. Ce dernier abordera l'ensemble des chapitres abordés en même temps.
- o Mise en situation de restitution d'audit et propositions opérationnelles
- o QCM visant à évaluer la maîtrise de l'ensemble des connaissances





acquises lors de la formation

Une évaluation par le formateur aura également lieu lors du débriefing de chaque exercice. Un QCM est soumis au stagiaire à la fin des 14h de formation sur lequel il disposera de la capacité de s'autoévaluer.

## 6. Durée, période de réalisation et modalités de déroulement

Durée totale de la formation : la formation dure 15 heures 30, répartie en trois demi-journées respectives de 4h, et une demi-journée de 4h30. Le reste de la formation sera composée d'exercices pratiques entre les modules.

Horaires : 9h-12h30 et 13h30-17h selon le module

**Prix de l'intégralité de la formation HT par stagiaire : 490 € \***

**Frais de dossier HT par stagiaire : 100€ \* permettant la réservation de votre formation, non remboursable.**

*\*TVA non applicable dans le cadre de la formation professionnelle continue (exonération de TVA)*

Rythme : discontinu

Modalité de déroulement : en FOAD en visioconférence de groupe, 4 à 10 personnes par formation. La formation est donnée à distance en recréant les mêmes conditions qu'une salle de classe présentielle, et adaptée à la visioconférence.

Lieu de formation : Google Meet, le lien de la visioconférence (transverse aux modules) sera transmis aux stagiaires lors de l'envoi de la convocation.

Modalité d'accès : inscription jusqu'à 5 jours ouvrés avant la formation, via le site internet ou par email [adeline@agence-up2you.fr](mailto:adeline@agence-up2you.fr)

Accès PSH : veuillez nous contacter pour nous faire part de votre besoin afin que l'on puisse discuter des modalités pour adapter la prestation

Lieu de formation : lien Google Meet et accès à la formation via Google Classroom