



## Formation SEO : optimiser le référencement de votre site web

**Durée** : 14 heures  
relation client

**Certification** : BTS négociation et digitalisation de la

**Prix** : 1650

**Référence** : 2101119

<b>Catégorie</b>	Communication et Marketing
<b>Sous-catégorie</b>	Réseaux sociaux et CM
<b>Pour qui ?</b>	Chefs de projet, webmasters, développeurs, designers ou toute personne liée au développement et à la promotion d'un site web
<b>Prérequis</b>	Connaissances de base des concepts et technologies web
<b>Objectifs pédagogiques</b>	<p>Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche          Mesurer l'audience de son site          Maîtriser les techniques d'optimisation de son référencement naturel          Accroître la notoriété de son site avec le référencement payant          Passer la certification TOSA</p>
<b>Contenu de la formation</b>	<p>RAPPELS SUR LE WEB          Les serveurs Web (Apache, IIS)          Le protocole HTTP          HTML et XHTML          Les tests de validation et les enjeux sur le référencement          L'accessibilité          Travaux pratiques : créer et auditer des métatags, audit de conformité XHTML</p> <p>MOTEURS DE RECHERCHE          La popularité          Classifier des réponses          Le langage de recherche</p>

<p>Les principes de positionnement Comprendre la recherche Les mots-clés Les mises à jour d'algorithme Google Mayday, Panda, Penguin et Colibri Google + et le référencement : authorrank et author ship Travaux pratiques : référencer sur des moteurs de recherche, annuaires, zones dédiées</p> <p><b>AUDIT ET REFERENCEMENT</b> Le tableau de bord de suivi L'audit par mots-clés Les outils de Google Adwords : affiner les mots-clés Le PageRank et le TrustRank : mesurer la popularité et la confiance du site Définir un plan d'action et le budget Les partenaires Travaux pratiques : mettre en oeuvre un audit</p> <p><b>TECHNIQUES DE REFERENCEMENT</b> La soumission, l'indexation, le positionnement La fréquence L'utilisation des balises : titres, images, liens, URL... Les SEO : Search Engine Optimizer Les outils de référencement automatique : limites et coûts Le paiement au clic Les liens sponsorisés Mesurer le taux de transformation d'une campagne L'offre des sites Google et Bing L'achat de mots-clés Le référencement et les réseaux sociaux (Facebook, Google +, partage de vidéos) Travaux pratiques : mettre en oeuvre des techniques, réécrire du contenu</p> <p><b>OPTIMISER LE SITE WEB</b> L'intégration de multimédia, Flash, JavaScript, Frames</p>
--

	<p>L'optimisation : MetaTag, Tag (url, alt, title...) L'impact des technologies riches (Ajax, Flash, SilverLight) et web 2.0 sur le référencement Travaux pratiques : mettre en oeuvre et analyser sur les sites existants</p> <p>ACCROITRE LA POPULARITE DU SITE : CAMPAGNES DE PUBLICITE WEB Le référencement dans les stores Les principes de promotion dans l'Appstore et Google Play La présentation des offres Adwords et AdSense Le budget La création et l'optimisation de la campagne L'utilisation des gadgets, des offres cartographiques (maps) et Local Business L'usage des espaces vidéos, newsletters, forums, jeux... Travaux pratiques : mettre en place une campagne Google AdWords et définir un plan d'animation</p>
<b>Suite de parcours possible</b>	<p>Référencement web Chef de projet web Concepteur(rice) web Consultant(e) projets web UX designer Web designer Web designer Spécialiste référencement</p>
<b>Éligible au CPF</b>	Oui

## FINANCEMENTS

OPCO  
OPCA  
FAF  
Pôle Emploi  
La Région



## CONTACTS



**IFFP - Tour Belvédère SPACES**  
**1 Cours Valmy 92 800 Puteaux**



**01 80 88 44 55**



**administration@iffp.pro**