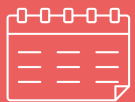




LE DIGITAL À PORTÉE DE CONNAISSANCE

Améliorer la visibilité d'un site internet de TPE/ PME grâce au référencement naturel (SEO)



4 jours / 28 heures de formation
En présentiel ou à distance



3 à 6 participants



Pour les dirigeants de petites ou moyennes entreprises, ainsi qu'aux collaborateurs et collaboratrices de TPE/PME en charge de la communication ou du marketing de leur structure.



300€ HT/ jour en inter
Tarifs intra sur demande



Financement possible par les OPCO,
FAF et Pôle emploi
Éligible au CPF



Formateurs experts (plusieurs
années d'expérience)

ORAKA

47 cours le Rouzic
33100 Bordeaux (Bastide)

www.oraka.fr

05 32 96 00 22

contact@oraka.fr

Qualiopi
processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Formation certifiante éligible au
Compte Personnel de
Formation (CPF)



Certification délivrée
par La WAB

Organisme de formation
certifié

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- ✓ Auditer le référencement naturel d'un site internet
- ✓ Identifier et hiérarchiser des axes d'amélioration du référencement naturel d'un site internet, en adéquation avec les moyens d'une TPE/PME
- ✓ Identifier des opportunités de mots clefs et de requêtes stratégiques pour une TPE/PME
- ✓ Elaborer un planning éditorial en fonction des objectifs de développement commercial d'une TPE/PME
- ✓ Optimiser l'arborescence d'un site internet en utilisant la méthode des silos
- ✓ Améliorer le maillage interne des pages d'un site internet
- ✓ Rédiger des pages optimisées pour le SEO
- ✓ Développer une stratégie de liens externes au site internet (netlinking) pour une TPE/PME
- ✓ Sélectionner et utiliser des outils d'analyse et de mesure du référencement naturel d'un site internet
- ✓ Piloter dans la durée une stratégie d'amélioration continue du référencement naturel

LES ATOUTS D'ORAKA

- ◆ Des formations pratiques : vous travaillez sur votre projet, avec des actions concrètes à mettre en place
- ◆ Des formateurs experts : les formations sont dispensées par des professionnels ayant plusieurs années d'expérience. Ils ont travaillé sur des dizaines de cas clients et apportent les outils et les éclairages propres à leurs pratiques.
- ◆ Des petits groupes : de 3 à 6 personnes, pas une de plus !
- ◆ Des formations certifiées de qualité : le centre de formation est référencé QUALIOPI. La formation est certifiante, éligible au CPF.
- ◆ Un centre de formation central : nous sommes situés dans le centre de Bordeaux, à la Bastide.
- ◆ Le petit déjeuner est offert : parce qu'on apprend mieux après avoir mangé un bon croissant.

LE PROGRAMME

PHASE 1

Auditer le référencement naturel d'un site Internet

Comprendre le référencement naturel

- Le référencement naturel c'est quoi ?
- Comment fonctionne Google ; ses objectifs et critères d'évaluation

Auditer le référencement naturel d'un site internet (principes théoriques et outils d'analyse employés)

- Analyse des performances et identification des erreurs techniques
- Analyse de la popularité
- Analyse des contenus

PHASE 2

Élaborer un plan éditorial défini en fonction des objectifs de développement commercial de l'entreprise

Définir les objectifs de développement commercial de l'entreprise

- L'entreprise et son marché
- Analyse des concurrents
- Les objectifs marketing / communication
- Les cibles (personae)

Définir les objectifs du site internet (en lien avec les objectifs de développement de l'entreprise)

- Lister les objectifs et les prioriser
- Définition d'une stratégie de mots-clés en lien avec les objectifs du site internet
- Qu'est-ce qu'un mot-clé ?
- Analyse des positions des concurrents
- Recherche de requêtes à potentiel et listing dans un tableau (volume / intérêt)
- Sélection des mots-clés à positionner sur le site internet dans le but d'en améliorer la sémantique ou
- positionner l'entreprise lorsqu'elle ne l'était pas
- Listing des types de contenus à produire pour positionner l'entreprise sur le mot-clé sélectionné
- (page, article, fiche produit, FAQ...)

LE PROGRAMME (SUITE)

PHASE 3

Optimiser l'arborescence d'un site Internet

Élaborer une stratégie éditoriale visant à la création continue de nouveaux contenus

- Comprendre l'intérêt de la création permanente de contenus et s'organiser dans la création de contenus

Être en capacité de concevoir et optimiser l'arborescence d'un site internet

- Principes théoriques relatifs à l'arborescence d'un site (silo, intitulés de menus, cocons sémantiques...)
- Décliner l'arborescence d'un site existant
- Identifier les points d'amélioration d'une arborescence existante

Concevoir une arborescence à haut potentiel d'indexation

Optimiser le maillage interne d'un site internet

- Les différents types de liens
- Le maillage interne
- Corriger un lien en erreur (réécriture, redirection, erreurs...)

PHASE 4

Rédiger une page optimisée pour le SEO

Initier la rédaction d'un contenu accessible et lisible

- La lecture sur écran
- Comment améliorer la lisibilité d'un contenu?
- Comment améliorer le niveau d'accessibilité d'un contenu et le tester?

Être en capacité de s'auto-évaluer

Optimiser son contenu pour le référencement naturel

- Exploration sémantique autour du mot-clé visé, densité de contenu et maillage
- Code HTML : métadonnées et balises à connaître
- Le référencement des images
- Les mauvaises pratiques (black hat) auxquelles être vigilant
- Être en capacité de s'auto-évaluer

LE PROGRAMME (SUITE)

PHASE 5

Mettre en place une stratégie de netlinking

Comprendre et maîtriser le principe de netlinking

- Origine et définition du netlinking

Les différents profils de liens existants (origine + follow/nofollow + degré opti seo du lien)

Mettre en œuvre une stratégie de netlinking

- Identifier la répartition des profils de liens du site existant
- Définir un plan d'amélioration de la popularité du site
- Annuaires
- Sites partenaires
- Articles invités
- Commentaires des forums
- Achat de lien

Aborder le netlinking dans un écosystème plus vaste

- SEA (sélections et achats de mots-clés, rapport génération de trafic / taux de conversion)
- SMO (liens à destination et en provenance des réseaux sociaux)
- Référencement local (Google my business...)

PHASE 6

Piloter et contribuer à l'amélioration continue du référencement naturel d'un site Internet

Mettre en place une approche d'amélioration continue pour un site internet

- Comprendre l'importance de la mise en place d'actions sur le long terme
- Identifier et appréhender les outils d'analyses existants pour suivre l'indexation, le

positionnement et la popularité d'un site internet

Initier le pilotage de l'amélioration continue du référencement naturel d'un site internet

- Tableau de bord :
 - Trafic (nombre de VU, Visites ...)
 - Contenu (suivi du positionnement des mots clés)
 - Popularité (citation flow, trust flow)

INFORMATIONS PRATIQUES

Pré-requis :

La certification s'adresse à des professionnels issus de TPE ou PME, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mails, traitement de texte, paiement en ligne...). La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évalués lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification. Un dossier de candidature à la certification, renseigné par l'Organisme Partenaire est ensuite complété et transmis à l'organisme certificateur (La WAB) pour validation.

Moyens pédagogiques :

Présentiel : la formation est dispensée, dans une salle équipée du matériel pédagogique nécessaire : vidéoprojecteur, paperboard, ...
Poste informatique fourni sur demande.

À distance : la formation est dispensée via le logiciel Zoom, avec le formateur en direct, dans les mêmes conditions qu'en présentiel.

Modalités d'évaluation

EVALUATION :

Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique d'optimisation du référencement naturel d'un site internet de TPE/PME. Le candidat présente son travail sous la forme d'un dossier, comprenant un plan d'amélioration du référencement naturel d'un site, une proposition d'arborescence optimisée, un planning éditorial, une page web optimisée pour le référencement naturel et une stratégie de netlinking. L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une TPE/PME dans l'amélioration de la visibilité de son site internet. Lors de sa présentation orale, le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail pour arriver au résultat final.

Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

INFORMATIONS PRATIQUES

CONDITIONS DE RÉALISATION :

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de 2 semaines pour préparer sa soutenance. Ce temps de préparation préalable doit permettre au candidat de s'assurer d'avoir rempli tous les critères d'évaluation nécessaires à l'obtention de la certification.

Le jour de l'évaluation, le candidat a à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur, un vidéo-projecteur. La durée de sa soutenance est de 30 minutes. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant 10 minutes.

Délais d'accès

Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48h avant le 1er jour de la session de formation.

Accueil des publics

L'organisme de formation accueille tous les publics. En cas de demande spécifique, notamment pour des questions d'accessibilité, contactez Lucas : lucas@oraka.fr

La procédure de candidature à la certification

La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évaluées lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification.

Un dossier de candidature à la certification, renseigné par l'Organisme Partenaire est ensuite complété et transmis à l'organisme certificateur (LA WAB) pour validation.

Les compétences attestées par la certification

Compétence 1 : Auditer le référencement naturel d'un site internet, en analysant ses performances, ses contenus avec des outils spécifiques au SEO (PageSpeed, Search Console, Analytics, TextFocus...) et ses erreurs techniques, afin d'identifier les axes d'amélioration du référencement naturel d'un site Internet de TPE/PME.

Compétence 2 : Élaborer un plan éditorial en fonction des objectifs de développement commercial de l'entreprise, des positions occupées par les concurrents, et d'une recherche de mots clés stratégiques afin de produire des contenus à fort potentiel d'indexation et aussi de qualité pour les visiteurs d'un site.

Compétence 3 : Optimiser l'arborescence d'un site Internet, en appliquant la méthode des silos, en améliorant le maillage interne des pages, afin de permettre aux robots d'indexation (crawlers) des moteurs de recherche de comprendre plus efficacement les contenus proposés et de mieux les indexer.

INFORMATIONS PRATIQUES

Les compétences attestées par la certification

Compétence 4 : Rédiger une page optimisée pour le SEO, en positionnant le mot-clé principal dans le corps du texte et les métadonnées, en développant les champs sémantiques, en vérifiant la densité du contenu et en contrôlant le maillage, afin d'améliorer la position de la page web dans les résultats des moteurs de recherches (SERP).

Compétence 5 : Mettre en place une stratégie de liens externes au site Internet (netlinking), en créant des liens de redirection vers un site internet (backlinks) et en contrôlant les liens à destination ou en provenance des réseaux sociaux, afin d'accroître la notoriété du site et son trafic.

Compétence 6 : C6. Piloter l'amélioration continue du référencement naturel d'un site, en contrôlant ses indicateurs de performance, afin d'améliorer dans la durée ses positions dans les pages de résultat des moteurs de recherche (SERP) et ainsi générer davantage de trafic.

Référentiel de compétences

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
COMPÉTENCES	MODALITÉ D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>C1. Auditer le référencement naturel d'un site internet, en analysant ses performances, ses contenus avec des outils spécifiques au SEO (PageSpeed, Search Console, Analytics, TextFocus...) et ses erreurs techniques, afin d'identifier les axes d'amélioration du référencement naturel d'un site Internet de TPE/PME</p>	<p>Présentation orale de l'audit SEO d'un site internet de TPE/PME comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une analyse des performances et l'identification des points d'amélioration possibles en fonction des moyens de la TPE/PME - Une identification des erreurs techniques et le recensement des actions correctives possibles en fonction des moyens de la TPE/PME - Une analyse des contenus et l'identification des axes d'amélioration en fonction des moyens de la TPE/PME 	<p>Cr1.1. Le candidat a mené une analyse des performances et identifié au moins un point d'amélioration possible (chargement des pages, temps de réponse serveur, optimisation cache navigateur, popularité du site)</p> <p>Cr1.2. Le candidat a identifié des erreurs techniques (réécriture des URLs, liens cassés, anomalies relatives au responsive, manquements dans la structuration HTML) et a proposé au moins une action corrective</p> <p>Cr1.3. Le candidat a analysé les contenus du site et a listé au moins un axe d'amélioration (cohérence des mots clés, exploration sémantique, densité de contenu, ratio text/code, structuration et hiérarchisation des contenus, maillage interne et externe).</p> <p>Cr1.4. Les axes d'amélioration et actions correctives proposées sont hiérarchisés par ordre d'importance</p> <p>Cr1.5. Les axes d'amélioration et actions correctives proposées sont réalistes au regard des moyens humains et financiers de la TPE/PME concernée</p>
<p>C2. Élaborer un plan éditorial en fonction des objectifs de développement commercial de l'entreprise, des positions occupées par les concurrents, et d'une recherche de mots clés stratégiques afin de produire des contenus à fort potentiel d'indexation et aussi de qualité pour les visiteurs d'un site</p>	<p>Présentation orale d'un plan éditorial défini à partir des objectifs d'amélioration des contenus du site Internet. Ce dernier comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs stratégiques de l'entreprise - les positions occupées et visées par les sites concurrents - les opportunités de mots clés sur lesquelles devront se baser / être retravaillés les contenus du site. 	<p>Cr2.1. Le candidat a listé les objectifs de développement commercial de l'entreprise</p> <p>Cr2.2. Le candidat a listé et hiérarchisé les opportunités de mots clés et requêtes pour l'entreprise</p> <p>Cr2.3. Le candidat a analysé correctement les positions des sites concurrents sur les mots clés et requêtes les plus importantes et stratégiques pour la TPE/PME concernée.</p> <p>Cr2.4. Des axes d'amélioration des contenus déjà présents sur le site internet sont proposés</p> <p>Cr2.5. Le candidat a détaillé des actions à mettre en œuvre (rédaction articles de fond, livre blanc, netlinking, refonte de landing pages...) en lien avec les opportunités identifiées</p>

Référentiel de compétences

<p>C3. Optimiser l'arborescence d'un site Internet, en appliquant la méthode des silos, en améliorant le maillage interne des pages, afin de permettre aux robots d'indexation (crawlers) des moteurs de recherche de comprendre plus efficacement les contenus proposés et de mieux les indexer.</p>	<p>Le candidat présente et commente une arborescence optimisée pour le référencement naturel du site web de la TPE/PME concernée.</p>	<p>Cr3.1. La structure du site et la hiérarchisation des catégories et sous-catégories est améliorée en appliquant la méthode des silos.</p> <p>Cr3.2. Des liens internes de qualité sont produits : mise en place de liens ascendants, mise en place de liens proches sémantiquement, densification des liens dans les contenus...</p> <p>Cr3.3. Le candidat a identifié et corrigé les éventuels liens en erreur.</p>
<p>C4. Rédiger une page optimisée pour le SEO, en positionnant le mot-clé principal dans le corps du texte et les métadonnées, en développant les champs sémantiques, en vérifiant la densité du contenu et en contrôlant le maillage, afin d'améliorer la position de la page web dans les résultats des moteurs de recherches (SERP).</p>	<p>Le candidat présente et commente une page web qu'il a optimisée pour le référencement naturel en s'appuyant sur un mot ou une requête clef stratégique pour la TPE/PME concernée.</p>	<p>Cr4.1. Un mot-clé principal unique pour la page a été sélectionné.</p> <p>Cr4.2. La page rédigée comprend au moins 300 mots.</p> <p>Cr4.3. Le candidat a indiqué les métadonnées (meta title, meta description).</p> <p>Cr4.4. Le candidat a respecté la structure HTML et intégré les balises appropriées (Hn, alt, li, a...).</p> <p>Cr4.5. Les champs sémantiques sélectionnés sont correctement développés.</p> <p>Cr4.6. La méthode de la pyramide inversée est appliquée.</p>
<p>C5. Mettre en place une stratégie de liens externes au site Internet (netlinking), en créant des liens de redirection vers un site internet (backlinks) et en contrôlant les liens à destination ou en provenance des réseaux sociaux, afin d'accroître la notoriété du site et son trafic.</p>	<p>Le candidat présente et commente une stratégie de netlinking (développement de liens externes au site Internet) pour le site internet, en fonction des objectifs fixés par la TPE/PME.</p>	<p>Cr5.1. Le candidat propose au moins une action visant à recueillir des backlinks (liens provenant de sites tiers et redirigeant vers le site de la TPE/PME).</p> <p>Cr5.2. Les backlinks proposés sont en cohérence avec l'activité de la TPE/PME.</p> <p>Cr5.3. Les liens à destination ou en provenance des réseaux sociaux sont correctement vérifiés.</p>
<p>C6. Piloter l'amélioration continue du référencement naturel d'un site, en contrôlant ses indicateurs de performance, afin d'améliorer dans la durée ses positions dans les pages de résultat des moteurs de recherche (SERP) et ainsi générer davantage de trafic.</p>	<p>Présentation orale du cadre nécessaire au pilotage de l'amélioration continue du référencement naturel du site depuis des outils d'analyse / des tableaux de bord.</p>	<p>Cr6.1. Le candidat a sélectionné et présenté des outils d'analyse (Google Analytics, Google Search Console, UbbberSuggest ou équivalent) sur lesquels il s'appuie pour juger de la pertinence des mots clés choisis et de l'évolution de la visibilité du site internet de la TPE/PME dans le temps.</p> <p>Cr6.2. Le candidat argumente avec pertinence sur les conditions d'un pilotage SEO réussi.</p>