

# Formation semestre 2- Stratégie de référencement sur le Web

Montpellier

## Dates et durée de la formation

**Durée** : 2 jours

**Date(s)** :

18 décembre (Nombre total d'heures de formation : 7)

## Public cible

Chefs de projet, Webmester, développeurs, designers, toutes les personnes liées au développement et à la promotion d'un site Web

### Tarif de la formation :

**209 € net de taxes pour les salariés de droit public.** Tarif susceptible d'être minoré en fonction du nombre de participants.

**0 € pour les salariés de droit privé (pour les structures à jour de leur contribution auprès de l'OPCO).**

Formation faisant l'objet d'un financement spécifique de la branche. Son coût n'impacte pas l'enveloppe structure. Merci d'attendre l'envoi de la convocation de la part du CRT pour aller saisir votre demande (obligatoire mais sans incidence financière) sur le site de l'AFDAS.

## Objectifs

Anticiper les nouveautés (recherche locale, les algorithmes,...)

- Connaître le fonctionnement d'un moteur de recherche
- Analyser votre positionnement à l'aide d'outils pratiques et gratuits
- Capacité à travailler sa stratégie de référencement
- Analyser vous-même la pertinence des mots clés et les cocons sémantique à utiliser
- Savoir rendre populaire & viral vos contenus
- Comprendre l'intérêt du travail sur écosystème autour et sur son site web (net linking et cross linking)
- Capacité à maximaliser les bonus et minimiser les malus
- Maîtriser les outils d'analyse et de suivi

## Pré-requis

Bonnes connaissances d'Internet en général

Sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication

Contribuer régulièrement à un site Internet Touristique et à un début d'optimisation SEO

### Matériel stagiaire

Il est recommandé que les stagiaires puissent venir avec leur propre ordinateur avec un WIFI actif

## Intervenants

**Arnaud MAES, Web2 Conseil & Formation / Id Rézo**

Expert en e-tourisme, il conseille et forme les professionnels du tourisme sur les problématiques liées au digital marketing , à la visibilité sur le web , à la gestion des médias sociaux et à la rédaction sur le web. Il a à son actif de nombreuses interventions en formation **auprès** des CRT sur cette thématique. Il accompagne de nombreuses entreprises et institutions du monde du tourisme dans des approches web marketing et sur la mise en place d'outils simples, gratuits, faciles d'utilisation et vite opérationnels... Titulaire d'un Doctorat sur les médias sociaux, il enseigne en tant que Professeur Associé à l'Université de Montpellier. Il dirige le master 1 & 2 marketing du sport, loisir et tourisme à Montpellier Management

### Tarif de la formation :

**209 € net de taxes pour les salariés de droit public.** Tarif susceptible d'être minoré en fonction du nombre de participants.

**0 € pour les salariés de droit privé (pour les structures à jour de leur contribution auprès de l'OPCO).**

Formation faisant l'objet d'un financement spécifique de la branche. Son coût n'impacte pas l'enveloppe structure. Merci d'attendre l'envoi de la convocation de la part du CRT pour aller saisir votre demande (obligatoire mais sans incidence financière ) sur le site de l'AFDAS.

## Contenu de la formation

### J1: AM

#### Appréhender les enjeux du numérique

- > Les tendances du moment
- > Les comportement de lecture
- > Mobile-first,
- > My business, Destination, local Guide, Facebook City Guides et Tripadvisor, AirnB Expérience versus SEO
- > Rendre populaire ses contenus

#### Les techniques pour augmenter sa visibilité sur le Web

- > Fonctionnement d'un moteur de recherche
- > Outils Google incontournables (Google My Business, Google webmaster Tools)
- > La cohérence de sens : liens internes et externe dans l'écosystème

### J1: PM

#### Les trois types de critères de pertinence pour les moteurs de recherche

- > « on page » « off page » et « on site»
- > Focus sur les critères one page et off page
- > Comment choisir ses expressions stratégiques (cocon sémantique)
- > Outils : SimilarWeb, SEO frog, Woorank, Dareboost, Yooda Insight, Google Trends, Webmaster tools
- > Utiliser les avis comme sources d'identification de son univers sémantiques
- > Renforcer l'autorité de ses pages et/ou domaine
- > Suivi, les statistiques & le ROI

- **Nombre de personnes** : 12
- **Code action** : 24007