

# COMMENT OPTIMISER SON REFERENCEMENT GOOGLE ?

## OBJECTIFS

- Être visible sur le moteur de recherche de Google
- Prospector
- Générer du trafic
- Générer des leads et / ou des ventes
- Évaluer la performance de son site web

## PUBLIC VISE

Dirigeants et responsables communication, marketing, ressources humaines, emploi/formation des entreprises de la Distribution et de la Transformation des Métaux.

## DUREE ET METHODES PEDAGOGIQUES

La formation sera organisée sur 1 journée (soit 7h00).

Méthodes pédagogiques

- Présentation interactive
- Ateliers en groupe
- Exercices de mise en pratique

Matériel pédagogique

- La FFDM est équipée d'un pack visioconférence doté d'un écran 75 pouces HD 4K avec caméra et barre de son intégrées
- Accès à internet (wifi)
- Tableau blanc

## NOMBRE DE PARTICIPANTS

10 personnes maximum

## PRE-REQUIS

Bonne connaissance des fondamentaux d'internet (ne convient pas à un débutant).  
Connaissance basique du référencement.

## DATE & LIEU

Date : à la demande

Lieu de formation : FFDM, 65 avenue Victor Hugo, 75116 PARIS

[Accéder au plan d'accès à la FFDM \(lien\)](#)

## FORMATEUR

Catherine HEADLEY, Stratégiste digital (expert en acquisition et stratégie digitale et en référencement).

Lien LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/catherineheadley/?originalSubdomain=fr>

## EVALUATION

Exercices pratiques permettant de valider les acquis

Questionnaire de validation des acquis

Questionnaire de satisfaction

## COÛT

550 € net de taxes (déjeuner inclus)

## ACCESSIBILITE

Nous accordons une grande importance à ce que toutes les personnes puissent accéder à nos formations dans les meilleures conditions. Nous nous adaptons afin de prendre en compte toutes les situations de handicap. Si vous souhaitez nous communiquer une situation de handicap, merci de contacter notre référent handicap, [Emmanuel Brault](#). Notre référent administratif, [Marie Gouillart](#), se tient également à votre disposition.

Nos locaux se situent au premier étage et sont accessibles par ascenseur. La salle de formation, le lieu de restauration ainsi que les sanitaires se situent au même niveau. Nous disposons également d'un matériel pédagogique (pack visioconférence) pour suivre nos formations à distance dans les meilleures conditions.

## HEBERGEMENT

Vous trouverez les coordonnées des hôtels très proches de la FFDM (moins de 5 mn) auprès desquels nous avons négocié un tarif préférentiel.

Hôtel Victor Hugo\*\*\*\* – 19 rue Copernic -75116 Paris - Tél : 01 45 53 76 01

Réservation sur le site internet : <https://victorhugohotel.com/fr/> en indiquant le **code promo** « **FFDM** » pour bénéficier du tarif préférentiel de la période à partir de 185 € (voir pour le détail : [tarifs préférentiels FFDM 2023](#)). Ce tarif comprend le petit déjeuner, l'accès à la salle de fitness et hammam de 7h00 à 22h00.

Hôtel Le Pastel\*\*\* - 79 rue Lauriston - 75116 Paris – 01 45 53 41 15

Réservation sur le site internet : <http://www.hotelpastelparis.com> en indiquant le **code promo** « **FFDM** » pour bénéficier du tarif préférentiel de la période à partir de 150 € (voir pour le détail : [Tarifs préférentiels FFDM 2023](#)). Ce tarif comprend le petit déjeuner.

## AVIS SUR LA FORMATION

Cliquez pour accéder aux indicateurs de performance.

# COMMENT OPTIMISER SON REFERENCEMENT GOOGLE ?

## PROGRAMME DETAILLE

1. Comprendre les algorithmes de Google et leurs évolutions
2. Déterminer les landing pages du site web en fonction des objectifs marketing
3. Par landing page :
  - a. Définir les requêtes de positionnement en fonction de la demande, de la concurrence et des opportunités SEO / trouver les « related Keywords » associés.
  - b. Utilisation des outils SEO de sémantique
  - c. Définir le champ sémantique de l'entreprise
4. Les différents critères de référencement à prendre en compte :
  - a. L'accessibilité web : le web pour les non-voyants
  - b. La performance
  - c. La sécurité
  - d. Optimiser le crawl budget : structure du site web / sitemap XML et Fichier Robots.txt
  - e. L'expérience utilisateur
    - i. Structure de l'arborescence
    - ii. Écriture des urls
  - f. Le balisage
  - g. La mobilité
  - h. Le SEO local & optimisation Google My Business
  - i. Les opportunités offertes par Google
5. Comment optimiser la création de contenu ?
  - a. La structure
  - b. La qualité vs quantité
  - c. Les requêtes de positionnement (mots clés)
  - d. Les partages
  - e. Mettre en place un planning rédactionnel
  - f. Contenus vidéo
6. Créer de la popularité
  - a. Sites référents
  - b. Influenceurs
  - c. Réseaux sociaux
  - d. Campagnes Google Ads
7. KPI : Suivi SEO et Optimisations régulières
  - a. Suivi via Google analytics
  - b. Suivi via la search console
  - c. La boîte à outil pour mesurer
8. Synthèse : créer un cahier des charges SEO