



CONSEIL – DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS – SITE INTERNET
SUPPORTS DE COMMUNICATION – VIDÉO – IDENTITÉ VISUELLE

17 Rue du Port, 27400 Louviers – Tél. 02 85 29 54 74 – t.dudouit@ocean-communication.fr

OCÉAN COMMUNICATION PROGRAMME « Être visible sur Google »

Optimisation du site web de l'entreprise (SEO) grâce à des pratiques simples à mettre en place – Étude du référencement naturel SEO et de son pendant payant SEA, Fiches GMB

→ Pour qui ?

Commerçants et entrepreneurs locaux, gérants d'entreprises et responsables web. De manière plus générale, tous les professionnels qui souhaitent avoir une visibilité en ligne de leur point de vente ou entreprise.

→ Prérequis ?

- Maîtriser la navigation sur le web
- Être à l'aise avec les outils et le jargon du numérique
- Assurer la gestion d'un site en ligne

→ Modalités de réalisation et d'accès

- Formation réalisable **en présentiel** sur site ou **à distance** à l'aide l'outil Microsoft TEAMS
- A la signature de la convention, la formation peut être réalisée (sans obligation) sous **48H** selon vos disponibilités et celles de nos formateurs
- Cette formation est **accessible aux personnes en situation de handicap (voir fiche d'accessibilité en annexe)**, des aménagements spécifiques peuvent être mis en œuvre sur demande en prenant contact avec nous.

Au terme de la formation, une attestation de formation sera remise au stagiaire avec ses résultats aux évaluations des différents modules suivis

→ Contact

Responsable de formation :

Pierre Frechon

p.frechon@ocean-communication.fr

02 32 61 36 17

→ Prix

Commande minimum de 1 module

90€ HT par heure de formation pour 3 personnes maximum. Nous contacter si plus de stagiaires.

Soit à partir de 270€ HT par module

→ PROGRAMME DE LA FORMATION

Module 01 – Référencement du site

- 60 % des utilisateurs cliquent sur l'un des 3 premiers résultats de recherche (source : <https://www.searchenginejournal.com/seo-guide/seo-statistics/>)
 - 1ère position dans les résultats de recherche de Google = 23.5 % de taux de clics en 2017 (source : <https://www.wiredseo.com/mobile-marketing-statistics-2017/>)
-

Module 02 – Google My Business

- 72 % des consommateurs, qui effectuent une recherche locale, visitent un magasin à moins de 8 km de leur emplacement actuel
 - 4 consommateurs sur 5 utilisent les moteurs de recherche pour trouver des informations locales (Source : https://think.storage.googleapis.com/docs/how-advertisers-can-extend-their-relevance-with-search_research-studies.pdf)
-

Module 03 – Référencement payant

- 75 % des consommateurs préfèrent des publicités personnalisées en fonction de leur lieu de résidence (Source ; https://think.storage.googleapis.com/docs/how-advertisers-can-extend-their-relevance-with-search_research-studies.pdf)
 - Plus de 60 % des consommateurs ont utilisé des informations d'emplacement provenant d'annonces (Source : https://think.storage.googleapis.com/docs/how-advertisers-can-extend-their-relevance-with-search_research-studies.pdf)
-

Temps total : 9 heures

MODULE 01 – Référencement du site (SEO)

→ Compétences acquises par les apprenants

- Intégrer les mécanismes liés au référencement dans le cadre de la création de contenus
- Analyser et structurer un site dans le respect des normes de référencement
- Définir une stratégie de référencement
- Mettre en œuvre les bonnes pratiques à appliquer sur chaque site et page
- Réaliser un audit avec un outil informatique
- Analyser le résultat d'audit SEO

→ Contenu du module

- Introduction sur le référencement naturel pour comprendre le fonctionnement d'une recherche Google les évolutions du SEO et les tendances
- Sur quels outils on s'appuie : crawler de Google
- Explication de l'intérêt lié au SEO pour favoriser l'acquisition de trafic
- Focus sur le référencement naturel et ses éléments constitutifs : contenu du site, choix sémantiques, maillage interne, taux de rebond et tout ce qui peut favoriser la notoriété du site ?
- Focus sur les spécificités du SEO avec les nouveaux usages (social, local et mobile)
- Présentation des techniques à mettre en place : cocons, maillage, texte alternatif, netlinking, ...
- Exposition aux outils liés au SEO
- Astuces et best-practices pour lancer une stratégie de SEO

→ Éléments d'évaluation

- Entre 2 exemples présentés, l'apprenant distingue les éléments qui améliorent ou pénalisent le référencement d'une page ou d'un site.

Indicateur de validation : sont surlignés dans chacun des textes les éléments permettant d'identifier le bon et le mauvais référencement avec une marge d'erreur de 20 %

- Sur une page donnée, l'apprenant met en œuvre un audit SEO à l'aide d'un outil fourni dans un panel.

Indicateur de validation : le stagiaire récupère un rapport formaté par l'outil.

- L'apprenant analyse les résultats du rapport

Indicateur de validation : dans le rapport l'apprenant identifie les axes d'amélioration à mettre en œuvre sur la page.

→ Situation d'évaluation

Après une durée de 45 minutes d'analyse de 2 textes et d'une page web fournie par le formateur, l'apprenant a 15 minutes pour restituer à l'oral les résultats des 4 exercices composés de question visant à analyser le référencement de l'exercice présenté.

MODULE 02 – Google My Business

→ Compétences acquises par les apprenants

- Installer et paramétrer sa fiche Google My Business,
- Développer la visibilité de son entreprise au travers des outils Google My Business,
- Élaborer des fiches produits pour le catalogue de son entreprise,
- Réaliser et poster des publications depuis la plateforme Google My Business,
- Interpréter les résultats et données statistiques,

→ Contenu du module

- Présentation de Google My Business et de son interface
- Démonstration de l'intérêt de Google My Business pour les entreprises pour la visibilité,
- Processus de création et certification de la fiche d'information,
- Gestion des avis et retours clients sur la plateforme,
- Création des fiches produits et vente en ligne,
- Animation de la fiche et diffusion d'informations récentes.

→ Éléments d'évaluation

- Création et mise en place des informations pour une structure donnée.

Indicateur de validation : L'apprenant sélectionne les informations et éléments pour diffuser une information pertinente aux internautes.

- Élaboration de 5 fiches produits pour permettre la vente en ligne de produits d'une structure donnée.

Indicateur de validation : L'apprenant est à même de mettre en place tous les éléments constitutifs de 5 fiches produits à partir des informations données par le formateur avec une marge d'erreur de 20 %.

- Parmi 10 présentations d'entreprises, l'apprenant identifie les structures ayant mis en place une action de gestion de la fiche et sait mettre en avant les éléments probants.

Indicateur de validation : sont présentées les fiches d'établissement et les éléments permettant d'identifier la gestion de la fiche google My Business.

- Sur 3 exemples d'avis, l'apprenant propose une réponse argumentée en accord avec la communication de son entreprise.

Indicateur de validation : Les réponses ne comportent pas de faute d'orthographe, utilise les formules de politesse et mettent en avant une intégration des éléments mis en exergue par l'internaute.

- Avec des informations données par le formateur, l'apprenant sait comment intervenir sur la mise à jour de la fiche.

Indicateur de validation : la fiche d'établissement est mise à jour avec les informations demandées.

→ Situation d'évaluation

L'apprenant dispose de 60 minutes pour répondre aux consignes et exercices donnés.

MODULE 03 – Google Ads

→ Compétences acquises par les apprenants

- Développer une maîtrise opérationnelle des outils de la plateforme Google Ads
- Mener de façon autonome une campagne de référencement payant
- Appréhender le fonctionnement du référencement payant,
- Définir les objectifs liés à ce type d'actions,
- Retenir la stratégie de campagne liée à un objectif,
- Intégrer les principes liés à chaque type campagne, • Déterminer son budget quotidien et estimer le retour sur investissement,
- Paramétrer sa campagne Google Ads,
- Sélectionner les mots clés pertinents,
- Identifier les audiences et les comportements liés
- Optimiser les landings pages,
- Identifier les retours et pistes d'améliorations à mettre en place

→ Contenu du module

- Introduction au référencement payant
- Découverte de l'interface Google Ads
- Paramétrage d'une campagne : objectif, enchères, ciblage, audiences, ...
- Sélection des mots-clés
- Structurations des annonces et des extensions liées
- Sélection des réseaux de recherche à mobiliser
- Présentation des spécificités liées aux campagnes Display, Shopping, Youtube
- Présentation des outils liés (conversions et suivi)
- Rapports et analyse : comment faire et lire un relevé

→ Éléments d'évaluation

- L'apprenant met en ligne une campagne de référencement payant sur son profil Google Ads en mettant en lien les éléments liés à un contexte économique donné pour développer sa visibilité.

Indicateur de validation : La campagne mise en place par l'apprenant correspond aux consignes données en termes de sujet, ciblage et mots clés définies dans les consignes de l'exercice.

- L'apprenant a la capacité de faire un relevé de son action et interpréter les résultats pour améliorer son action.

Indicateur de validation : Les données extraites et mise en exergue par l'apprenant lui permettent de mettre à jour son action en tenant compte des données statistiques présentées.

→ Situation d'évaluation

L'apprenant dispose de 30 minutes pour mettre en place sa campagne et de 30 minutes pour analyser les résultats d'une campagne donnée par le formateur.