



REFERENCEMENT SEO & MARKETING DIGITAL

MAJ le 09/01/2024

Programme de la formation

PUBLIC : Toute personne souhaitant devenir autonome pour gérer son marketing digital et référencer au mieux son site internet dans les résultats des moteurs de recherche.

PRE-REQUIS : Connaissances de base d'un navigateur internet (Firefox, Google Chrome...).
Aucun pré-requis WordPress nécessaire.

SEANCES : 3 journées de 6h (9h30 à 12h30 et 13h30 à 16h30) - Les horaires peuvent varier.

MODALITES : Petit groupe de 4 personnes maximum ou séance individuelle (un programme sur-mesure vous sera envoyé). Un délai d'un mois peut être nécessaire entre la demande client et la mise en œuvre de la formation.

ACCESSIBILITE : Les formations ont lieu dans vos locaux ou l'un de mes lieux partenaires accessibles. Des aménagements peuvent être prévus en fonction de votre situation de handicap.

OBJECTIFS :

- Augmenter le trafic visiteurs sur votre site web à l'aide de techniques de référencement naturel (SEO) et payant (SEA) et d'une stratégie de marketing digital

MATERIEL NECESSAIRE : un ordinateur, connecté à internet

PROGRAMME

PASSER AU MARKETING ENTRANT

- Découvrir les nouveaux comportements des consommateurs sur internet
- Passer au marketing entrant (inbound marketing)
- Mettre en pratique les tunnels de conversion qui fonctionnent
- Être présent en omnicanal

HUMAN WEB Organisme certifié QUALIOPi pour ses Actions de Formation | EURL au capital de 1000 euros
SIREN : 892599242 | 9 rue Parrot 75012 PARIS | 06 83 03 89 67

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11930855693 auprès du préfet de région d'Île-de-France



REFERENCEMENT SEO & MARKETING DIGITAL

SAVOIR FAIRE SON REFERENCEMENT NATUREL

- Déterminer ses mots-clés (longue traîne)
- Mettre en pratique les techniques de référencement naturel gratuite SEO (Search Engine Optimization)
- Utiliser les outils Yoast SEO et SEMRUSH
- Suivre ses indicateurs SEO dans la Google Search Console

CREER UNE CAMPAGNE DE REFERENCEMENT PAYANT (SEA)

- Découvrir le Search Engine Ads (SEA)
- Créer une campagne Google Ads
- Vendre sur Google Shopping
- Utiliser Google Display (reciblage des prospects)

SUIVRE SES INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPI)

- Déterminer ses KPI (key performance indicators) pour mesure ses performances
- Adapter ses décisions marketing avec le suivi Google Analytics

ECRIRE POUR LE WEB

- Apprendre les bases du marketing de contenu (content marketing)
- Savoir écrire pour un blog, un site, les réseaux sociaux
- Créer une landing page (notamment page de publicité) efficace

EMAILING ET AUTOMATISATION

- Lancer des campagnes d'emailing
- Envoyer des emails efficaces
- Savoir quand utiliser ou non l'automatisation
- Découvrir le logiciel de suivi de relation client et automation marketing HUBSPOT