



Améliorer la visibilité d'un site internet grâce au référencement naturel (SEO)

Avant Propos

AKYOS COMMUNICATION

5 rue de Mayence 21000 Dijon

PROGRAMME D2.28-1

Délais de réponse : sous 5 jours

Délais de réalisation : à définir

Me contacter : 03 80 10 23 57 – secretariat@akyos.com

Services pratiques : Accès handicapé.

Transports en Commun : Accès handicapé, Arrêt de bus L3 ou F40 "Mayence"

Des lieux de restaurations pour le déjeuner sont situés à proximité de l'organisme de formation.

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
- Améliorer la pertinence et la qualité des contenus d'un site web en utilisant des outils liés à l'intelligence artificielle (IA)

- 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

Durée

21 H

Public visés

Cette certification s'adresse aux dirigeant-e-s 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.

Cette certification les amène à développer les compétences nécessaires pour analyser le positionnement d'un site web sur les moteurs de recherche et optimiser son référencement naturel, sans bagage préalable sur ce domaine, ni budget consacré. L'objectif est ainsi de permettre aux ressources humaines des TPE/PME d'améliorer par elles-mêmes la visibilité de leur site internet.

Modalités pédagogique

La formation "Améliorer la visibilité d'un site internet grâce au référencement naturel (SEO)" est dispensée selon les modalités suivantes :

- en présentiel dans nos locaux

Pré-requis de la formation

La certification s'adresse à des professionnels, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mails, traitement de texte,...). 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 notre organisme de formation est complété et transmis à l'organisme certificateur (LA WAB) pour validation.

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 notre organisme de formation est ensuite complété et transmis à l'organisme certificateur (LA WAB) pour validation.

Les compétences attestées par la certification

C1. Auditer le référencement naturel d'un site internet, en analysant ses performances, ses contenus, ses erreurs techniques et son accessibilité, afin d'identifier les axes d'amélioration du référencement naturel d'un site internet de TPE/PME.

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

C3. Optimiser l'arborescence d'un site Internet, en appliquant une méthode, 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.

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).

C5. Améliorer la pertinence et la qualité des contenus d'un site web en utilisant des outils liés à l'intelligence artificielle (IA) afin de mieux comprendre les intentions des utilisateurs, d'optimiser le contenu et de fournir une expérience utilisateur plus personnalisée.

C6. 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.

C7. 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.

Le programme de référence de la formation: 21H

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

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...)

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

3. Optimiser l'arborescence d'un site Internet

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...)

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

5. Améliorer la pertinence et la qualité des contenus en utilisant des outils liés à l'intelligence artificielle (IA)

Introduction à l'IA et à son application dans l'amélioration des contenus web

- Définition de l'intelligence artificielle
- L'impact de l'IA sur la création et la consommation de contenus web (avantages et inconvénients)

Découvrir les outils intégrant l'IA permettant d'améliorer le référencement naturel d'un site web

- Les outils pour générer automatiquement des contenus (Chat GPT, Jarvis AI ou équivalent...)
- Les outils pour analyser la concurrence (Surfer Seo ou équivalent...)
- Les outils pour analyser les comportements des utilisateurs (SemRush ou équivalent,...)
- Les outils pour optimiser les contenus pour les moteurs de recherche (RankIQ ou équivalent,...)
- Les outils pour rechercher des mots-clés pertinents (Ahrefs ou équivalent...)

Optimiser un contenu grâce aux outils intégrant l'intelligence artificielle

- Optimiser la pertinence et la qualité d'un contenu déjà existant sur le site internet grâce aux outils d'intelligence artificielle

6. 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 optimisation du lien)

Mettre en oeuvre 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 Business Profil...)

7. 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)

Les 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.

CONDITIONS DE RÉALISATION :

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de minimum 2 semaines pour organiser sa soutenance. Ce temps de préparation préalable permet au candidat de remplir 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.

Si l'enregistrement vidéo est délégué au candidat :

Le jour de l'évaluation, le candidat a à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur, un outil d'enregistrement vidéo (ex : Viméo, Vidyard, etc...). Le candidat enregistre une présentation orale de 30 minutes maximum durant laquelle il présente son projet à l'aide du livrable. Puis il transfère son enregistrement vidéo à l'organisme de formation.

Le 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, ses erreurs techniques et son accessibilité, 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 Pour chaque analyse, l'apprenant a relevé les bonnes pratiques liées à l'accessibilité web à mettre en oeuvre. 	<p>Cr1.1. Le candidat mène une analyse des performances et identifie 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 identifie des erreurs techniques et propose au moins une action corrective (réécriture des URLs, liens cassés, anomalies relatives au responsive, manquements dans la structuration HTML)</p> <p>Cr1.3. Le candidat analyse les contenus du site et liste 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. Le candidat propose des actions correctives permettant d'agir en faveur de l'amélioration de l'accessibilité web (texte alternatif sur les images, balisage, balise alt,...).</p> <p>Cr1.5. Les axes d'amélioration et actions correctives proposées sont hiérarchisés par ordre d'importance.</p> <p>Cr1.6. 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</p>	<p>Présentation orale d'un plan éditorial défini à partir des objectifs d'amélioration des contenus du site Internet.</p> <p>Ce dernier comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs stratégiques 	<p>Cr2.1. Le candidat liste les objectifs de développement commercial de l'entreprise.</p> <p>Cr2.2. Le candidat liste et hiérarchise les opportunités de mots clés et requêtes pour l'entreprise.</p>

<p>produire des contenus à fort potentiel d'indexation et aussi de qualité pour les visiteurs d'un site</p>	<p>de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Cr2.3. Le candidat analyse 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 détaille des actions à mettre en oeuvre (rédaction articles de fond, livre blanc, netlinking, refonte de landing pages...) en lien avec les opportunités identifiées.</p>
<p>C3. Optimiser l'arborescence d'un site Internet, en appliquant une méthode, 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. En fonction des objectifs de l'entreprise, la structure du site et la hiérarchisation des catégories et sous-catégories est améliorée en appliquant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la méthode des silos ou - la méthode de cocon sémantique <p>Cr3.2. Des liens internes de qualité sont produits soit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en appliquant la stratégie des silos : liens verticaux - en appliquant la stratégie de cocons sémantiques : logique de pages mères et pages filles. <p>Cr3.3. La densification des liens dans les contenus déjà existants est prévue dans le planning éditorial.</p> <p>Cr3.4. Le candidat identifie et corrige 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</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</p>	<p>Cr4.1. Un mot-clé principal unique pour la page est sélectionné. Il est en adéquation avec les objectifs visés par l'entreprise.</p>

<p>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>stratégique pour la TPE/PME concernée.</p>	<p>Cr4.2. La page rédigée comprend au moins 300 mots.</p> <p>C4.3. Le candidat indique les métadonnées (meta title, meta description).</p> <p>Cr4.4. Le candidat respecte la structure HTML et intègre 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>Cr4.7. Les ancres des liens sont optimisées et variées.</p>
<p>C5. Améliorer la pertinence et la qualité des contenus d'un site web en utilisant des outils liés à l'intelligence artificielle (IA) afin de mieux comprendre les intentions des utilisateurs, d'optimiser le contenu et de fournir une expérience utilisateur plus personnalisée.</p>	<p>A partir d'un contenu déjà existant sur le site internet de l'entreprise (page web ou article de blog), le candidat améliore l'écrit en utilisant des outils liés à l'intelligence artificielle.</p>	<p>Cr5.1. Le candidat réalise une étude de mots clés pour le contenu déjà existant visé à l'aide d'un outil lié à l'intelligence artificielle (Google Keyword Planner, SEMrush, Ahrefs ou équivalent)</p> <p>Cr5.2. Le candidat optimise le contenu visé en fonction des intentions des utilisateurs en utilisant un outil lié à l'intelligence artificielle (GPT-3, Jarvis AI ou équivalent)</p> <p>Cr5.3. Le candidat expose à l'oral les avantages, les inconvénients et les limites de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans une stratégie d'amélioration du référencement naturel d'un site internet.</p>
<p>C6. 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</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>Cr6.1. 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>sociaux, afin d'accroître la notoriété du site et son trafic.</p>		<p>Cr6.2. Les backlinks proposés sont en cohérence avec l'activité de la TPE/PME.</p> <p>Cr6.3. Les liens à destination ou en provenance des réseaux sociaux sont correctement vérifiés.</p>
<p>C7. 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>Cr7.1. Le candidat sélectionne et présente 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>Cr7.2. Le candidat identifie à minima 3 indicateurs clés (KPIS) à suivre. Ces indicateurs sont cohérents par rapport aux objectifs poursuivis par l'entreprise.</p> <p>Cr7.3. Le candidat argumente avec pertinence sur les conditions d'un pilotage SEO réussi.</p>

Source : <https://www.la-wab.fr/formation-seo-eligible-cpf-reconnu-par-l-etat>