

Optimiser le référencement de son site internet Les fondamentaux SEO & SEA

Objectifs de la formation :

- Comprendre les fondamentaux du SEO et savoir comment les appliquer concrètement au site pour améliorer son positionnement dans les moteurs de recherche.
- Savoir créer, gérer et optimiser des campagnes Google Ads pour booster les ventes, tout en les intégrant dans une logique complémentaire avec le SEO.

Public visé et pré-requis :

Dirigeant, responsable commercial ou communication en charge du développement de la communication sur internet.

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Nous contacter pour toute demande d'adaptation.

Pré-requis : Avoir une bonne pratique de l'environnement informatique et de la navigation sur internet.

Méthode pédagogique :

Formation en présentiel avec un formateur.

Notre formateur, consultant en stratégie digitale depuis 12 ans accompagne les TPE/PME dans le développement de leur présence en ligne.

Formation-action : chaque module fait l'objet d'une mise en pratique sur le projet professionnel des participants.

Approche collaborative.

Etudes de cas.

Travaux pratiques.

Evaluation :

Les acquis seront évalués par des cas pratiques et un QCM de fin de formation.

Durée :

14 heures.

Délais d'accès : de 7 jours à 3 mois selon le mode de financement.

Programme :

I. Maîtriser les bases du SEO pour développer la visibilité du site

1. Introduction au SEO

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche (Google principalement)
- Différence entre SEO et SEA
- Rôle du SEO dans une stratégie e-commerce

2. Les piliers du SEO

- SEO technique (structure, vitesse, mobile)
- SEO sémantique (contenu, mots-clés)
- SEO off-site (netlinking, notoriété)

3. Audit SEO simplifié du site

- Analyse de la structure actuelle du site lemanegestore.com
- Détection des points bloquants (vitesse, maillage, balises, etc.)
- Identification des pages à fort potentiel SEO

4. Recherche de mots-clés

- Identifier les requêtes cibles : produits, besoins, questions clients
- Outils gratuits et payants (Ubersuggest, Google Suggest, etc.)
- Construction d'une stratégie de mots-clés (courte traîne vs longue traîne)

5. Optimisation des pages produits et catégories

- Balises (title, meta description, H1, H2...)
- Fiches produits optimisées : contenu descriptif + champ sémantique
- Rédaction orientée client & moteur de recherche

6. Création et optimisation de contenu

- Pourquoi créer un blog ou une FAQ ?
- Planifier une stratégie éditoriale
- Exemples de sujets utiles au SEO

II. Mettre en place une stratégie SEA et combiner avec le SEO

1. Introduction au SEA et à Google Ads

- Définition du SEA
- Fonctionnement des campagnes Google (enchères, score de qualité, etc.)
- SEO vs SEA : complémentarité et synergies

2. Définir une stratégie d'acquisition SEA

- Objectifs : vente, trafic, notoriété ?
- Choix des types de campagnes : Search, Shopping, Display
- Identifier les produits stratégiques à promouvoir

3. Création d'une première campagne Google Ads

- Configuration d'un compte Google Ads (si besoin)
- Structure d'une campagne efficace
- Création d'annonces textuelles attrayantes
- Sélection des bons mots-clés (avec intention commerciale)

4. Focus sur Google Shopping pour e-commerce

- Comment fonctionne Google Shopping ?
- Flux produit (via WooCommerce / plugin comme Google Listings & Ads)
- Optimisation des titres, descriptions et images pour les annonces Shopping

5. Suivi et optimisation des campagnes

- Utiliser Google Analytics / GA4 pour suivre les performances
- Taux de clics, taux de conversion, coût par clic
- Optimiser en continu : A/B testing, exclusions de mots-clés, ajustements d'enchères

6. Créer une synergie SEO + SEA

- Utiliser les campagnes SEA pour tester des mots-clés avant de travailler le SEO
- Récupérer des idées de contenu via les performances des annonces
- Créer une stratégie de visibilité durable et évolutive

Conclusion & Plan d'action personnalisé

- Résumé des bonnes pratiques SEO et SEA
- Checklist de suivi SEO mensuel
- Idées de premières campagnes à lancer
- Objectifs de progression à 3 mois