# Référencement naturel et payant avec Google Ads et Analytics

**Public** Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...
**Pré-requis** Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)
**Durée** 21 heures (3 jours)
**Objectifs** Comprendre et améliorer votre visibilité sur Internet et principalement sur google. Utiliser le référencement naturel comme levier d'acquisition de visiteurs, leads ou clients. Comprendre et intégrer les algorithmes des moteurs de recherche, leurs fonctionnements et les adaptations nécessaires du site à ces algorithmes. Mettre en place une stratégie de liens efficace. Maîtriser les principaux outils de SEO SEA et SEM. Optimiser votre budget et vos mots clés, comprendre et améliorer l'utilisation de googledwords
**Formalisation à l'issue de la formation :** Attestation de fin de formation

## Le référencement naturel [SEO]

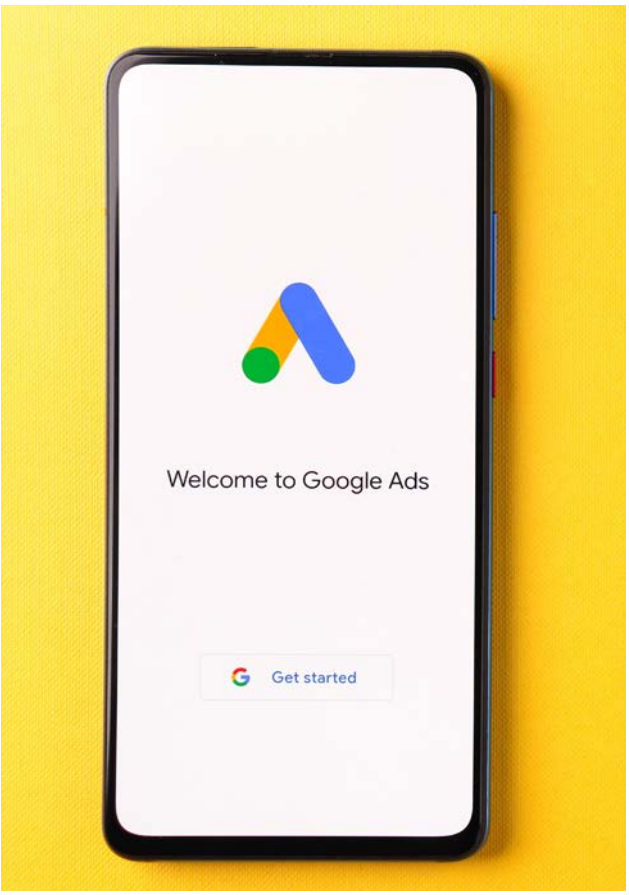
- Bien connaître les moteurs pour bien construire son contenu
  - L'indexation, les bots, les algorithmes, les moteurs et les métadonnées
  - L'approche marketing du référencement
- L'optimisation technique
  - Structures techniques des sites efficaces
  - La vitesse de site
  - La « responsivité »
  - Les outils de mesures de performance technique d'un site
  - Les pièges à éviter
- L'optimisation rédactionnelle
  - Maîtriser l'écriture d'un site web afin de bien le référencer
  - Les mots clés et la longue traîne
  - Contenu sémantique et méthode de rédaction des pages
  - Les modèles rédactionnels qui fonctionnent bien
- La popularité, le « Page Rank »
  - Qu'est-ce que le netlinking ?
  - Le maillage interne
  - Le cocon sémantique
- Comment obtenir des liens externes (annuaires, etc) ?

## Le référencement payant [SEA], Google Ads

- Les règles indispensables pour réussir une campagne AdWords
- La structure d'une campagne AdWords :
  - Compte, campagne, groupe d'annonces, annonce
  - Le tableau de bord
- Les différents types de publicités :
  - Search, display, shopping, etc
- Les paramètres de campagne
  - Budget, options de diffusion, réseau de diffusion, mode et cible
  - Campagne simplifiée, campagne standard et optimisation de campagne
- Fonctionnement du marché
  - La notion d'enchère, de placement et de qualité
  - Générateur de mots clés basé sur les recherches
  - La liaison avec Google Analytics
  - Les rapports personnalisés

## Google Analytics

- Les outils Google (Adwords, Adsense, Google Analytics)
- Le Tableau de bord de Google Analytics
- Le comportement des visiteurs
  - Analyse géographique, pages vues, temps passé, taux de rebond
- Fidélité des visiteurs
  - Dernière visite, durée, nb de pages vues
  - Équipement technique des visiteurs
  - Navigateurs, OS, débit
- Sources du trafic
  - Moteurs de recherche, visiteurs directs, sites référents
- Analyse du contenu
  - Pages les plus consultées, pages d'entrée et de sorties
  - Les rapports personnalisés




**Lieu de la formation :** 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel
**Nombre de stagiaires (si en session) :** 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire
1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur