

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Google et ses concurrents

- Statistiques sur les parts de marché
- Les facteurs-clés de positionnement qui ne risquent pas d'évoluer
- L'évolution des moteurs de recherche qui "respectent la vie privée"
- La part des moteurs nationaux
- La recherche interne et les chatbots : Amazon, Youtube, Airbnb, social search

2. Les mutations profondes à attendre en SEO

- Le syndrome du plateau : être prêt pour la baisse des CTR et stagnation du volume
- E-commerce et social commerce
- Voice search
- L'usage de l'intelligence artificielle et ce que change l'usage de ChatGPT

JOUR 2

3. Optimiser son SEO

- Les aspects techniques du référencement naturel (SEO) : critères techniques de crawlabilité et d'indexation
 - Méthode de collecte des intentions de recherche et des mots-clés
 - Bien écrire pour le web : les aspects sémantiques du SEO et le choix des bons mots-clés
 - Piliers UX, SEO local et backlinks
 - L'importance des images pour Google
- Atelier** : réalisation d'un audit technique SEO
Atelier : rédaction d'un contenu assisté par intelligence artificielle (IAG)

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 150 euros HT

INTERVENANTS

François DRAGON et **Clément BOURDON**, fondateurs de l'agence Webloom
Julien LAMOURET, fondateur - agence KWAN
Eric RENAUD, SEO Manager - la GrowthMachine

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

4. Optimiser son SEA

- Une simplification des outils en cours
- Atelier** : optimisation / création de campagne avec l'aide de l'IAG
- Les différentes présences proposées par Google et ses concurrents

5. Mesurer et tracker

- Définir son objectif de départ
- Vers un ciblage prédictif
- Le machine learning prend la main
- L'obligation de suivre les conversions pour tirer parti du machine learning

6. Atelier audit de son SEO/SEA

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour anticiper les changements du search organique et payant sur sa marque et ses produits

COMPÉTENCES VISÉES

- Analyser et optimiser ses résultats SEO et ses campagnes SEA
- Connaître les dernières tendances du SEA et du SEO
- Découvrir les plateformes concurrentes à Google et leur apport dans une stratégie digitale

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Toute personne amenée à gérer le référencement payant ou gratuit d'un site web

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

EN SUR PLACE OU À DISTANCE 

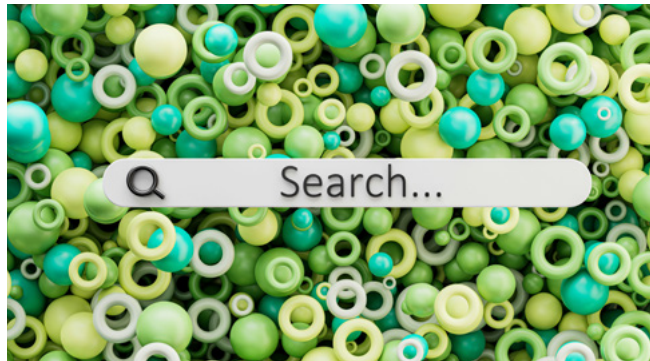


Photo par Alex Shuper sur Unsplash