

Optimiser son SEO et SEA grâce aux dernières tendances

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Google et ses concurrents traditionnels

- Parts de marché de Google et futur pour Gemini
- La recherche interne et les chatbots : Amazon, Youtube, Airbnb, social search
- Les facteurs-clés de positionnement qui ne risquent pas d'évoluer

2. Le succès de l'IA Search et la révolution du GEO / LLMO

- Ce que change l'usage de ChatGPT et des IA pour la recherche
- Ce que change l'arrivée de AI Overviews de Google
- Le syndrome du plateau : être prêt pour la baisse des CTR et stagnation du volume
- Le GEO / LLMO pour l'e-commerce et social commerce

JOUR 2

3. Optimiser son SEO et son GEO / LLMO

- Les aspects techniques du référencement naturel (SEO) et du GEO / LLMO : critères techniques de crawlabilité et d'indexation
- Méthode de collecte des intentions de recherche et des mots-clés
- Bien écrire pour le web : choix des 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

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 190 € HT

INTERVENANTS

Julien LAMOURET, CEO - Agence Kwan

Pierre AUBLET, Expert site et SEO - OVHcloud

Louis-Marie MOUTON, CEO - Digital-M

C.BOURDON et F.DRAGON, CEO - Webloom

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

4. Optimiser son SEA

- Choix des mots-clés, rédaction des annonces, landing page, stratégie d'enchère
- Multi-réseaux (Performance Max) et délégation de la gestion des campagnes à l'IA
- Atelier** : optimisation / création de campagne avec l'aide de l'intelligence artificielle
- 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 effets du changement du search organique (SEO, GEO / LLMO) et payant sur son trafic et ses conversions.

COMPÉTENCES VISÉES

- Analyser et optimiser ses résultats SEO, GEO et ses campagnes SEA
- Connaître les dernières tendances du SEA et du SEO - GEO / LLMO
- Découvrir les plateformes concurrentes à Google et leur apport

PRÉREQUIS ET PUBLIC

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

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

À SUR PLACE **OU** À DISTANCE



Photo de Lukas Müller sur Unsplash

CH:1 Stratégie marketing digital I DM7

Inscription, renseignements, intra ou sur mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu