

Fiche pédagogique

Communication digitale et référencement naturel sur Google

Type	Public	Pré-requis
Présentiel Inter entreprises	<ul style="list-style-type: none">• Commerçant.e, indépendant.e,• Chargé.e de communication,• Assistant.e marketing	<ul style="list-style-type: none">• Savoir lire, écrire et parler le français couramment,• Savoir faire une recherche Google.

Objectif global

Savoir définir son identité professionnelle, comprendre sa cible et sa concurrence et maîtriser les outils nécessaires (WordPress, Elementor, SEO) afin de mieux communiquer sur internet.

Lieu

Vingt Sept Invest - 49 rue Jules Guesde - 33800 Bordeaux.

Durée

12 journées de 8 heures, soit 96 heures - de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30.

Coût

3 000,00 € HT

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques en conditions réelles pendant toute la formation
- QCM final.

Sanction de la formation

A l'issue de la formation, l'apprenant se voit délivrer un certificat de réalisation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action, ainsi que les résultats de l'évaluation des acquis de la formation.

Modalités et délais d'accès

Contactez le responsable pédagogique au 06 18 45 75 93 ou par mail elemeur@mailo.com, afin de prendre rendez-vous pour valider l'adéquation de votre projet avec la formation. L'entretien téléphonique sera planifié, en moyenne, sous 2 jours ouvrés. La formation est généralement planifiée dans un délai de 4 semaines maximum.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Si vous êtes en situation de handicap, n'hésitez pas à contacter notre responsable handicap par mail elemeur@mailo.com, afin d'évaluer les adaptations nécessaires à apporter.

Méthodes pédagogiques et techniques

Diaporama, brainstorming, exercices pratiques sur des cas concrets.

Les moyens techniques nécessaires pour le bon déroulement de la formation :

- vidéo-projecteur ou grand moniteur,
- ordinateur connecté à internet,
- Nécessaire pour prendre des notes.

Les supports informatiques (Diaporama de présentation, QCM, ...)

Groupes limités à 6 personnes. Un nombre minimum de 1 participant(s) est requis

Formateurs

La formation est animée par :

- Alice GRATEAU, coach en communication et formatrice spécialisée dans les TPE,
- Emmanuel LE MEUR, coach d'entrepreneur, formateur WordPress et responsable pédagogique.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Communication digitale et référencement naturel sur Google

Objectif global

Savoir définir son identité professionnelle, comprendre sa cible et sa concurrence et maîtriser les outils nécessaires (WordPress, Elementor, SEO) afin de mieux communiquer sur internet.

Module 1 : Positionner son identité

Objectifs principaux

- Savoir définir son activité et ses services,
- Définir ses valeurs d'entreprise,
- Comprendre le langage de sa cible pour déterminer les mots clés impactants,
- Analyser ses concurrents pour mieux se positionner.

Durée

3 journées de 8 heures, soit 24 heures

Programme

Journée 1 : Définir son identité

- Accueil et présentation des participants,
- Définir sa vision à court / moyen / long terme,
- Définir la raison d'être de son activité : Le Quoi, le Comment, le Pourquoi,
- Définir son identité : adjectifs, valeurs, expertise, différences,
- Poser ses piliers,
- Bilan de la journée.

Journée 2 : Définir sa cible

- Définir son persona client :
 - Déterminer les caractéristiques de son client idéal,
 - Comprendre ses besoins et ses attentes,
 - Adapter son contenu et sa communication à son persona.
- Comprendre les besoins de ses clients :
 - Réaliser des études de marché,
 - Analyser les avis des clients,
 - Définir les points de douleur de ses clients.
- Comprendre le langage de sa cible et apprendre à anticiper ses potentiels blocages dans l'acte d'achat,
- Exercice 1 : définir un profil de cible pour identifier les leviers et potentiels blocages,
- Exercice 2 : faire une recherche sur un groupe Facebook avec ses propres mots clés pour voir s'ils correspondent au langage de la cible,
- Bilan de la journée.

Journée 3 : Analyser la concurrence

- Analyse de la concurrence :
 - Identifier ses concurrents,
 - Analyser leurs forces et faiblesses,
 - Définir sa stratégie de différenciation,
- Exercice 3 : réaliser une étude des outils digitaux utilisés par la concurrence,
- Questions/Réponses,
- Evaluation globale sous forme de QCM,
- Bilan du module de formation.

Module 2 : Définir son identité visuelle

Objectifs principaux

- Comprendre l'importance de l'identité visuelle dans la communication digitale,
- Savoir définir son identité visuelle et se démarquer de la concurrence.

Durée

2 journées de 8 heures, soit 16 heures

Programme

Journée 1

- Introduction sur l'importance d'avoir une identité visuelle,
- Comprendre ce qui constitue une identité visuelle :
 - focus sur le logo et la baseline,
 - bonnes pratiques dans le choix des couleurs,
 - bonnes pratiques dans le choix de la typographie,
 - focus sur les éléments graphiques,
- Exercice 1: Analyser l'identité visuelle d'un concurrent.
- Exercice 2 : Choisir un univers visuel grâce à l'atelier "Saisons",
- Exercice 3 : Faire un premier choix de couleurs grâce aux palettes,
- Bilan de la journée.

Journée 2

- Exercice 4 : Faire une première sélection de typographies grâce à Canva,
- Exercice 5 : Faire une première sélection d'éléments graphiques grâce à Canva,
- Exercice 6 : Rassembler ces éléments sur un Mood Board grâce à Canva,
- Correction d'un(e) stagiaire et feedback,
- Questions/Réponses,
- Evaluation globale sous forme de QCM,
- Bilan du module de formation.

Module 3 : Apprendre à créer son site professionnel avec WordPress et Elementor

Objectifs principaux

- Comprendre l'administration de WordPress,
- Savoir configurer le thème et les extensions d'un site WordPress,
- Etre capable de personnaliser les contenus et le design d'un site WordPress avec Elementor,
- Comment optimiser la configuration d'un site WordPress,
- Comment mettre en ligne WordPress sur un hébergeur.

Durée

3 journées de 8 heures, soit 24 heures

Programme

Journée 1

- Introduction à WordPress :
 - Qu'est-ce que WordPress ?
 - Les avantages de WordPress,
 - Les différents types de sites web réalisables avec WordPress,
 - Présentation de l'interface d'administration.
- Installation de WordPress et Elementor :
 - Installer WordPress,
 - Installer Elementor,
 - Activer le thème et les extensions nécessaires.
- Créer son premier site web :
 - Créer des pages et des articles,
 - Personnaliser le design du site,
 - Ajouter des images et des vidéos,
 - Gérer les menus et les widgets.
- Bilan de la journée.

Journée 2

- Personnaliser son site web avec Elementor :
 - Découvrir les différents widgets et templates d' Elementor,
 - Créer des mises en page complexes,
 - Utiliser les outils de design d' Elementor,
 - Optimiser le site pour les mobiles.
- Les widgets et les templates :
 - Présentation des différents widgets et templates disponibles,
 - Apprendre à utiliser les widgets et les templates pour créer des pages et des articles.
- Créer des pages et des articles :
 - Créer des pages et des articles avec Elementor,
 - Optimiser le contenu pour le référencement naturel,
 - Gérer les commentaires et les modérateurs.
- Bilan de la journée.

Journée 3

- Aspects légaux :

- Les mentions légales obligatoires,
- La politique de confidentialité,
- Les cookies.
- Hébergement et nom de domaine :
 - Choisir un hébergeur web,
 - Choisir un nom de domaine,
 - Configurer le nom de domaine avec l'hébergeur.
- La sécurité de son site web :
 - Choisir un mot de passe fort,
 - Installer un certificat SSL,
 - Paramétrer le plugin Wordfence.
- Les mises à jour :
 - Importance de maintenir son site web à jour,
 - Effectuer les mises à jour de WordPress, des extensions et du thème.
- Les sauvegardes :
 - Importance de sauvegarder son site web régulièrement,
 - Mettre en place un système de sauvegarde automatique.
- Questions/Réponses,
- Evaluation globale sous forme de QCM,
- Bilan du module de formation.

Module 4 : Apprendre les bases du référencement naturel (SEO)

Objectifs principaux

- Appliquer les bonnes pratiques du SEO sur son site web
- Améliorer le positionnement de son site dans les résultats des moteurs de recherche
- Suivre et analyser les performances de son site
- Identifier les leviers d'amélioration du référencement

Durée

4 journées de 8 heures, soit 36 heures

Programme

Journée 1: Introduction au SEO

- Introduction au SEO: Définition, enjeux et avantages,
- Les différents types de référencement: SEO, SEA, SMO,
- Fonctionnement des moteurs de recherche: Google, Bing, etc.,
- Les critères de 排名: Algorithmes, facteurs de pertinence et d'autorité,
- Audit SEO technique d'un site web: Analyse des erreurs et points d'amélioration,
- Optimisation du code source: Balisage HTML, vitesse de chargement, etc.,
- Optimisation des contenus: Mots clés, balisage Hn, structure des pages,
- Les liens internes et externes: Stratégie de netlinking,
- Bilan de la journée.

Journée 2: Optimisation du contenu

- Les mots clés: Recherche et sélection de mots clés pertinents,
- La rédaction SEO: Techniques pour optimiser le contenu,

- Le balisage Hn: Structure et hiérarchisation des titres,
- Les images: Optimisation du nom, du poids et de la balise alt,
- Le maillage interne: Création de liens pertinents entre les pages,
- Le netlinking: Acquisition de liens externes de qualité,
- Les meta descriptions: Rédaction de descriptions attractives,
- Les rich snippets: Enrichir les résultats de recherche,
- Bilan de la journée.

Journée 3: Mise en pratique sur un site WordPress avec Yoast SEO

- Installation et configuration de Yoast SEO,
- Optimisation des pages et des articles avec Yoast SEO,
- Utilisation des outils d'analyse de Yoast SEO: Analyse de la lisibilité, du contenu, etc.,
- Optimisation des images et des vidéos,
- Configuration du sitemap et du fichier robots.txt,
- Mise en place d'un suivi des performances SEO,
- Questions/réponses et cas pratiques,
- Bilan de la journée.

Journée 4: Suivi et analyse des performances

- Google Analytics: Présentation et configuration,
- Analyse des données de trafic: Sources, pages vues, taux de rebond, etc.,
- Création de rapports et tableaux de bord,
- Google Search Console: Présentation et configuration,
- Suivi des positions dans les résultats de recherche,
- Analyse des erreurs de crawl et d'indexation,
- Identification des leviers d'amélioration,
- Questions/Réponses,
- Evaluation globale sous forme de QCM,
- Bilan du module de formation.