

NOUVELLES TECHNOLOGIES ET COMPETENCES NUMERIQUES

Objectifs :

- *Augmenter la rentabilité de votre site avec un référencement performant et une ergonomie optimisée de vos pages web en maîtrisant le référencement naturel.*
- *Surveiller et mesurer l'e-réputation de votre entreprise/marque*
- *Optimiser les résultats de votre e-réputation*
- *Acquérir ou développer ses outils pour optimiser sa communication digitale*
- *Augmenter sa visibilité via les différentes techniques de web marketing*

Méthode Pédagogique :

- *Travail et ateliers collectifs essentiellement sur support informatique.*
- *Exposés théoriques et démonstration*
- *Application au travers de cas et exercices pratiques*

5.2.3 Référencement Internet & E-Réputation (2 jours)

a. Cadre de l'analyse :

- différence entre indexation, référencement et positionnement,
- moteurs de recherches, annuaires et algorithmes,
- les Sites référents : W3C, DMOZ...

b. Les différents types de présence sur Internet : le référencement et l'E-réputation :

- définitions,
- espaces de mise en œuvre : site internet, moteurs de recherche, réseaux sociaux, blogs,

Wiki &

- espaces collaboratifs, flux, forums, réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare...).

1. Le Référencement :

a. Les règles du référencement naturel (ou organique) : le SEO (Search Engine Optimization)

- comprendre Google,
- les outils Google : Google Search Console, Google Analytics, Google Tag manager,
- les concepts Google :PageRank, Trustrank, Sandbox...,
- les règles rédactionnelles et la hiérarchisation de l'information,
- la structure sémantique du web : densité et positionnement des mots, les balises « meta »,
- le choix de « mots clefs »,
- la notion de linking : liens internes, liens externes et ancrs,
- gérer ses url : url rewriting et url canoniques,
- les pénalités pour les mauvaises pratiques.

b. Les règles du référencement payant : le SEA (Search Engine Advertising)

- les outils de référencement payant Google : Google Adwords,

- le fonctionnement de Google Adwords : campagnes et groupes d'annonces, display et réseau de recherche, les extensions d'annonces.

c. Les autres espaces de référencement

- Google Adress,
- La marketplace de Google : Google Shopping.

d. Analyse et outils

- Présentation de Google Analytics,
- lier ses comptes Adwords - Analytics - Search Console - Tag Manager.

2. L'E-Réputation :

a. Notion de E-Réputation

- définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique | Personal-Pro Branding
- les différents types de présence
- les risques pour les entreprises

b. Contexte juridique

- droit de l'internet
- obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur)
- droit des personnes
- propriété intellectuelle
- droit de la concurrence
- droit de la Presse

c. Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression

d. Distinction Vie privée / Vie Professionnelle & E-Réputation

e. Méthodes ou outils de veille

- se créer une identité numérique & la valoriser
- veille
- effacer ses traces
- se renseigner sur ses interlocuteurs
- situations de crise et possibilités d'intervention

