Booster la visibilité de son site Internet et générer un trafic qualifié

Environnement digital - webmarketing - 2025

Objectifs :

Construire une stratégie de visibilité et de trafic
Comprendre et créer des contenus optimisés pour le référencement naturel
Créer et gérer des campagnes Google Ads
Mesurer les performances de son site internet avec GA4

Prérequis :

Avoir un site internet réalisé avec un CMS Open Source (Wordpress, Prestashop...)
Avoir un compte Google Analytics permettant de suivre le trafic du site
Avoir un compte Google Ads ouvert ou un moyen de paiement entreprise (CB) qui permettra d'ouvrir le compte

Participants :

Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine de l'environnement digital. Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 8 personnes.

1 480 €

Net de taxe par personne

N3 VISITE 24-A24

4 jours soit 28 heures

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Manager

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- mar 21 oct 2025, ven 24 oct 2025, jeu 06 nov 2025, jeu 13 nov 2025

Le contenu

1. Comprendre le référencement

Définition et lexique
Les enjeux du référencement
Fonctionnement des moteurs de recherche - L'algorithme Google
Résultats de la SERP et usages des internautes

2. Les fondamentaux du référencement

Les éléments du référencement : SEA / SEO / SMO
Contexte concurrentiel et données on site
L'importance de Google My Business pour le référencement local
Rôle du blog – zones tièdes, froides, chaudes
Cas du e-commerce

3. Auditer son site internet

Audit de référencement : stratégie, contenu, webdesign, navigation, fonctionnalités, technique
Les outils d'audit : alyze, yooda, sem rush, google search console
Analyse de l'audit et préconisations

4. Etudier ses mots clés

Les différents types de requête
L'étude des mots clés : évaluer l'intérêt
L'étude des mots clés : évaluer l'intensité de la concurrence
Les outils : Yooda, Planificateur de mots clés Google Ads

5. Sélectionner ses mots clés

Stratégie de mots clés : longue traine et courte traine
Pages piliers et cocons sémantique
Sélectionner ses mots clés et faire son plan de contenu

6. Rédiger un contenu optimisé pour le référencement

Rédiger pour susciter l'intérêt de l'internaute
Plan et règles de rédaction web
Rédiger « google friendly » : la chek list à respecter
Rédiger les métadonnées
Exercice de rédaction et correction

7. Les fondamentaux du référencement payant (SEA)

Principes du SEA / Avantages du SEA
Les différents types de campagne
Importance des mots clés
Système d'enchères
Le Qualitiy Score : lien entre mot clé, annonce, page d'atterrissage
Les indicateurs essentiels : CPC, CTR, Clics, Conversions, CPA

8. Découverte de l'interface Google Ads

Le mode expert : les différentes zones
La structure du compte et l'arborescence du compte
Comment organiser son compte

9. Créer une campagne Google Ads

Sélectionner les mots clés (plan) – les mots clés à exclure
Fixer le budget
Rédiger les annonces – Diagnostic des annonces, période d'apprentissage
Créer les composants
Paramétrer les recommandations automatiques
Contrôler les paramétrages de campagnes
Cas des balises de conversion

10. Mesure et optimisation d'une campagne Google Ads

Optimiser une campagne active : points de vigilance, récapitulatif des optimisations
Analyser les dépenses Google Ads : gestion de la facturation, optimisation des enchères
Lier Adwords et Analytics
Les rapports Adwords : extraction et analyse des KPI

11. Mesure de la performance du site

Quelles mesures pour quels objectifs ?
Mesure du trafic : Interface GA 4. Lexique GA4
Principaux KPI de mesure : volume de trafic, nouveaux visiteurs, origines de trafic, performance des contenus, points de vigilance
Mesure du référencement naturel (SEO): positions 'acquises, perdues », comparaisons avec les concurrents, métriques de la search console
Points de vigilance pour maintenir la performance : SEO / SEA
Outil de mise en forme des mesure : Looker Studio

Méthodes, moyens et suivi

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.
Une évaluation des acquis sera réalisée par le formateur.
Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.