

Deviens la marque que tout le monde trouve, sans avoir à la chercher.

Durée :

1 journée de formation (7h)

Présentiel : 9h > 12h30 - 13h30 > 17h

Distanciel : 4 x 1h45 sur 15 jours

Tarifs :

(6 participants maximums par formation)

Inter-entreprise : **550 € HT / participant ***

Intra-entreprise : **1 800 € HT / formation**

Formation sur mesure : [Nous contacter](#)

* boissons chaudes et déjeuner inclus.



Objectifs :

- _ Comprendre l'évolution du Search et des moteurs IA.
- _ Faire face à ses mutations et définir les grandes lignes de sa stratégie SEO en plaçant les utilisateurs au cœur de ses optimisations.

Prérequis :

Connaissance de Google Analytics et des principaux indicateurs, kpi de suivi digital.

Publics cibles :

Toute personne amenée à piloter et à améliorer les performances digitales de ses campagnes.

Formateur :

Issu de l'agence [Periscope](#), **spécialisé en référencement naturel**, le formateur dispose de plusieurs années d'expérience qu'il mettra à profit pour faire découvrir de façon didactique l'ensemble des opportunités offertes par les outils de collecte de données.

Informations pratiques :

Les formations sont dispensées dans nos bureaux de Paris (9ème) ou de Clermont-Ferrand.

Les formations intra-entreprise peuvent être dispensées dans les locaux de votre entreprise sur demande. Des frais de déplacement peuvent être facturés en sus.

Formation accessible aux personnes handicapées !
Nous contacter au [04 73 93 12 12](#) pour en savoir plus.

Programme de formation

Méthodes :

Pédagogie basée sur la pratique au travers de cas concrets et de retour d'expérience.

Pédagogie :

- _ Ateliers en intelligence collective
- _ Jeux ludo-pédagogiques
- _ Échanges de bonnes pratiques
- _ Entraînement par des mises en situation
- _ Support de formation téléchargeable

Évaluation & suivi :

- _ Émargement à la demi-journée
- _ Attestation d'assiduité
- _ Sondage entrant de compétence
- _ Quizz sortant d'évaluation



Cours théorique

1. Le Search en 2025

- _ Évolution du comportement utilisateur
- _ L'impact de l'IA générative sur le search
- _ Différence entre SEO et GEO

2. Fonctionnement des moteurs

- _ Moteurs de recherche : SEO
- _ Moteurs de réponse IA : GEO

3. Stratégie de contenu et de mots clés

- _ Définir ses objectifs SEO & GEO
- _ Comprendre ses personas et intentions de recherche
- _ Définir / redéfinir une liste de mots clés
- _ Segmentation idéale des contenus

4. La technique : favoriser l'accessibilité

- _ Optimisation du HTML et de pages SEO
- _ Temps de chargement et UX (Core Web Vitals)
- _ Autres éléments techniques

5. La popularité : crédibiliser votre visibilité

- _ Audit et stratégie de Linkbuilding
- _ Influence du comportement utilisateur sur le ranking

6. Analyse de la performance SEO : KPI clés

7. Les outils SEO/GEO

Exercices pratiques

_ **Analyser la composition d'une page de résultat de recherche** sur plusieurs mots clés de votre secteur et savoir comment se positionner, sous quel délais en fonction de la concurrence.

_ **Définir les principaux mots clés à travailler** en fonction de ses cibles.

_ **Adapter le contenu et la structure de son site internet** pour positionner les différents mots clés sur ses pages de contenu.

_ **Analyser les principaux points d'optimisation SEO technique** de son site internet.

_ **Optimiser le contenu d'une page** pour répondre à une requête.

_ **Auditer la popularité, le linking** de son site et de ses principaux concurrents organiques.

_ **Apprendre à utiliser la Search Console** et Google Analytics pour piloter les performances du SEO.