

RÉFÉRENCIEMENT ET E-RÉPUTATION



PARTICIPANT(S) :

Tout public.

PRÉREQUIS :

Avoir une culture du web et des connaissances informatiques

ORGANISATION :

Durée : 14 heures

Lieux : Campus du lac ou Campus de Libourne

INTERVENANT(S) :

Formateur expert sur les Réseaux sociaux et le Web.

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010
Code APE-NAF 8542Z
N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin – CS 31996 –
33071 Bordeaux Cedex
Tél. 05 56 79 52 00
campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder
33504 Libourne Cedex
Tél : 05 57 25 40 40
campus@formation-lac.com

CONTEXTE

Le référencement est l'ensemble des techniques web visant à augmenter la visibilité d'un site internet sur les moteurs de recherche comme Google. L'e-réputation, elle, est l'opinion (favorable ou non) que se fait le public sur une entité présente sur le web, que ce soit une personne physique ou morale.

Cette formation vous permettra de comprendre et développer la visibilité de votre entreprise en développant une stratégie pertinente.

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Comprendre les enjeux du web 2.0
- Savoir établir une stratégie de référencement en fonction de ses cibles, budget, besoins
- Développer et maîtriser l'image et la notoriété de son entreprise

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques. L'ensemble de la formation est proposé avec l'exposé de cas pratiques et adapté en fonction de vos besoins.

QCM + activité pratique

CONTENU DU PROGRAMME

REFERENCIEMENT INTERNET

Définitions

Moteurs de recherche, annuaires de recherche, métamoteurs, moteurs de moteurs de recherche ; Sites référents

Distinction indexation-référencement-positionnement

Bonnes pratiques de référencement naturel Choix de « mots clefs » ; Url, Balises, Densité, Organisation des contenus, liens internes, liens externes ; Contacts, recommandations, commentaires, annonces et actualités ; Lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...)

Techniques de référencement payant

Outils de référencement

Google : Adresse, Shopping, Images, Adwords, Pénalités Google

Analyse et outils

Les différents types de présence sur Internet | Entre référencement et E-Réputation Site Internet, Moteurs de recherche, Réseaux sociaux, Blogs, Wiki & Espaces collaboratifs,

Flux, Fora professionnels, Réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare ...), ...

Focus SEO

Focus Adwords

E-REPUTATION

Définitions

Visibilité / E-Réputation, Identité numérique, Personnel / Pro Branding

Les différents types de présence

Risques

Contexte juridique

Droit de l'internet, Obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur), Droit des personnes, Propriété intellectuelle, Droit de la concurrence, Droit de la Presse

Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression

Distinction Vie privée / Vie Professionnelle & E-Réputation

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

E-reputation de l'entreprise : voir, anticiper et réagir