

REFERENCEMENT INTERNET & E-REPUTATION

| | |
|--|---|
| PUBLIC CONCERNE | Toute personne désirant comprendre et optimiser référencement internet et e-réputation. |
| PRE-REQUIS | Une bonne pratique de l'environnement Windows est recommandée. Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les pré-requis. |
| DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION | 2 jours – 14 heures (8h30-12h / 13h30-17h) En présentiel. Dates en continu ou discontinu selon <u>le calendrier à consulter sur notre site</u> |
| OBJECTIFS DE LA FORMATION | À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de comprendre les bonnes pratiques pour optimiser un référencement dans les moteurs de recherche, s'approprier les autres réseaux de présence sur le web dont le social media, gérer sa e-réputation. |
| MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES | La formation est animée par un professionnel confirmé qui alterne apports théoriques et mise en pratique immédiate individuelle. Le nombre de participants par session est limité, ce qui assure un suivi personnalisé et une optimisation des acquis. Chaque participant dispose d'un ordinateur récent, d'une connexion Internet haut débit et d'une imprimante réseau. Remise d'un support de cours adapté. |
| EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION | <u>Attestation individuelle de fin de formation</u> comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur. <u>Bilan qualitatif</u> de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs. |
| QUALITE DES FORMATEURS | Formateurs professionnels expérimentés (<u>voir l'équipe pédagogique sur notre site</u>) |
| LIEU DE LA FORMATION | Formation réalisée au centre de formation, 3 Bd de Clairfont, Bât. H 66350 Toulouges |

PROGRAMME DETAILLE:

DEFINITION

Moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, méta moteurs, moteurs de moteurs de recherche
Sites référents

DISTINCTION INDEXATION-REFERENCEMENT-POSITIONNEMENT

BONNES PRATIQUES DE REFERENCEMENT NATUREL

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

TECHNIQUES DE REFERENCEMENT PAYANT

OUTILS DE REFERENCEMENT

GOOGLE :

Adresse,
Shopping,
Images,
Adwords,
Pénalités Google

ANALYSE ET OUTILS

LES DIFFERENTS TYPES DE PRESENCE SUR INTERNET | ENTRE REFERENCEMENT ET E-REPUTATION

Site Internet
Moteurs de recherche
Réseaux sociaux

Blogs

Wiki & Espaces collaboratifs

Flux

Fora professionnels

Réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare

...

NOTION DE E-REPUTATION

Définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique |

Personnal-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 PRIVEE / VIE PROFESSIONNELLE & E-REPUTATION

METHODES 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