

# RÉFÉRENCEMENT ET E-RÉPUTATION

Cette formation est destinée à toutes entreprises souhaitant gérer son image sur Internet et son e-réputation également améliorer son référencement sur les moteurs de recherche en particulier GOOGLE.

## OBJECTIFS

- Comprendre la notion d'e-réputation
- Savoir mettre en place des outils de veille
- Connaitre les techniques de référencement SEO - SEA

## PRÉREQUIS

Avoir un site Internet, une présence sur les réseaux sociaux et sur Google (fiche google MyBusiness)

## PUBLIC

Responsable marketing, responsable d'établissement, employé en communication

L'équipe FORMEDIA est particulièrement sensible à l'accueil et à l'adaptation des formations aux personnes en situation de handicap. Nous nous efforçons de répondre aux besoins de ce public avec attention et professionnalisme.

Contactez-nous pour plus de renseignements

## LIEU

Strasbourg

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Vidéos, PowerPoint, mises en situations.

## NOMBRE D'HEURES

2 jours (14h00)

9H00-12H00/ 13H30-17H30

## COÛT DE LA FORMATION

700 € HT

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- 12 stagiaires maximum
- Inter/ Intra - présentiel et ou distanciel.
- Après l'inscription, l'entrée à la formation se fera sous 1 mois maximum

## PROFIL FORMATEUR

Formateur pour adultes, consultant en formation Internet et Web 2.0

## DOCUMENTS REMIS AU STAGIAIRE

- Livret stagiaire
- Attestation individuelle de formation

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- QCM de 10 questions en fin de formation pour évaluer les connaissances et compétences acquises
- Exercices d'application : notation sur 10

# RÉFÉRENCEMENT ET E-RÉPUTATION

## PROGRAMME

### 1. DÉFINITION

- 1.1 Moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, métamoteurs, moteurs de recherche.
- 1.2 Sites référents.

### 2. DISTINCTION INDEXATION – RÉFÉRENCEMENT – POSITIONNEMENT BONNES PRATIQUES DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

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

### 3. TECHNIQUES DE RÉFÉRENCEMENT PAYANT OUTILS DE RÉFÉRENCEMENT GOOGLE SEO & SEA :

- 3.1 Adresse
- 3.2 Shopping
- 3.3 Images
- 3.4 Adwords
- 3.5 Pénalités Google

### 4. NOTION D'E-RÉPUTATION

- 4.1 Définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique | Personnel-Pro Branding.
- 4.2 Les différents types de présence.
- 4.3 Risques.
- 4.4 Contexte juridique.
- 4.5 Droit de l'internet.
- 4.6 Obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur).

### 4.7 Droit des personnes.

- 4.8 Propriété intellectuelle.
- 4.9 Droit de la concurrence.
- 4.10 Droit de la Presse.

### 5. ANALYSE ET Outils

### 6. LES DIFFÉRENTS TYPES DE PRÉSENCE SUR INTERNET, ENTRE RÉFÉRENCEMENT ET E-RÉPUTATION

- 6.1 Site Internet.
- 6.2 Moteurs de recherche.
- 6.3 Réseaux sociaux.
- 6.4 Blogs.
- 6.5 Wiki & Espaces collaboratifs.
- 6.6 Flux.
- 6.7 Fora professionnels.
- 6.8 Réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare ...)

### 7. SOURCES D'INFLUENCE, ACTEURS ET LIEUX D'EXPRESSION

### 8. DISTINCTION VIE PRIVÉE/ VIE PROFESSIONNELLE & E-RÉPUTATION

### 9. MÉTHODES OU OUTILS DE VEILLE

- 9.1 Se créer une identité numérique & la valoriser.
- 9.2 Veille.
- 9.3 Effacer ses traces.
- 9.4 Se renseigner sur ses interlocuteurs.
- 9.5 Situations de crise et possibilités d'intervention.