

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

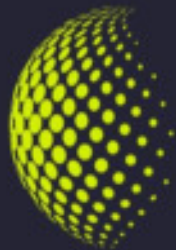
Formateur pour adultes, consultant en formation Internet et Web 2.0

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



RÉFÉRENCIEMENT ET E-RÉPUTATION

PROGRAMME

1. DÉFINITION

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

2. DISTINCTION INDEXATION – RÉFÉRENCIEMENT – POSITIONNEMENT BONNES PRATIQUES DE RÉFÉRENCIEMENT 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 RÉFÉRENCIEMENT PAYANT OUTILS DE RÉFÉRENCIEMENT 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 RÉFÉRENCIEMENT 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.

