

Votre contact pédagogique

AVERTY Camille
camille.averty@monatourisme.fr

Votre contact administratif

GARNIER Marie
marie.garnier@monatourisme.fr

Si vous êtes une personne en situation d'handicap, vous pouvez vous adresser par mail à Camille Averty camille.averty@monatourisme.fr ou par téléphone au 06 17 23 31 44. Nous aménagerons au mieux la formation.

LIEU : EN LIGNE

DATE (S) :

03/11/2021	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE
04/11/2021	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE
17/11/2021	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE
18/11/2021	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE

DURÉE : 4,00 jour(s), 14:00 heures

EFFECTIF : De 6 à 12 participants

PUBLIC : Responsable de communication, Chargé.e de communication, Community manager

PREREQUIS : Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication

FORMATEUR(S)/ TRICE(S) :

LUDOVIC RENOULT



Ressortissants AFDAS : 300 €/jour - Agents de la fonction publique territoriale : 135€/jour

CONTEXTE

Distinguer SEO, SEA, SEM, bien choisir son référencement naturel, utiliser de manière subtile le référencement payant, être bien positionné sur Google et les autres moteurs de recherche...

Voilà tout un tas de bonnes questions pour une entreprise/destination touristique !

Cela prend encore de sens à l'heure où la dé-googlelisation de la planète et la "stratégie de référencement local" se posent de plus en plus.

OBJECTIFS

Objectif professionnel :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'identifier la bonne stratégie de référencement sur ces dispositifs en ligne, d'appliquer un plan d'actions cohérent de sa présence en ligne, d'évaluer ses performances.

Objectifs pédagogiques de la formation :

Maîtriser les enjeux du référencement et les différentes « tactiques » pour rendre visible sa destination sur Google

Connaître les bonnes pratiques du SEO – « on page » (balises / contenus) et « off page » (net-linking)

Comprendre les possibilités offertes par Google Ads et être capable de dessiner une stratégie de référencement payant

PROGRAMME

- Les enjeux du référencement
- Le panorama des « tactiques » de référencement : SEO / SEA / référencement « local »
- La recherche mots-clés et la stratégie de référencement
- Le SEO « on page » : balises / contenus / technique
- Le SEO « off page » : net-linking et autorité
- Les particularités du SEO « local »
- Le SEA – stratégie Google Ads de destination
- Piloter son SEO avec Google Search Console

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apprentissage théorique, étude de cas pratiques, manipulation d'outils en ligne gratuits, exercices de mise en pratique seul ou en groupe

MODALITES D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis par un questionnaire à remplir en ligne