

FORMATION GOOGLE DIGITAL ACTIVE

2 : Se familiariser avec les moteurs de recherche :

Récapitulatif des recherches par Google.

Qu'est ce que les gens recherchent sur Google ?

En France TOP3 Recherche :

Attentat de Paris

Tour de France

Coupe du monde de rugby

Via Google Trends

Les moteurs de recherche : Google, Bing, DuckDuckGO, Yandex, Baidu...

Comment cela fonctionne ?

Avant la recherche :

- Suivi : explorer le web, collecter les données de ces pages. Le robot effectue cela.
- Indexation : créer une table des matières (pages, documents, fichiers...)

Après la recherche :

- Classement : classer les pages en fonction de la pertinence
- Affichage : montrer les résultats aux utilisateurs. SERP (Page de résultats de recherche)

Algorithmes des recherches : ils changent tout le temps.

3 : Immersion dans l'univers des réseaux sociaux

Le café de Paul :

Les moteurs de recherche sont utiles pour le café de Paul car :

Les clients peuvent trouver les produits et informations.

Paul peut cibler les clients qui recherchent déjà son café

SEO ou SEM :

SEM : liens sponsorisés, c'est quand vous payez pour que des liens vers un site s'affichent dans les résultats de recherche pertinents.

SEO : optimisation du référencement, améliore le classement d'un site dans les résultats de recherche naturelle.

Pourquoi c'est important :

64% du trafic vient des moteurs de recherche

La 1ère page génère 92% du trafic

Trouver les clients, atteindre le public plus facilement

—> Meilleur ROI

SEO : processus permettant d'améliorer la visibilité dans les résultats, sans payer de la pub

Objectifs et avantages :

- Etre en première page
- Augmenter le trafic
- Notoriété
- Marketing rentable car il est peu coûteux

Facteur de succès SEO On-Page

- Qualité : contenu intéressant et original
 - Mots clés : s'assurer que le contenu convient à la recherche
 - Fraîcheur : son propre contenu, pas de copies
 - Diversité des supports : images, vidéo
- > Rien n'est plus important pour le SEO qu'un contenu pertinent et de grande qualité.

Le code HTML :

Titre, Meta Keywords, description, En-têtes, Données structurées

Architecture du site : permet de faciliter l'exploration du contenu (texte). Il faut utiliser le fil d'Ariane, des url descriptives et similaires au fil d'Ariane, optimiser pour les mobiles et vitesse de chargement.

Maxime vend des produits de ferme en ligne. Il veut choisir un titre et une meta description appropriés.

SEO Off Page

La construction des liens

A faire : Créer un contenu intéressant, invitez les gens à lire votre contenu, créer des liens...

A éviter : payer pour avoir des liens (annuaire en ligne), inclure un lien vers votre site dans les forum en ligne ou signature forum, utiliser un système d'échange de liens.

Processus de référencement :

Audit du site —> Mots clés de recherche et autres contenus de SEO —> Définir objectifs

—> Mettre en oeuvre des changements pour le SEO —> Mesurer la performance du SEO

—> Continuer à optimiser

Le PLUS important : le CONTENU !

Outils pour le SEO : Google Keyword Planner (cherche des mots clés), Google Search Console (analyser et savoir comment optimiser un site pour Google), Uber Suggest (mots clés par pays/langue) , Majestic SEO (analyse)

Exercice Sportify :

Titre : Journées découvertes sports gratuites chez Sportify

Meta Description : Chaque mois, testez un nouveau sport à l'occasion de nos journées découvertes chez Sportify

En-tête : Découverte gratuite de sports

Types de contenu : Articles sur chacun des sports à découvrir, page dédiée sur chaque sport et détails des journées, page de photos et de témoignages de chaque événement.

URL :

www.sportify.com/decouverte-sports-gratuite

www.sportify.com/decouverte-sports-gratuite/tennis

Mots clé :

Découverte gratuite de sports,

Découverte gratuite de sports <nomVille>

Pratique gratuite tennis (ou autre)

Séance gratuite golf (ou autre)