

The e-Commerce Academy
28 bd Poissonnière
75009 Paris
T. +33 (0) 1 45 63 19 89
contact@ecommerce-academy.fr
<http://www.ecommerce-academy.fr/>

Formation **Référencement / SEO e-Commerce**

Optimisez et améliorer votre visibilité dans les moteurs. Deux ou trois jours complets pour comprendre les moteurs de recherche, et améliorer sa visibilité de manière durable.

Description

La formation Référencement e-Commerce aborde la méthodologie des moteurs pour trouver, prendre en compte et indexer vos contenus. Maîtrisez la manière dont Google doit accéder à votre catalogue et améliorez l'indexation de vos pages et la position moyenne dans les résultats.

Au cours de la formation Référencement e-Commerce vous mettrez en pratique les points-clés d'un bon référencement, vous aborderez les algorithmes de Google pour mieux fonder votre arborescence. A l'heure du social nous verrons ensemble comment mettre en œuvre une politique multi-leviers au sein même de votre stratégie SEO. Découvrez les outils de Google et les astuces pour avancer rapidement sur les problématiques de référencement pour créer des effets de levier durables.

Objectifs

Comprendre les algorithmes et le fonctionnement fondamental d'un moteur de recherche avec la compréhension des étapes de récoltes et de traitement des informations de crawl et d'indexation
Mettre en place la meilleure structure possible pour son site avec la connaissance du système de recherche

Adapter sa plateforme pour la conversion

Décider des choix de mise en œuvre pour les évolutions du site

Prérequis

L'environnement Web

Conception de sites Web

Profil marketing ou technique

À l'issue de la formation

Une assistance professionnelle d'une durée de deux heures est assurée par les experts de l'Academy dans les six mois suivant la formation.

Plan de formation

Jour 1

Fonctionnement des moteurs

- Historique du Web (1997-2012)
- Fonctionnement des algorithmes avec la compréhension des étapes de récolte et de traitement des informations de crawl et d'indexation
- L'analyse du web
- Comprendre le PageRank : comportement du pageRank et l'importance du calcul de la popularité à l'heure des sanctions et des mises à jour (Panda, Pingouin entre autres)
- Le nouveau Pagerank : gérer son PageRank comme un score interne, externe et comprendre la logique mathématique
- Interpréter les résultats de Google : déduire les critères importants ou ceux pris en compte grâce aux indices que Google laisse malgré lui
- Recherche universelle : comprendre le fonctionnement de la recherche universelle et comment mettre en place un SEO plus puissant en se positionnant sur les requêtes larges avec une ou des réponses universelles (images, vidéos, textes, actualité,...)
- Fonctionnement et optimisations sur les différents verticaux

L'écosystème Web et les nouveaux défis de la recherche

- Le modèle économique de Google aujourd'hui et son impact pour demain
- Le futur de la recherche
- Réflexion sur la position de Google
- Fonctionnement de socialRank
- La stratégie multi-leviers : intégration du référencement dans un plan d'action ROI avec les autres leviers d'acquisition. Faire les arbitrages nécessaires à une augmentation des visites et l'atteinte des objectifs en croisant les données

Jour 2

Les optimisations, les méthodes et les outils

- Optimisation pour le serveur : optimisation des temps de réponse serveur, de la latence, de la configuration des DNS aux entêtes http pour améliorer le crawl des pages
- Optimisation de la couche framework (générique) : modification de la partie logicielle du site pour la mise en conformité SEO. Répondre aux cas de figure bloquant ou limitant le référencement
- Optimisation pour l'usage réel
- Analytics pour KPI SEO pour le e-commerce
- Création de croissance, trafic et CA
- Les outils Google
- Faire un audit de référencement

Ergonomie pour le SEO

- L'ergonomie Web devient indispensable pour le SEO
- L'usage dans l'algorithme de Google
- Les mises à jour PANDA, PENGUIN et le E-commerce
- Comprendre la stratégie horizontale
- Mise en place d'une refonte intégrant le SEO

Les CMS - optimisations spécifiques

- Magento
- PrestaShop
- Oxid eShop
- Drupal Commerce

Jour 3 *(journée optionnelle : choix n°1)*

Référencement Avancé

L'analyse de logs

- Analysez le potentiel marché
- Analysez les visites et le crawl des moteurs
- Analysez les visites en provenance du social et boostez le SEO
- Maximiser ses investissements Adwords avec le SEO
- Optimisez votre site pour les moteurs et les internautes
- Découvrez les zones chaudes de votre site
- Mettre en place des extractions automatisées (GREP, SED et les autres)
- Découvrez votre véritable potentiel de référencement

Crawl

- Analyse de votre crawl
- Comparez le résultat de vos logs avec le crawl
- Structurez vos pages de transformation

Moteur interne

- Optimisation du moteur de recherche interne
- Structurez les requêtes internes
- Optimisation de la navigation avec le moteur interne
- Rendre votre moteur interne SEO friendly
- Création de navigation via le moteur interne ou l'inverse

Optimisation

- Optimisez votre serveur pour le rendre plus rapide
- Optimisez votre CMS pour répondre aux problématiques soldes, saison, stock
- Répondre à vos problématiques réelles (workshop)

Jour 3 *(journée optionnelle : choix n°2)*

Référencement Sémantique

Comprendre le fonctionnement des moteurs et les résultats de recherche

- Anatomie des moteurs de recherche
- Structure des index
- Pertinence / Précision / Rappel
- Rappel Pagerank
- Les rich Snippets
- Critères d'usage de Google
- Exemple de filtres de Google

Alignement sémantique

- Les principes
- Méthodologie opérationnelle
- Ergonomie et rédaction web
- La prise en compte dans les moteurs
- Définir les requêtes et le champ lexical
- Les outils du SEO pour la rédaction Web

Netlinking

- Structure du linking dans une galaxy Web
- Comprendre le Google Bombing
- Détection de la triche
- Relation presse et négociation des liens
- Travailler sur le long terme pour conserver ces positions
- Booster sa structure avec le netlinking

Social linking

- Pourquoi mettre du social dans son SEO
- Lumière sur les réseaux sociaux
- Analyser les réseaux dans Google Analytics
- Facebook et Twitter dans vos stratégies de linking
- Comprendre le buzz via Youtube
- Mettre en place un dispositif multi-leviers

L'Academy s'engage

Centre de formations e-Commerce de référence

Centre de formations e-Commerce de référence, l'Academy s'engage à proposer des formations e-Commerce garantissant le meilleur retour sur investissement possible. Une méthodologie de travail rigoureuse, une constante adaptation à la réalité des projets, un investissement communautaire constant, garantit un haut niveau d'expertise en formation, conseil et audit.

Professionnalisme et expertise

Certifiés et reconnus par les éditeurs et fortement investis dans la Communauté Francophone, les experts de l'Academy sont en mesure de garantir un niveau d'expertise sans équivalent. Cette expertise, combinée à leurs valeurs de rigueur et d'exigence, est transmise sans aucune rétention d'information dans le cadre des formations. Ainsi, les stagiaires bénéficient des conseils issus des différentes expériences des experts formateurs.

Retour sur investissement

Grâce à des formations adaptées, complètes et en phase avec la réalité des projets e-Commerce, l'Academy est en mesure de garantir un retour sur investissement rapide : une semaine de formation permet ainsi d'économiser 3 à 4 mois d'apprentissage autodidacte. Le support de formation, riche et complété des conseils avisés des experts de l'Academy, permet de retrouver par écrit les points travaillés pendant la formation. De plus, toutes les formations sont accompagnées de deux heures d'assistance professionnelle, dans les six mois suivant la formation.

Approche sur-mesure

Dès votre premier contact avec l'Academy, un expert e-Commerce analyse vos besoins et détermine avec vous la meilleure réponse à y apporter. Une offre de formation riche et adaptée aux besoins de chacun nous permet de communiquer des propositions de formations toujours strictement guidées par les besoins et adaptées à ceux-ci. De plus, les dernières journées des formations dispensées sont dédiées à un travail en détail sur des sujets concrets au choix du stagiaire. Cette approche sur-mesure garantit l'acquisition de connaissances spécifiques tout en ayant parfaitement assimilé l'ensemble des connaissances préalables.

Indépendance et transparence

Centre de formation uniquement, l'Academy n'a aucunement vocation à réaliser des prestations de développement ou d'intégration. L'Academy s'engage donc sur un principe de non-concurrence, et garantit la confidentialité des informations stratégiques qui lui sont communiquées. Centre e-Commerce de référence, l'indépendance de l'Academy vis-à-vis des éditeurs garantit des formations, du conseil et des audits transparents, sans complaisance.