


# Construire son référencement naturel

Marketing et stratégie d'acquisition



BILBOKID

 Présentiel /  À distance



## DURÉE

Durée : 2 jours (14h)



## LIEU

À Montpellier Centre Comédie  
à distance, en visio-conférence



## PRÉ-REQUIS

Connaissance des bases de la  
communication digitale.

## Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Comprendre les mécanismes du référencement naturel (SEO)
- Comprendre les particularités du marché de la parentalité, de la nature du trafic aux conséquences techniques
- Prendre en main les méthodes, outils pour auditer son site web
- Intégrer le référencement naturel (SEO) dans sa stratégie d'acquisition

## Public concerné :

- Responsable marketing et/ou communication
  - Chef de projet SEO
    - Chargé(e) de communication digitale
    - Traffic Manager
- Créateurs d'entreprise dans l'univers de la famille

## Les points forts de la formation :

### L'EXPERTISE

De nombreux apports théoriques et pratiques, livrés par des experts du secteur qui pratiquent ce métier au quotidien (data marché, exemples de cas campagne concrets, projections sur votre secteur, etc.)

### LES RENCONTRES

Des conseils personnalisés et de nombreux échanges et retours d'expérience entre participants spécialisés dans le même secteur enrichissent fortement cette formation.

### LA PRATIQUE

Des cas pratiques et des mises en situation par rapport à votre contexte pour illustrer les apports théoriques et la meilleure manière de les mettre en œuvre (ou non) dans votre propre cas.

## Pourquoi faire confiance à Bilbokid pour cette formation ?

Fort de 8 années d'expérience en acquisition de trafic auprès de la cible parentale et des dizaines d'audit réalisés dans l'univers de la famille, Bilbokid vous propose de bénéficier de son expertise métier pour une formation complète sur les fondamentaux du référencement naturel (SEO) et une formation concrète pour vous donner les clés d'agir en toute autonomie.

# Communiquer auprès de la cible parentale

Marketing et stratégie d'acquisition



BIL BOKID

## Programme

### Avant

Avant la formation, un questionnaire vous sera envoyé pour évaluer et comprendre votre niveau de connaissance sur le référencement naturel et comprendre vos besoins personnels. Le programme ci-dessous peut-être amené à évoluer en fonction des besoins du groupe, identifiés en amont de la formation. De la même façon, les cas pratiques et cas d'illustrations seront adaptés à vos secteurs et vos enjeux SEO.

### Pendant la formation

#### JOUR 1

##### Comprendre les enjeux du référencement naturel (SEO)

- Identifier les sources de trafic vers un site web : outbound / inbound marketing
- Distinguer référencement naturel (SEO) et référencement payant (SEA)
- Comprendre les 3 piliers du SEO : technique, contenu, popularité
- Définir ses objectifs en référencement naturel

##### Comprendre le fonctionnement de Google

- L'évolution de Google au fil du temps
- Principe de fonctionnement d'un moteur de recherche : crawl, indexation, positionnement
- Google à l'heure du Mobile First Index et de l'IA
- SXO = SEO + UX : Google s'intéresse aussi à l'expérience utilisateur

##### Maîtriser les règles de l'indexation

- Quelles sont les pages indexées de son site ? Pourquoi certaines pages ne sont-elles pas indexées ?
- Définir son univers sémantique pour cerner sur quels champs de contenus sa marque doit être présente
- Les typologies de requêtes propres au secteur de la parentalité et leurs impacts sur la stratégie de positionnement

#### JOUR 2

##### Analyser la structure de son site web en mode audit

- Quels impacts de la qualité et des erreurs d'URL sur le référencement naturel ?
- Profondeur d'arborescence et maillage interne : optimiser les parcours sur votre site
- Méta titres, méta descriptions : quelles sont les règles et bonnes pratiques ?
- Titres et contenus : analyses et enjeux
- Photos, vidéos : comment améliorer leur visibilité ?

##### Renforcer sa capacité à se situer par rapport à la concurrence

- Définir votre univers concurrentiel
- Quelles sont les expressions de recherche sur lesquelles votre site est indexé ? Chez vos concurrents ?
- Diagnostic SEO des concurrents : que peut-on savoir ?
- Du SEO à l'AEO : analyser les positions zéro
- Revue des rich snippets (extraits enrichis) : comment exploiter le potentiel de certaines pages ?

# Communiquer auprès de la cible parentale

*Marketing et stratégie d'acquisition*



BIL BOKID

## Programme (suite)

### Mettre en œuvre son plan d'action SEO de manière optimale

- Définir les pages prioritaires sur votre site : sur quels critères ? Dans quel but ?
- Repérer les pages rentables à travailler : quelles actions y mener ?
- Comment une page va-t-elle remonter dans le top des recherches (SERP 1) ?
- Développer des cocons sémantiques

### Travaux pratiques pendant la formation

Travaux pratiques pendant les deux jours de séance : exercices pratiques, audit et appui sur votre propre site Internet, exploration de plateformes et outils.

### Après la formation

Évaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation.