

A3I-FORMATIONS



06-73-51-47-80

REFERENCEMENT

Ce programme peut être décomposé et adapté à votre demande.

Généralités

- Les noms de domaine
- Différence entre annuaire et moteur de recherche
- La Balise TITLE
- La balise meta KEYWORD
- La balise DESCRIPTION
- La balise meta : CHARSET
- Le fichier robots.txt



Etre vu

- Critères internes
- Critères externes
- Liste des principaux moteurs et annuaires (soumission de site)
- Le suivi du référencement
- Mettre en place les meilleures stratégies de liens
- Marketing communautaire

Outils d'aide au référencement

- Google Webmaster Tools
- Google Analytics
- Logiciels d'aide au référencement
- Google Maps

Google Analytics

- Création d'un compte et paramétrage
- Utilisation de l'interface d'administration de Google Analytics
- Le tableaux de bord
- Les visiteurs
- Les sources de trafics

Liens sponsorisés

- Définition d'un lien sponsorisé : le SEA, l'affichage des liens sponsorisés et les liens contextuels
- Parts de marché des moteurs de recherche
- Objectifs d'une campagne : rentabilité d'une campagne, la visibilité et la génération de trafic
- Choix des mots clés d'une campagne
- Structure d'une campagne Adwords : le compte, la campagne, le groupe d'annonces (ou Adgroup),
- Mots clés et ciblage : les différents types de ciblage, Quel ciblage choisir ? et Les mots clés négatifs / exclus

A3IFormations www.a3iformations.fr

DIF formations bureautiques et informatiques en entreprise ou à domicile

- Ouvrir un compte Google Adwords
- Ouvrir un compte Yahoo Search Marketing
- Ouvrir un compte MSN AdCenter

Adword

- Structure d'un compte et type de campagne
- Optimisation des annonces : Règles de rédaction d'une annonce de liens sponsorisés
- Optimiser une campagne de liens
- Rapports de performance
- Quality Score de Google
- La facturation