

## OPTIMISER SON SEO/SEA AVEC LES DERNIÈRES TENDANCES

Vendredi 29 mars 2024

### AVEC



### DURÉE

Formation d'**une journée (7h)**,  
de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30

### FORMAT

En **visioconférence**

### TARIF

450€ HT par apprenant, incluant le support de formation

### INTERVENANT



#### Julien LAMOURET

Digital expert, Directeur-fondateur AGENCE KWAN

Conseils et accompagnement pour le pilotage des leviers e-marketing (Référencement, Ad-words, Médias sociaux, Performance Marketing, E-mailing)

### INSCRIPTIONS

Pour vous inscrire, deux méthodes :

- Sur le site internet de la FNPS [www.fnps.fr](http://www.fnps.fr) dans l'onglet « Actions de promotion »
- En flashant ce QR Code



Remplissez le formulaire dédié en ligne.  
Une confirmation d'inscription vous sera envoyée.

### OBJECTIFS

- Analyser et optimiser ses résultats SEO et ses campagnes SEA
- Connaître les dernières tendances du SEA et du SEO
- Rédiger de manière adaptée pour le SEO/SEA

### PROGRAMME

#### Partie 1 : les prérequis techniques à respecter

- Comment contribuer à un digital moins énergivore et accessible à tous ?
- Comment favoriser l'indexation de vos articles dans la base de données de Google ?
- Atelier pratique : réduire le poids d'un visuel sans perdre en qualité

#### Partie 2 : rédiger pour le web et choisir les meilleurs mots-clés

- Comment identifier et choisir les meilleures opportunités sémantiques ?
- Comment faire comprendre à Google notre positionnement sémantique ?
- Atelier pratique : réaliser une analyse sémantique
- Atelier pratique : rédiger des balises efficaces pour orienter la sémantique de vos articles

#### Partie 3 : partager vos contenus pour devenir populaire

- Comment fonctionne la mécanique de classement des résultats de référencement naturel sur Google ?
- Comment trouver des sources de liens entrants permettant de booster notre popularité SEO ?
- Atelier pratique : trouver des sources de liens entrants

#### Partie 4 : fonctionnement du référencement sponsorisé (SEA)

- Apprendre à bien choisir ses mots-clés et leurs types de correspondances
- La rédaction des annonces et l'utilisation des composants (visuels, extensions, téléphone, etc)
- Le choix des bonnes pages d'atterrissage pour favoriser l'action de vos visiteurs - Atelier pratique : création d'une campagne Google ADS

## CONTACTS

---

**Thomas MUTTE,**

Responsable relation client chez **Media Institute,**

thomas@mediainstitute.eu

Tél. 01 43 12 15 28

**Karline FELUT,**

Assistante administrative **FNPS,**

kfelut@fnps.fr

Tél. 01 44 90 43 60