

WEB - RÉUSSIR SON RÉFÉRENCEMENT SUR LE WEB (SEA, SEO, GOOGLE ANALYTICS, ADWORDS)

DURÉE

12 heures
(4 soirées de 3 heures)

LIEU

IHECS
58-60 rue de l'Etuve
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

info@ihecs-academy.be
+32 2 274 28 10

Au cours de cette formation, vous apprendrez les principes du référencement et apprendrez à utiliser les outils d'analyse. Vous recevrez une foule de conseils et d'astuces. Vous pourrez ainsi vous mettre rapidement à l'ouvrage.

CONTEXTE

90% des internautes à la recherche d'un produit, d'un service ou d'une quelconque information commencent leur recherche sur Google ou Bing. Si vous ne figurez pas en première page de résultats des moteurs de recherche, vous n'existez tout simplement pas pour ces personnes. Il est donc grand temps de se positionner sur la première page (et de préférence à la première place).

L'optimisation de son positionnement est la base pour assurer une visibilité durable dans les moteurs de recherche. Malgré le fait que le référencement est utilisé par toutes les grandes marques, il existe des techniques pour se faire une place au soleil.

Le SEA est un canal marketing qui permet de diffuser un message publicitaire en haut des résultats de recherche dans Google.

2 réseaux de distribution des messages sont disponibles :

- les moteurs de recherches, sur lesquels sont diffusés des messages textuels
- les sites web partenaires du réseau Google qui permettent la diffusion de publicités sous forme de banniers, vidéos, etc.

L'enjeu est de diffuser le message publicitaire au bon moment, à la bonne personne, le tout dans le bon contexte afin de générer un trafic pertinent vers son site web tout en maîtrisant ses investissements marketing.

OBJECTIFS

- Identifier les mots et expressions clés utilisés par vos cibles
- Choisir de manière utile ses mots-clés et expressions de recherche
- Apprendre à faire la différence face aux sites web de plus grande importance
- Apprendre à mettre en place une stratégie de liens entrants cohérente pour augmenter la popularité de son site
- Pouvoir faire la part des choses entre mythes et réalités dans le SEO
- Être capable de poser sur son site des bases solides aujourd'hui pour anticiper les changements SEO de demain
- Mettre en place une stratégie de référencement (naturelle et payante) pertinente et durable
- Mesurer votre ROI (return on investment)
- Savoir utiliser Google Analytics
- Savoir utiliser Google Adwords
- Découvrir tout l'univers et le potentiel du Search Engine Advertising (SEA)
- Comprendre les indicateurs de performance d'une campagne de web-marketing (SEA)
- Développer les bases nécessaires à la création d'une campagne Adwords (SEA)
- Analyser et interprétation de résultats d'une campagne Adwords (SEA)

WEB - RÉUSSIR SON RÉFÉRENCEMENT SUR LE WEB (SEA, SEO, GOOGLE ANALYTICS, ADWORDS)

DURÉE

12 heures
(4 soirées de 3 heures)

LIEU

IHECS
58-60 rue de l'Étuve
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

CONTENU

SOIRS 1 & 2 : SEA

- Qu'est que le Search Marketing, pourquoi Google? (Chiffres & Tendances)
- Comment fonctionne le Search Engine Marketing ?
- Modèle d'achat / Pricing
- Analyse de l'algorithme Google
- Définition des grands principes
- Comparaison des 2 grand réseaux: Google Search vs Google Display
 - possibilités de ciblage
 - possibilités créatives
- Comment paramétrer une campagne de A à Z ?
- Présentation de «cases» pour inspiration
- Questions/réponses en vue de préparer la session suivante
- L'importance du mobile dans la stratégie Marketing
- Analyse des indicateurs clés de succès
- Google Adwords et Google Analytics : Setup et rapports de base
- Réponse aux questions de la session 1 + discussion ouverte

SOIRS 3 & 4 : SEO

- Introduction au SEO
- Le contenu et les mots-clés
 - Sélectionner correctement ses mots-clés
 - Comment mettre ses mots-clés en avant
- Les contenus dupliqués
- La technique
 - Règles de base à respecter
 - Choix du content management system
 - Outils
 - Structures des liens hypertextes
 - Nom de domaine
- Les liens («backlinks»)
 - Mythes et réalités sur les backlinks
 - Types de liens entrants
 - Comment obtenir des liens entrants ?
 - Utilité d'un blog
- L'évolution du SEO et son futur
 - Google et la chasse à la fraude
 - Le SEO qui se construit par lui-même
 - Evolution des résultats de recherche
 - Le SEO devient social

MÉTHODOLOGIE

Théorie et exercices pratiques

PUBLIC CIBLE

Toute personne du domaine de la communication et du marketing ayant des notions de marketing web. Spécialistes marketing, webmasters, e-business managers, content managers, responsables de la communication, responsables de projets...

WEB - RÉUSSIR SON RÉFÉRENCIEMENT SUR LE WEB (SEA, SEO, GOOGLE ANALYTICS, ADWORDS)

DURÉE

4 soirées de 3 heures

DATES

Pas encore programmée

LIEU

IHECS
58-60 rue de l'Étuve
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

FORMATEURS

Gaëtan Godart

Gaëtan started his career @ blue2purple in 2009.

Web Marketing has always been part of his interest - Gaëtan is officially accredited by Google for the management and analysis of Web Marketing Campaigns.

He has a master degree in Marketing & Advertising from IHECS. After 3 years of experience, he followed a certificate in Web 2.0 management @ ICHEC, where he's now one of the guest teachers covering the Search Engine Marketing part of the academic program.

After 4 years of experience in search marketing as SEM Account Manager and team manager, Gaëtan is now in charge of strategic deployment for e-business clients, new biz and team management.

As part of the board members, he's now also in charge of the business development of the company.

In addition, he is freshly graduated with an Executive Master in General Management (Ex-CEPAC) at the Solvay Business School.

Serge Marchal

Suite à ses études en marketing, réalisées à l'EPHEC, Serge a été commercial durant 2 ans et demi auprès de la société STABLO.

Souhaitant étendre ses connaissances dans le domaine du web, il s'est formé auprès de TechnoFutur TIC lors d'une formation de 6 mois en tant que E-marketer en 2012.

Suite à cette formation, Serge a été engagé dans la startup belge Pycity, spécialisée en Inbound Marketing.

Pour rejoindre en Juillet 2013, la société Stratenet, agence de web marketing orientée résultats, en tant qu'Expert en SEO.

Serge est également formateur auprès du centre TechnoFutur, de l'EFP et de Hautes Écoles (EPHEC, IPSMA)/

Ses tâches principales sont les suivantes:

- Stratégie de visibilité
- Audit d'optimisation SEO
- Définition de stratégies de contenu
- Analyse avancée de la demande
- Optimisation de la conversion
- Création et optimisation de landing pages
- Mise en place de campagnes Google Shopping + Remarketing dynamique
- ...