Référencement - Augmenter le trafic et la performance de son site internet

Digital / Web

Référence de la formation : **W250**
Villes : **Strasbourg**, **Colmar**

Atteignez vos objectifs de visibilité en ligne et augmentez le trafic et la performance de votre site web grâce à notre formation sur le référencement.

En présentiel ou à distance

Accessible

Durée : **2 jours (14 heures)**
Tarif Inter : **990 € net**

Tarif intra sur demande

Mise à jour le 18 novembre 2025

Vous souhaitez améliorer la visibilité d'un site et augmenter le nombre de visiteurs ? Avec notre formation « augmenter le trafic et la performance de son site internet », vous découvrirez les critères à optimiser pour le référencement ainsi que l'utilisation d'outils spécifiques. La mise en place et le suivi d'une campagne d'achat de mots-clés seront également abordés. Le programme s'adresse aux développeurs/intégrateurs web et aux utilisateurs avertis, avec des prérequis en développement web. L'objectif final est de permettre aux participants de mesurer et d'optimiser la performance de leurs stratégies de référencement.

Objectifs de la formation

- Augmenter le nombre de visiteurs de votre site en améliorant sa visibilité
- Connaitre les critères actuels à respecter pour optimiser son référencement
- Découvrir des outils spécifiques au référencement
- Savoir mettre en place et suivre une campagne d'achat de mots-clés

A qui s’adresse la formation ?

Public

Tout développeur/intégrateur web

Tout utilisateur averti dans le domaine du web

Pré-requis

Bonnes connaissances et/ou pratique dans le développement web

Les points forts de la formation

Travaux dirigés sur projet de site personnel

Le formateur pourra apporter des conseils pour les développements personnels envisagés

Programme de la formation

Introduction

- Connaitre les enjeux du référencement

2. Référencement naturel (SEO)

- Maitriser le fonctionnement d’un moteur de recherche
- Respecter les critères permettant un bon positionnement : Structure du code, Ecriture de contenu, Popularité et qualité du contenu, Choix du nom de domaine et des URL, Les métas et leurs utilités, Performance et optimisations techniques

3. Campagne d’achat de mot-clé (SEA)

- Connaitre les principes généraux des campagnes CPC et CPM
- Définir ses cibles, la durée et la période de test de sa campagne
- S’initier à Google Adwords
- Mettre en place une campagne Google Adwords : paramétrages généraux, choix des mots clés, définir le budget, créer la bonne annonce textuelle, mettre en place des annonces display
- Optimiser le contenu de son site (landings pages, notions de liens profonds)
- Suivre une campagne et l’optimiser
- Mesurer la performance de sa stratégie
- Utiliser les trousses à outils (Google Analytics, Google Search Console, Google Trends…)
- Découvrir un outil de crawl

4. Optimiser ses campagnes

- Quantifier, optimiser et qualifier le taux de conversion
- Maitriser la méthodologie pour le suivi et l’amélioration de son ROI

Modalités de la formation

Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes Exemples et échanges

Application et mise en œuvre

Organisation

Formation en présentiel

Évaluation des connaissances

L’intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d’atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d’application, des simulations ou des études de cas

Validation de la formation

ATTESTATION D’EVALUATION DES ACQUIS

ATTESTATION DE SUIVI DE FORMATION

Chiffres clés

93 %
de recommandation en 2024

90.5 %
de satisfaction en 2024

7266
nombre de stagiaires en 2024