

PROGRAMME DE FORMATION DETAILLE SEO / RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Être bien placé sur Google conditionne la visibilité d'un site et le nombre de clients qui le trouvent. Le référencement naturel (SEO) évolue sans cesse : intention de recherche, vitesse d'affichage sur mobile, résultats enrichis et réponses générées par l'intelligence artificielle. Cette formation donne les repères et les réflexes pour optimiser son site, de façon durable et conforme aux règles des moteurs de recherche.

Famille	Web / Digital	Référence	F13
Nb de jours	1 jour	Nb d'heures	7 heures
En présentiel	Oui	À distance	Oui (Zoom / Teams)
Éligible au CPF	Non		

Tarif :

INTER-ENTREPRISE 375€ HT / participant

INTRA-ENTREPRISE 400€ HT (+ 200€ HT / pers. supplémentaire)

INFORMATIONS PRATIQUES

1. Pour qui ?

Prérequis :

Aucun prérequis technique. Des connaissances de base sur la conception de pages web, ou sur l'utilisation d'un outil de gestion de site comme WordPress, sont un plus pour aborder sereinement cette formation.

Public :

Webmasters, responsables marketing et communication, chefs d'entreprise, indépendants ou toute personne ayant en charge la gestion d'un site web.

2. Objectifs, moyens, modalités, sanction, adaptation PSH

Objectifs :

Être en mesure d'améliorer la visibilité de son site dans les moteurs de recherche : choisir ses mots-clés, optimiser ses pages et ses contenus, corriger les points techniques bloquants et suivre ses résultats, afin de générer plus de trafic qualifié.

Moyens pédagogiques :

Un PC par personne, le formateur diffuse son écran sur un vidéo-projecteur ou télévision grand écran
Un groupe de maximum 5 personnes en inter-entreprise.
En distanciel : Utilisation de Zoom ou Teams avec partage d'écran, chat, audio et vidéo en temps réel.
Exposé théorique, suivi d'une mise en pratique.

Moyens pour suivre l'exécution de l'action :

- La présence du stagiaire est vérifiée par le formateur à l'aide d'une feuille de présence signée par demi-journées

Moyens pour en apprécier les résultats :

- A la fin de la formation, le stagiaire complète une évaluation à chaud (Permettant d'évaluer la qualité de la prestation)
- Puis, il complète avec le formateur une évaluation des acquis (Permettant de déterminer les points acquis, non acquis ou en cours d'acquisition)
- Quelques mois après la formation, le donneur d'ordre complète une évaluation à froid (Permettant de s'assurer que la formation a pu être mise en pratique)

Sanction de la formation :

- A la fin de la formation le stagiaire reçoit une attestation de formation reprenant l'intitulé de la formation, les dates et le nombre d'heures réalisées.

Délai d'accès :

En intra-entreprise : En fonction de vos disponibilités et celles de nos formateurs.

En inter-entreprise : En fonction des sessions que nous avons programmé, consultable en cliquant [ici](#)

Profil formateur :

Formateurs passionnés et expérimentés intervenant en milieu professionnel en tant qu'intégrateur et développeur.

Adaptation aux personnes en situation de handicap :

Nous nous engageons à favoriser l'accessibilité du public en situation de handicap, en fonction de leurs besoins et/ou difficultés, en adaptant la durée de la formation, le programme et son déroulement, les moyens pédagogiques et techniques, ainsi que les supports pédagogiques. Ces formations adaptées sont proposées en individuel ou en collectif (pour un public à besoins similaires). Afin de trouver la meilleure solution, nous nous appuyons sur des partenaires évoluant dans le domaine du handicap.

Personne à contacter / référent handicap :

Lambert Christophe
03 59 25 10 15
christophe.lambert@lc-formateur.com

3. Évaluation, avis...

Nouvelle formation : les indicateurs de satisfaction et d'évaluation seront disponibles après les premières sessions.

4. Comment financer ma formation ?

Vous êtes salarié, travailleur non salarié (TNS), commerçant, artisan, profession libérale. Identifier les dispositifs mobilisables (OPCO, plan de développement des compétences, autofinancement...) en [cliquant ici](#).

5. Programme de formation détaillé

Personnalisation : le programme peut être modifié en fonction de vos besoins et de vos objectifs, sur le contenu, la durée, les modalités, les moyens pédagogiques et techniques.

Introduction / contexte :

Être bien placé sur Google conditionne la visibilité d'un site et le nombre de clients qui le trouvent. Le référencement naturel (SEO) évolue sans cesse : intention de recherche, vitesse d'affichage sur mobile,

résultats enrichis et réponses générées par l'intelligence artificielle. Cette formation donne les repères et les réflexes pour optimiser son site, de façon durable et conforme aux règles des moteurs de recherche.

Comprendre le référencement naturel (SEO) Jour 1 - matin

Définition : le SEO (Search Engine Optimization, optimisation pour les moteurs de recherche)

Référencement naturel ou payant (Google Ads) : différences, avantages et limites

La première page, le nerf de la guerre : position, clics et trafic

Évolution du SEO : de la répétition de mots-clés à l'intention de recherche, aux résultats enrichis et aux réponses générées par l'IA

Comment fonctionnent les moteurs de recherche Jour 1 - matin

Les principaux moteurs de recherche (Google, Bing, Qwant, DuckDuckGo) et leur poids en France

Les trois étapes : exploration (crawl), indexation et classement

Comment un moteur de recherche voit mon site (commande site:, outil d'inspection d'URL)

Déclarer son site : Google Search Console et Bing Webmaster Tools

Définir sa stratégie de mots-clés Jour 1 - matin

Définir une cible et une zone géographique

Comprendre l'intention de recherche : informationnelle, commerciale, transactionnelle, locale

Trouver des mots-clés : suggestions de Google, « Autres questions posées », Google Trends, outils spécialisés

Construire des groupes de mots-clés pertinents (dont la longue traîne) et attribuer une page à chaque groupe

Optimiser les pages de son site Jour 1 - matin

Les balises essentielles : title, meta description et titres (H1 à H6)

La structure des pages et le nom des pages (URL claires)

Les images : nom de fichier, texte alternatif (attribut alt), formats allégés (WebP)

Le maillage interne : relier ses pages entre elles

Les données structurées (schema.org) et les résultats enrichis

Avoir un code source valide (validateur W3C)

Rédiger un contenu de qualité Jour 1 - matin

Proposer un contenu utile et pertinent : les critères E-E-A-T (expérience, expertise, autorité, fiabilité)

Répondre à l'intention de l'internaute et structurer ses textes (titres, paragraphes courts, foire aux questions)

Mesurer la qualité éditoriale et traiter les pages de mauvaise qualité (améliorer, fusionner, supprimer)

Éviter le contenu dupliqué (balise canonical) et utiliser l'IA pour rédiger sans perdre en qualité

Expérience utilisateur et mobile Jour 1 - après-midi

Le RWD (Responsive Web Design) : adapter l'affichage à tous les écrans

L'indexation mobile d'abord (mobile-first) et son impact sur le classement

Un peu de marketing : rendre son site plus attractif, placer les éléments au bon endroit, l'UX Design (expérience utilisateur) et les appels à l'action

Optimiser la technique et la vitesse Jour 1 - après-midi

Passer en HTTPS, gérer les redirections 301 et les erreurs 404

Les Core Web Vitals (LCP : temps d'affichage du contenu principal, INP : réactivité aux clics, CLS : stabilité de la mise en page) et l'outil PageSpeed Insights

Politique de cache et compression (fichier .htaccess ou extension du CMS)

Images optimisées et chargement différé (lazy load)

Créer un sitemap XML et le déclarer dans la Search Console

Contrôler l'exploration : fichier robots.txt et balise noindex

Le référencement local Jour 1 - après-midi

Créer et optimiser sa fiche d'établissement Google (Google Business Profile)

Obtenir et gérer les avis clients

Rester cohérent : nom, adresse et téléphone identiques sur le site et dans les annuaires

Le netlinking et la notoriété *Jour 1 - après-midi*

Qu'est-ce que le netlinking (obtenir des liens depuis d'autres sites) ?
Reconnaître un lien de qualité : thématique, autorité, naturel
Obtenir des liens : partenaires, annuaires, presse, contenus à partager ; achat et échange de liens, risques au regard des règles de Google
Analyser ses liens avec des outils (Search Console, outils d'analyse de backlinks)
Être visible dans les réponses des moteurs d'IA : contenus clairs, sources fiables, mentions de la marque

L'impact des réseaux sociaux *Jour 1 - après-midi*

Quel intérêt : une influence indirecte sur la visibilité et le trafic
Communiquer sur Facebook, LinkedIn, X, Instagram, YouTube : choisir les réseaux adaptés à sa cible
Faciliter le partage de ses pages (boutons de partage, balises Open Graph)

Suivre ses résultats et progresser *Jour 1 - après-midi*

Après avoir indexé mon site : que dois-je faire ?
Si mon site n'est pas retrouvé : vérifier l'indexation et corriger les blocages
Les outils de suivi : Google Search Console (requêtes, clics, positions) et Google Analytics (GA4, mesure d'audience)
Mettre en place une routine de suivi et un plan d'action SEO personnalisé
Questions / réponses et synthèse de la formation

Formation ajoutée le 03/02/2020, mise à jour le 19/10/2026.

PROCHAINES DATES INTER-ENTREPRISE

30/10/2026 Lieu : 131, rue Emile Zola - 59125 Trith Saint Léger

30/11/2026 Lieu : 131, rue Emile Zola - 59125 Trith Saint Léger

21/12/2026 Lieu : 131, rue Emile Zola - 59125 Trith Saint Léger