

# RÉFÉRENCEMENT

## NATUREL, L'INDISPENSABLE

REF : MARKETING  
DURÉE : 2 JOURS (14H)  
TARIF INTRA : NOUS CONSULTER



### OBJECTIFS :

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et des IA (LLM)
- Déployer les bonnes techniques de référencement
- Valoriser et enrichir son contenu
- Suivre l'évolution de son positionnement

**PUBLIC :** Chargé(e) de com, créateur d'entreprise,...

**PRÉREQUIS :** Être à l'aise avec l'outil informatique

**FORMATEUR :** Spécialiste webmarketing en activité.

**MOYENS PÉDAGOGIQUES :** Ordinateurs Mac ou PC mis à disposition avec accès internet. Clé USB 8Go offerte avec support de cours numérique.

**ÉVALUATION :** En cours de formation par le formateur et en fin de formation via un atelier de mise en pratique et bilan.

5 personnes maximum par stage.

### INTRODUCTION ET ÉTAT DES LIEUX

Rappels des objectifs du SEO (visibilité, conversion, notoriété)  
Évolution des usages : recherche classique, recherche vocale, usages mobiles  
L'impact du comportement utilisateur (scroll, bounce, taux de clic, intention)

### ANALYSER ET ORGANISER SA STRATÉGIE DE MOTS-CLÉS

Identifier les requêtes cibles : volumétrie, intention de recherche, longue traîne  
Outils de recherche : Ubersuggest, Semrush, Google Trends, GSC  
Structuration éditoriale : cocons sémantiques, catégories, segmentation

### OPTIMISER SES CONTENUS POUR LE SEO

Balises essentielles : <title>, <meta>, <h1> à <h6>, <alt>  
Maillage interne, backlinks, temps de lecture  
Rédaction de contenus SEO : lisibilité, formats efficaces, hiérarchisation  
Méthodologie de publication (blog, fiche produit, landing page...)

### TECHNIQUE ET OUTILS

Préparer son audit technique (structure, vitesse, mobile-friendly)  
Lancer un audit simple (Search Console, Screaming Frog)  
Vérifier l'indexation, les redirections, l'accessibilité des pages

### LES ERREURS CRITIQUES

Qu'est ce que le Duplicate content (contenu dupliqué)  
Liens morts et autre alter de type 404

### ÉVOLUTION DES MOTEURS DE RECHERCHE, DE GOOGLE À L'IA

Définition et fonctionnement du SAIO (Search & Answer with Intelligent Optimization)  
ChatGPT, Gemini, Perplexity : différences de logique par rapport au SEO traditionnel  
L'impact du SAIO sur le trafic organique et les clics  
Requêtes types et contenus favorisés par les IA

### OPTIMISER SON CONTENU POUR LE GEO (SAIO)

Adapter ses articles pour répondre aux IA (FAQ, tableaux, résumés en bullet points)  
Préparer ses contenus pour les assistants (contenu clair, structuré, référencé)  
Ajout de données structurées, formats digestibles par les LLM

### CHATGPT POUR ACCÉLÉRER SES ACTIONS SEO

Générer des briefs éditoriaux (plan + objectifs)  
Identifier des opportunités de requêtes complémentaires  
Reformuler un contenu existant pour IA + SEO  
Créer des snippets exploitables pour l'IA

### ALLER PLUS LOIN

Mettre en place une stratégie de backlinks cohérente  
Préparer un suivi post-publication : indexation, CTR, engagement

