

PROGRAMME DE FORMATION

Créer et animer un blog d'entreprise pour booster sa visibilité sur Google

Public concerné :

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise, indépendant ou salarié désireux de développer le trafic organique de son site internet et d'améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche.

Pré-requis & positionnement :

- Chaque stagiaire devra avoir un site internet existant réalisé sur WordPress ou Wix.
- Avoir une connaissance globale de son offre, de sa cible client (persona) et des thématiques principales de son activité.
- Un questionnaire de positionnement sera envoyé avant le début de la formation afin d'en adapter le rythme et le contenu.

Durée & organisation :

La formation s'organise en deux journées de 8 heures (soit 16 heures). Le formé sera seul ou en petit collectif (max 6 personnes) lors des journées. La formation se déroule en présentiel ou à distance si besoin. Suivant les besoins, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet. La date & les horaires sont communiqués sur la convention de formation.

Encadrement :

La formation sera assurée par Agnès Camboulives.

Suivi & évaluation :

L'évaluation des acquis se fait par l'intermédiaire de quizz et d'exercices pratiques appliqués directement sur le site internet du formé (recherche de mots-clés, rédaction et publication d'un article). À la fin de la formation, un support numérique lui sera envoyé. Le stagiaire sera également soumis à un formulaire d'évaluation à chaud concernant le déroulement de la formation (locaux, formatrice, supports utilisés...). Un appel téléphonique, 3 mois plus tard, permettra de déterminer les bénéfices recueillis et de faire le point sur le positionnement du blog.

Outils & méthodes pédagogiques :

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : paperboard, vidéoprojecteur, diaporama, supports papiers & numériques (si présentiel). Si visioconférence : ordinateur et téléphone portable.

Outils spécifiques utilisés pendant la formation : Google Trends, Semrush, Google Search Console, WordPress / Wix.

Objectifs de formation

- Définir une stratégie éditoriale axée sur les intentions de recherche et la recherche de mots-clés (Semrush, Google Trends).
- Rédiger et optimiser des articles de blog à forte valeur ajoutée pour captiver les internautes et plaire à Google.
- Intégrer, structurer et publier efficacement ses articles sur son site internet (WordPress / Wix) pour améliorer son référencement naturel (SEO).

Contenu de la formation

I. Définir sa stratégie de contenu et analyser les intentions de recherche

- Comprendre le SEO et l'algorithme de Google : Fonctionnement des moteurs de recherche et principes fondamentaux de la visibilité web.
- Identifier les intentions de recherche des internautes : Différencier les recherches informatives, transactionnelles et navigationnelles pour y répondre précisément.
- Utiliser Google Trends pour détecter les tendances de recherche
- Exploiter Semrush (ou outils équivalents) pour analyser le volume de recherche, la concurrence et trouver des opportunités de mots-clés opportuns.
- Construire son calendrier éditorial : Planifier la rédaction de ses articles sur 3 à 6 mois en fonction des priorités stratégiques de l'entreprise.

II. Rédiger des articles web optimisés pour le référencement et l'engagement

- Travailler le champ lexical et la sémantique de son sujet.
- Rédiger des titres et structurer son contenu avec les balises de titres H1, H2, H3.
- Rédiger des balises méta (Méta Titre et Méta Description) optimisées pour inciter au clic dans la SERP.
- Adapter le ton et le style rédactionnel à son persona.
- Intégrer des appels à l'action (Call-to-Action / CTA) pertinents pour transformer un lecteur en prospect.
- Mailler son contenu : mettre en place le maillage interne (liens vers d'autres pages/articles) et externe.

III. Implémenter et intégrer ses articles sur son site internet (WordPress / Wix)

- Créer et structurer la page de l'article sur WordPress ou Wix.
- Intégrer et optimiser les médias (images au bon format/poids, balises ALT pour l'accessibilité et le SEO).
- Organiser son blog par catégories et étiquettes pour une navigation fluide.
- Vérifier l'optimisation avant publication :
- Prise en main des plugins d'optimisation SEO (Yoast SEO, Rank Math ou outils intégrés Wix).
- Suivre et analyser les performances de son blog :
- Découvrir les indicateurs clés à suivre via Google Search Console et Google Analytics.
- Préparer un tableau de suivi pour mesurer le positionnement des mots-clés et l'évolution du trafic organique.