



100 % des stagiaires satisfaits ! 0% d'abandon !

PUBLIC

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié désireux d'approfondir sa stratégie de communication digitale via son site internet.

PRE-REQUIS

Posséder un site internet réalisé sur Wix ou WordPress
Avoir ses comptes Instagram et/ou Facebook déjà créés et utilisables.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES ET MÉTHODES MOBILISÉES

Formation créée et dispensée par Agnès CAMBOULIVES

Formation accessible en présentiel ou distanciel
Support de formation remis à chaque participant
Quizz oral et exercices tout au long de la séance.

ÉVALUATION

Questionnaire de positionnement à l'entrée de la formation et évaluation des acquis en fin de formation.
Attestation de suivi de la formation et remise d'un certificat de réalisation.

OPTIMISER LE RÉFÉRENCIEMENT DE SON SITE INTERNET

OBJECTIFS

- Analyser les statistiques de visites de son site internet
- Approfondir l'utilisation de l'outil Semrush (vs free)
- Créer une synergie dans la communication digitale

DURÉE - DATES ET HORAIRES

1 journée - 8H
Dates et horaires à définir ensemble et stipulés sur la convention de formation.

TARIF

A partir de 350 € nets par journée (prise en charge possible par les OPCO).

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Inscription par téléphone, mail, les réseaux sociaux ou le site internet.
Inscription 30 jours avant le premier de la formation (variable si demande de financement).

ACCESSIBILITÉ

Conditions d'accès au public en situation de handicap, contactez le référent Handicap .

INFORMATIONS ET INSCRIPTION

Contact : Emmanuelle CAZENAVE
Formatrice - Référente Pédagogique
Administrative - Référente Handicap
06 61 70 96 84 - contact@mkconseil.fr

PROGRAMME

I. Analyser les statistiques de visites de son site internet

- Lister les statistiques référencées par son site internet sur une plage de 6 mois environ,
- Déterminer les pages les plus visitées - moins visitées,
- Rechercher dans ses pages les mots clés potentiels

II. Approfondir l'utilisation de l'outil Semrush (vs free)

- Vérifier le taux de conversion des mots clés listés au préalable,
- Garder les plus utiles et rechercher des termes plus efficaces pour les autres,
- Ajuster la rédaction des textes inclus dans les pages de son site internet

III. Créer une synergie dans la communication digitale

- Déterminer l'ensemble des outils numériques sur lesquels apparaît le lien du site internet,
- Adapter leur contenu en temps réel,
- Approfondir le référencement des images, du menu et des publications vers son site internet et ses réseaux sociaux.