



# Référencement SEO et Intégration sur Webflow / WordPress

**Cette formation permet d'acquérir les fondamentaux du référencement naturel et de maîtriser leur mise en œuvre sur Webflow et WordPress.**





# Optimisez la visibilité de vos sites grâce au référencement naturel

## PRÉREQUIS

Disposer d'une connaissance de base de l'environnement web. Être équipé d'un ordinateur portable avec accès Internet et d'un compte Webflow (gratuit ou payant). Avoir une première expérience avec Webflow est un atout, mais non obligatoire.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des facteurs de visibilité d'un site web.
- Structuration et optimisation de contenus web.
- Intégration des bonnes pratiques SEO techniques.
- Utilisation des outils d'analyse et de suivi du référencement.
- Optimisation de l'expérience utilisateur et des performances.
- Mise en œuvre d'une démarche d'amélioration continue du référencement.

## APTITUDE

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir une stratégie SEO adaptée à leurs objectifs de visibilité.
- Réaliser une recherche de mots-clés pertinente.
- Optimiser la structure technique et éditoriale d'un site web.
- Améliorer les performances et l'expérience utilisateur d'un site.
- Mettre en œuvre les bonnes pratiques SEO sur Webflow et WordPress.
- Produire des contenus optimisés pour les moteurs de recherche.
- Exploiter les données de Google Search Console et Google Analytics pour piloter leur référencement.

## DURÉE

2 jours (14 heures)

## DÉLAI D'ACCÈS

Ils sont fixés à 15 jours, mais peuvent être ramenés à un délai plus court, en fonction du caractère d'urgence de votre demande et de la disponibilité du formateur.

## TARIFS

Format 2 jours : 1 325 € HT

Lieu : Présentiel à thecamp (Aix-en-Provence).

## MÉTHODES MOBILISÉES

- Apports théoriques et démonstrations.
- Études de cas et exemples concrets.
- Ateliers pratiques sur Webflow.
- Exercices de rédaction et d'optimisation SEO.
- Analyse de sites et mise en application des outils Google.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation continue lors des ateliers pratiques.
- Exercices d'application sur les optimisations SEO.
- Validation des acquis à travers les mises en situation et études de cas.
- Échanges et retours du formateur tout au long de la formation.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Support de formation numérique.
- Ordinateur connecté à Internet.
- Accès à Webflow ou WordPress.
- Outils SEO : Google Search Console, Google Analytics, Google Trends, Google Keyword Planner, PageSpeed Insights.
- Cas pratiques et exercices d'application.

## ACCESSIBILITÉ

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap dès lors que l'entreprise contractante pourra prévoir les adaptations techniques indispensables (accès, salle, équipements), et pédagogiques (intervenants, ressources, durée). Dans tous les cas, merci de prendre contact avec nous.

# PROGRAMME 2 JOURS

## M1: L'Écosystème SEO et Google

- Introduction au web et à l'environnement.
- Les 4 piliers du SEO (Google EEAT).
- Référencement ON site et OFF site
- Fonctionnement des moteurs : Crawl, Indexation, Ranking.
- Vue d'ensemble des outils Google (Search Console, Analytics, Trends, Page speed insight).

## M2: Recherche de Mots-Clés et Stratégie

- Types de Mots-Clés (informationnel, transactionnel, longue traîne).
- Critères de sélection des mots-clés (volume, intention).
- Présentation des outils d'analyse (Google Keyword Planner, Neilpatel, Answer The Public, 1.fr).

## M3: Optimisation On-Page : Balisage de l'Intégrateur

- Balisage Sémantique HTML5 (<header>, <nav>, <article>...).
- Rôles et règles de la hiérarchie des titres (H1-H6).
- Autres balises HTML (W3C school)
- Optimisation des balises meta données : title et meta description.

## M4: Atelier : Application SEO dans l'Interface Webflow

- Configuration des paramètres SEO de page (Title, Meta, Open Graph) dans Webflow.
- Différence entre balise HTML sémantique et style visuel.
- Gestion des URL (slug)
- Comment paramétrer des champs SEO dynamiques (titre de page, méta-description) à partir des collections CMS.
- Gestion des URLs dynamiques (slugs) avec les variables {title} {date}{autor} ...
- Comment optimiser les pages de catégories / tag créées à partir des collections.

## M5: SEO Technique et Performance (Core Web Vitals)

- Rôle et soumission du Sitemap XML et du robots.txt.
- Utilisation de Google PageSpeed Insights pour le diagnostic SEO.
- Copywriting, Rich Snippets et Mesure des Résultats

## M6: Stratégie de Contenu et Longue Traîne

- Identification des tendances avec Google Trends.
- Définition des formats de contenu (Page, Article, FAQ, Landing Page...).
- Stratégie de Cocon Sémantique et maillage interne avancé.

**M7: Copywriting, Sémantique et Médias**

- Règles de base du copywriting et des appels à l'action (CTA).
- Écrire en utilisant le champ sémantique (éviter le bourrage de mots-clés).
- L'optimisation des images : formats (WebP), compression, attribut alt obligatoire.

**M8: Atelier de Rédaction Optimisée et Netlinking**

- Application des techniques SEO/Copywriting à un article.
- Rédaction assistée par l'IA : Utilisation de l'IA générative (telle que ChatGPT, Gemini, Claude) pour la production de contenu.
- Limites et risques de l'IA : Le besoin de vérification, d'édition et de réécriture pour garantir l'expertise, l'autorité et la crédibilité (E-E-A-T) du contenu.
- Détection d'IA et duplicate content : Risques liés au contenu dupliqué et aux pénalités.
- Principes du Netlinking (backlinks) : qualité, pertinence et vigilance aux pénalités.

**M9: Tendances Web, Rich Snippets et Checklist Finale**

- Évolutions du Web et Tendances : Impact de l'IA et des Core Updates sur le SEO.
- Rôle de la Search Generative Experience (SGE) et des réponses générées par l'IA.
- Contenus Enrichis (Rich Snippets) : Rôle des Données Structurées (Schema.org) pour les résultats enrichis (recettes, événements, etc.).
- Intégration Avancée sur Webflow : Intégration des données structurées via custom code dans Webflow.
- Indexation et Visibilité : Rôle des agrégateurs de contenu et des nouveaux formats dans la SERP. Le point sur les balises robots et l'indexation.

**M10: Mesure des Résultats et Amélioration Continue**

- KPI essentiels : trafic organique, positions, CTR, conversions.
- Interprétation des données de Google Search Console (requêtes, impressions).
- Analyse des données de Google Analytics (comportement utilisateur).