

Programme Type de Formation SEO

Programme à destination des formateurs en Référencement (SEO)

Création	14/08/2010	Commission Formation (R. Joly, J.C. Domenget)
Modification	17/08/2010	A. Villeneuve
Version	1.1	

Association SEO Camp (Loi de 1901)
16 allée Pernette du Guillet 75019 Paris
contact@seo-camp.org
www.seo-camp.org



Avant-propos

Les rédacteurs

Ce programme est rédigé par la Commission Formation de l'association SEO Camp qui le met à disposition des enseignants SEO.

Retrouvez ce programme sur seo-camp.org/programme-formation

Contenu de ce programme type

Ce plan de cours en référencement naturel recense des thèmes regroupés en chapitres :

1. Introduction au SEO
2. Stratégie SEO
3. Fonctionnement des moteurs
4. Optimisation In-Site
5. Optimisation du Netlinking
6. Outils SEO

La chronologie dans laquelle ces thèmes sont abordés n'est pas fixe. Elle demande à être adaptée en fonction du public et des objectifs de chaque cours, dans un souci de pédagogie.

Comment l'utiliser ?

Ce programme peut servir de matière première à l'élaboration de plusieurs cours : formation spécialisée en SEO, formations communication, marketing, ou techniques devant intégrer une composante SEO plus ou moins approfondie :

- Niveau d'enseignement de bac+2 à bac+5
- Orientation technique, rédactionnelle ou transversale
- Degré de spécialisation en SEO de l'enseignement

Légende

Une estimation du volume d'heure accompagne chaque chapitre. La distinction entre les différentes approches est matérialisée par les indications ci dessous :

- T : enseignement à dominante technique
- R : enseignement à dominante rédactionnelle
- + : approfondissement, enseignement à spécialisation SEO

Enseignant, faites connaître votre formation !

Si vous enseignez le SEO, il est possible de faire connaître votre formation via notre livre blanc des formations (à paraître à l'automne 2010).

Inscrivez gratuitement votre formation via ce formulaire seo-camp.org/inscription-formation

1 Introduction au SEO

Volume : 3 heures

Définition

- Définition du SEO
- Différents outils de recherche : moteurs, annuaires, hybrides
- Les principaux acteurs : Google, Bing, Yahoo
- Historique et évolution (+)

Enjeux et concepts

- Enjeux du SEO
- Différenciation SEO, SEA, SMO
- Indexation, page de résultat, positionnement
- Introduction aux comportements de recherche (+)

2 Stratégie SEO

Volume : 3 à 6 heures

Analyse des mots clés recherchés (R)

- Le brainstorming en SEO
- Le test de mots clés : méthode et outils
- Les tendances de recherche des internautes (+)
- L'analyse de sites concurrents (+)
- L'évaluation et qualification des mots clés (+)

Pilotage

- Les axes de positionnement
- Les aspects organisationnels (+)
- Les comportements de recherche (+)
- L'interaction SEO / leviers e-marketing : SMO, SEA, affiliation, advertising, email (+)
- L'analyse de la saisonnalité (+)
- Cas du changement de domaine ou refonte (+)
- Cas de sites multilingues
- Intégration du processus de veille

Prospective

- L'évolution des moteurs de recherche
- Le marché du SEO (+)

3 Fonctionnement des moteurs

Volume : 3 à 5 heures

Anatomie d'une page de résultat

- Les SEO et le SEA
- L'assistance à la recherche
- La recherche universelle
- Les Sitelinks, Onebox, PlusBox, Direct Answer (+)
- La personnalisation des résultats (+)

Indexation, positionnement, guidelines

- Les robots et l'indexation
- Les critères de positionnement & pagerank
- Les index : web, images, news, vidéo
- Les approches SEO white vs blackhat (+)
- L'indexation en temps réel (+)

4 Optimisation In-Site

Volume : 6 à 10 heures

Les optimisations techniques (T)

- L'hébergement & performance de site
- L'optimisation du code source
- Les contenus accessibles (aux moteurs)
- Le paramétrage Webmaster Tools, robots.txt, balises moteurs
- Le cloacking (+)
- Les microformats (+)
- La gestion du duplicate content (+)
- Javascript, flash et ajax (+)

Les optimisations éditoriales (R)

- L'optimisation de texte
- L'arborescence du site, organisation de l'information
- Le cas de l'optimisation éditoriale d'une page
- L'analyse de texte par les moteurs (+)
- Le vol de contenu (+)

Des optimisations verticales

- La recherche locale
- La recherche de news (+)
- La recherche de vidéo
- La recherche d'image
- La recherche mobile (+)
- Moteur de shopping : Google Product Search, Bing Shopping

5 Optimisation du Netlinking

Volume : 4 heures

Les liens comme critères SEO

- Le Google Pagerank
- La qualité des liens : code, ancre, attribut nofollow
- Le netlinking interne
- Le trust rank, bad liking, seed sites (+)

Développer le netlinking externe (R)

- Les annuaires
- Les réseaux sociaux et blogs
- Les partenaires
- La stratégie éditoriale et le link baiting (+)

6 Outils SEO

Volume : 6 à 8 heures

Coté indexation & paramétrage

- Google Webmaster Tools (+)
- Yahoo Site Explorer et Bing Webmaster Center (+)

La boîte à outil pour...

- Tester les mots clés
- Estimer les visites des concurrents
- Tester les redirections, simuler le crawl (+)
- Plug-ins Firefox, plug-ins Google Chrome (+)
- Analyser la performance (au sens rapidité) d'un site (+)
- Contrôler le positionnement (+)
- Mesurer l'audience (+)
- Mesurer l'impact des réseaux sociaux (+)

La commission formation du SEO Camp

La commission formation est en charge de toutes les questions en rapport avec la formation des référenceurs. La commission s'est notamment donnée pour tâche de référencer les formations initiales préparant aux métiers du SEO.

Renaud JOLY – Responsable commission formation

Consultant en agence pendant une dizaine d'année et depuis peu responsable SEO «in-house» pour un site e-commerce généraliste. Chargé d'enseignement en référencement à l'IAE de Lille en Master Marketing Direct et E-commerce.

renaud-joly.fr

Jean Claude DOMENGET - Adjoint

Enseignant en multimédia, : communication web - médias sociaux - formations et métiers du web - économie numérique - référencement - gestion de projets.

enseignantmultimedia.blogspot.com

L'association SEO Camp

L'association SEO Camp a pour objectif principal de fédérer la communauté des référenceurs.

L'association est ouverte à toutes les personnes dont l'activité principale ou les centres d'intérêts sont le référencement ou le "search engine marketing" : webmasters, référenceurs "in house", consultants, amateurs passionnés.

seo-camp.org

Les autres commissions SEO Camp

La **commission emploi** traite des questions concernant l'emploi des personnes exerçant le métier de référenceur, qu'il s'agisse pour eux d'une activité principale ou secondaire. Elle réalise des études sur les salaires des référenceurs et a mis en place des « Speed Recruiting SEO », une forme informelle de rencontre entre employeurs et demandeurs d'emploi.

La **commission certification** est en charge de l'examen CESEO, élaboré en concertation avec l'ensemble des professionnels du référencement.

ceseoo.org

Les rencontres SEO Camp

Depuis 2007, l'association a réalisé plus de 50 événements dans plus de 10 villes en France, et dans l'espace francophone, en Belgique, en Luxembourg, jusqu'au Maghreb.

seo-camp.org/agenda

L'adhésion en ligne

Les membres du SEO Camp le sont à titre individuel et ne représentent aucune société, ni aucune organisation. L'adhésion est de 50€ ou 25€ pour les étudiants / demandeurs d'emploi.

adhesion.seo-camp.org

Annexes

Sites Internet

[50 Twitter SEO](#)

Le top SEO à suivre sur Twitter

www.abondance.com

Abondance, l'actualité et l'information sur le référencement et les moteurs de recherche

www.oseox.fr

Oseox, cours référencement, liens sponsorisés, affiliation, emailing.

s.billard.free.fr/referencement

Sebastien Billard, référencement design et Cie.

www.searchengineland.com

Search Engine Land (EN) , portail d'information sur le SEO.

www.webrankinfo.com

Webrankinfo, communauté francophone sur le référencement.

www.webmasterworld.com

Webmaster World (EN) forum sur le webmastering et le SEO.

www.wikio.fr/blogs/top/seo

Wikio, le top des blogs SEO

Bibliographie succincte

[« Réussir son référencement web »](#)

de Olivier Andrieu (Broché - 29 octobre 2009)

[« Bien rédiger pour le web : Et améliorer son référencement naturel »](#)

de Canivet Isabelle (Auteur)

[« Référencement, e-marketing et visibilité web : 30 pratiques pour décideurs et webmasters »](#)

de Fred Colantonio (Broché - 26 mai 2010)

Evénements SEO

[SEO Campus Paris](#)

L'événement dédié au search marketing, cycles de conférences SEO, SMA, SMO à Paris.

[SMX – Paris \(ou Londres\)](#)

Salon dédié au search marketing, SEO, SMA, SMO à Paris.

[SES - Londres](#)

Salon dédié au search marketing, SEO, SMA, SMO à Londres.