

Numéro de déclaration d'activité : 52440914744 (UP&KO). Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état. Numéro SIRET: 892 273 764 00019.

144, rue Bellamy 44000 Nantes

bonjour@alfieformation.fr

02 55 99 46 86

E-learning SEO Local par Marjolaine Tasset

Cette formation SEO 100% en e-learning dure plus de 10 heures et vous permet de mettre en place votre propre méthodologie de visibilité dans votre zone de chalandise sur Google. Cette formation a été créée par Marjolaine Tasset et vous permet de connaître tout sur le SEO Local.

Pour acheter la formation en direct, hors OPCO, c'est par ici : [Formation SEO Local](#).

Thèmes :

Google Maps,

Google My Business,

Local Pack,

Google Posts

Formation dispensée par: Marjolaine Tasset, Formatrice SEO.

Programme

Première partie

Généralités et définitions (1h 36'08")

- SEO local (enjeux et chiffres)
- Les facteurs de ranking
- Google My Business (chiffres et définition, collaboratif)
- Anatomie d'une fiche GMB (exemples sur plusieurs types de commerces)
- Local Pack
- Les mentions sur le local Pack
- Google Maps
- Ludocid / Ludo CID et Place IDs
- Publisher
- E-réputation
- + QCM (20 questions)

Deuxième partie

Les différents publishers et leurs caractéristiques (1h 23? 10?)

- L'écosystème de Google
- Facebook Local et Instagram
- Bing et Apple
- Les GPS (Here, Waze, Michelin, etc)
- Les annuaires
- Les assistants vocaux
- Publishers directs vs indirects
- QCM (20 questions)

Troisième partie

Gestion de la présence en ligne (Presence Management) (57'16")

- Les SERPs locales : où voulez-vous apparaître ?
- Une bonne base de données : les bonnes pratiques
- Faire une recherche de mots-clés et prioriser votre stratégie
- Et pour les établissements hors de France ? Stratégie internationale
- + QCM (20 questions)

Quatrième partie

Maitriser GMB (une partie de la stratégie de contenus aussi) (2h 24? 24?)

- Prendre les manettes de GBP
- Traquer et supprimer les doublons
- Catégories et attributs
- Images, vidéos et visites à 360°
- Liens vers son site et vers des sites tiers
- Les cas particuliers (horaires ou services secondaires)
- Google Posts
- Google Question/Réponses
- Google Business Messages
- Update de novembre 2021 : Google My Business devient Google Business Profile
- + QCM (20 questions)

Cinquième partie

Le SEO local on-site pierre angulaire de la stratégie de contenus (1h 11? 11?)

- Page local store vs page locale : définition et exemple
- La page locale
- Balises schema.org
- Page intent : bâtir un cocon sémantique autour de vos points de vente / produits phares
- FAQ structurée orientée local
- Liens et citations : obtenir des références (netlinking)
- Solutions pour automatiser la gestion des pages sur site (Partoo, Yext et Evermaps, Solocal)
- QCM (20 questions)

Sixième partie

Sécuriser sa stratégie de SEO Local (40? 00?)

- Le collaboratif c'est bien « mais » : bloquer les modifications
- Benchmark régulier (Pleper + observation)
- La veille SEO local : à quoi être attentif, qui suivre ?
- + QCM (20 questions)

Septième partie

E-réputation (50? 58?)

- Enjeux et chiffres, où ça se passe, ce qui dépend/ne dépend pas de vous
- Quand et Comment obtenir que Google supprime des avis ?
- Pourquoi et comment répondre aux avis
- Analyse sémantique des avis pour comprendre ce qui plaît/ne plaît pas
- Organisation et bonnes pratiques : l'intrêrêt de céder la gestion des fiches GMB en local
- + QCM (20 questions)

Huitième partie

E-commerce sur GMB (27? 45?)

- Google Shopping : Présenter ses produits gratuitement
- Google Merchant Center
- Utiliser les données de GMC
- + QCM (20 questions)

Neuvième partie

Analytics (15? 43?)

- Réconcilier le digital et le physique, c'est impossible, mais quelles données suivre pour l'aide à la décision
- Google Business Insights + quelques idées pour GA
- + QCM (20 questions)

Dixième partie

Conclusion (32? 11?)

- Comment les offres d'automatisation sont présentées : business models
- Comparatif des solutions d'automatisation
- Conclusion
- + Examen final – QCM (20 questions)

Moyens

Support de formation, vidéos explicatives, démonstration d'outils.

Prérequis

Aucune compétence technique mais requiert d'avoir quelques bases & culture web.

Public

Chef de projet webmarketing, référenceur, consultant en agence web ou en agence de référencement, webmaster, chef de projet digital, chargé de marketing, assistant communication, développeur, web-designer, graphiste, responsable communication, responsable commercial, responsable marketing, responsable e-commerce, CMO, CTO ou traffic manager.

Ce que vous apprendrez

- Apprendre à mettre en avant une entité sur internet
- Savoir utiliser les outils Google pour la mise en avant locale
- Comprendre et appliquer le principe du SEO Local

Les points forts des formations alfie

Finançable

Certifié QUALIOPFI pour les actions de formation, alfie vous permet de **faire financer votre formation jusqu'à 100% via les OPCO** et vous fournit tous les documents nécessaires à la demande.

Sur-mesure

Votre formateur adapte le contenu et les exercices de sa formation, grâce à **un appel téléphonique de 15 minutes avec vous, en amont de la formation.**

Pratique & concret

Tous nos formateurs et formatrices s'engagent à réaliser **au moins 2 exercices par séquence** de formation. Tous consultants en activité, ils vous proposent des études de cas réels.

Toujours à jour

Un QCM, un questionnaire de satisfaction et une étude d'impact à 90 jours nous permettent de **remonter vos feedbacks aux formateurs**, pour des formations mises à jour constamment.

Formez-vous avec alfie !

On vous rappelle dans les 24h pour échanger sur votre projet de formation.

[Obtenir un devis](#)

Des questions ? Appelez-nous : [02 55 99 46 86](tel:0255994686)

? Public en situation de handicap, nous écrire à maxime@alfieformation.fr.

?? Nos formations ne sont pas éligibles au CPF.