

Formation en référencement: Développer votre profil numérique (DIGIMFR, 3 jours)

Description

Vous voulez savoir comment stimuler votre entreprise grâce à une présence en ligne plus importante et plus pointue ? Vous êtes nouveau dans le monde des médias sociaux ou vous êtes dépassé par les différentes options ? Vous ne savez pas quelle solution convient le mieux à votre entreprise ? Le cours Formation en référencement : Développer votre profil numérique vous aide à acquérir une solide compréhension du monde actuel et évolutif des médias sociaux. Vous apprendrez à analyser les tendances en ligne pour vous concentrer sur les marchés et les produits, et à élaborer votre propre feuille de route numérique - pour identifier les informations dont vos clients ont besoin et se rendre là où ils veulent aller.

Tarifs

- Tarification: \$2,750/person
- Rabais de 10% lorsque vous inscrivez 3 personnes.

Plan de cours

Le paysage de la recherche

Aperçu des stratégies de travail

Fixer des objectifs réalistes pour le marketing numérique

Exploration des facteurs de classement de Google

Le pouvoir de l'autorité, de la confiance et de la pertinence

À propos du classement et de la structure des pages

Qu'en est-il des médias sociaux ?

Une combinaison puissante : Organique et PPC

L'art de la recherche de mots-clés

Qu'est-ce qu'un mot-clé ?

Éléments de la page qui contribuent aux mots-clés

Choix des mots-clés en fonction des objectifs et de la structure de l'entreprise

Recherche de mots-clés

Réduire les choix de mots-clés

L'art de créer des liens

Catégorisation des liens du site

L'importance des liens du site

Comment obtenir des liens de site

Les pièges à éviter

Explorer les stratégies de création de liens

L'art des médias sociaux

L'importance relative des médias sociaux

À propos de Facebook et du référencement

À propos de Twitter et du référencement

À propos de LinkedIn et du référencement

Plus sur les médias sociaux

Google Analytics

Se connecter à l'analyse

Utilisation des vues primaires

Création de cibles

Analyse des schémas comportementaux

Analyse des profils d'utilisateurs

Utilisation des tableaux de bord

Google AdWords

Choisir les mots-clés cibles d'AdWords

Créer des annonces

Utilisation des extensions publicitaires

Fixer des objectifs publicitaires

Création de campagnes

Suivi du succès des mots-clés

Afficher les résultats et améliorer les campagnes