

PROGRAMME DE LA FORMATION

SEO Local



Durée totale : 10h22'30"
Formateur : Marjolaine TASSET

1. Généralités et définitions (1h 36'08")

- A. SEO local (enjeux et chiffres)
- B. Les facteurs de ranking
- C. Google My Business (chiffres et définition, collaboratif)
- D. Anatomie d'une fiche GMB (exemples sur plusieurs types de commerces)
- E. Local Pack
- F. Les mentions sur le local Pack
- G. Google Maps
- H. Ludocid / Ludo CID et Place IDs
- I. Publisher
- J. E-réputation

+ QCM (20 questions)

2. Les différents publishers et leurs caractéristiques (1h 23' 10")

- A. L'écosystème de Google
- B. Facebook Local et Instagram
- C. Bing et Apple
- D. Les GPS (Here, Waze, Michelin, etc)
- E. Les annuaires
- F. Les assistants vocaux
- G. Publishers directs vs indirects

+ QCM (20 questions)

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

- A. Les SERPs locales : où voulez-vous apparaître ?
- B. Une bonne base de données : les bonnes pratiques
- C. Faire une recherche de mots-clés et prioriser votre stratégie
- D. Et pour les établissements hors de France ? Stratégie internationale

+ QCM (20 questions)

[Commander la formation →](#)

4. Maitriser GMB (une partie de la stratégie de contenus aussi) (2h 24' 24")

- A. Prendre les manettes de GBP
- B. Traquer et supprimer les doublons
- C. Catégories et attributs
- D. Images, vidéos et visites à 360°
- E. Liens vers son site et vers des sites tiers
- F. Les cas particuliers (horaires ou services secondaires)
- G. Google Posts
- H. Google Question/Réponses
- I. Google Business Messages
- J. Update de novembre 2021 : Google My Business devient Google Business Profile

+ QCM (20 questions)

5. Le SEO local on-site pierre angulaire de la stratégie de contenus (1h 11' 11")

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

+ QCM (20 questions)

6. Sécuriser sa stratégie de SEO Local (40' 00")

- A. Le collaboratif c'est bien "mais" : bloquer les modifications
- B. Benchmark régulier (Pleper + observation)
- C. La veille SEO local : à quoi être attentif, qui suivre ?

+ QCM (20 questions)

7. E-réputation (50' 58")

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

+ QCM (20 questions)

8. E-commerce sur GMB (27' 45")

- A. Google Shopping : Présenter ses produits gratuitement
- B. Google Merchant Center
- C. Utiliser les données de GMC

+ QCM (20 questions)

9. Analytics (15' 43")

- A. Réconcilier le digital et le physique, c'est impossible, mais quelles données suivre pour l'aide à la décision
- B. Google Business Insights + quelques idées pour GA

+ QCM (20 questions)

10. Conclusion (32' 11")

- A. Comment les offres d'automatisation sont présentées : business models
- B. Comparatif des solutions d'automatisation
- C. Conclusion

+ Examen final - QCM (20 questions)

La formation est émaillée de nombreux exemples et exercices concrets visant à expliciter du mieux possible les informations fournies.

Ce programme est fourni à titre indicatif, il peut être modifié sans préavis en fonction de l'actualité des moteurs de recherche.



Votre formatrice

Marjolaine Tasset est consultante webmarketing et experte en SEO local (Journal du Net, Partoo, BNP Paribas)

Vous avez des questions sur la formation, le financement ?

Thibaud, votre interlocuteur privilégié chez Formaseo, se tient à votre disposition pour répondre à toutes vos questions sur la formation

contact@formaseo.fr



[Commander la formation →](#)