
PROGRAMME DE FORMATION

« FORMATION SEO LOCAL »

Durée de la Formation : À partir de 3 heures

Tarif : Sur étude des besoins (le tarif varie en fonction de la durée, du niveau de complexité du projet et du nombre de participants).

Formation individuelle ou avec vos collaborateurs : un programme personnalisé en fonction de vos besoins

Modalités de formation : présentiel ou distanciel

Date de formation : selon vos disponibilités et celles du formateur (réponse garantie dans les 72 heures suite à votre demande de devis)

Lieu de formation : chez le client

Éligible à un financement OPCO (budget formation de votre entreprise)

Taux de satisfaction des stagiaires en attente

Taux d'assiduité des stagiaires : en attente

Accès aux personnes en situation de handicap possible : merci de prendre contact avec nous

Contact : Maureen DEHEUL (formation@trafic-influence.com) – 09.67.15.36.12

CGV : consultable sur www.trafic-influence.com/formation/formation-seo-local/

Règlement intérieur : consultable sur www.trafic-influence.com/formation/formation-seo-local/

CONTENU PÉDAGOGIQUE



Public visé

- **Commerçants, artisans et TPE** souhaitant augmenter leur visibilité locale et attirer plus de clients dans leur zone de chalandise.
- **Professionnels du marketing et de la communication :** pour renforcer leurs compétences en ciblage précis et créer des campagnes plus pertinentes.
- **Salariés en reconversion ou débutants en marketing :** pour acquérir une compétence recherchée afin de concevoir des stratégies client-centrées et accroître leur employabilité.



Objectifs pédagogiques

- **Comprendre l'importance du SEO local :** savoir pourquoi il est indispensable pour les entreprises ciblant une clientèle de proximité.
- **Créer et optimiser sa fiche Google My Business :** maîtriser la configuration initiale, la validation, le tableau de bord et les fonctionnalités de base.
- **Apprendre les techniques avancées d'optimisation :** titre, catégorie, description, gestion des avis, photos, Google Posts, etc.
- **Éviter les erreurs courantes** et appliquer les bonnes pratiques pour améliorer son positionnement local.
- **Savoir mesurer ses performances et ajuster ses actions :** suivi des indicateurs clés, pilotage de la stratégie locale, audit et amélioration continue.



Description

Introduction à Google My Business

Comprendre l'outil et son rôle dans la stratégie de référencement local.

- Qu'est-ce que Google My Business ?
- Pourquoi est-ce important pour le SEO local ?

Création et validation de la fiche

- Les étapes pour ouvrir un compte.
- La procédure de validation (courrier postal, téléphone, etc.).

Gestion du tableau de bord

- Navigation, fonctionnalités principales et exploitation des statistiques clés.

L'optimisation de la fiche Google My Business

- Titre et catégorie
 - Choisir un titre pertinent et la bonne catégorie pour maximiser la visibilité.
- Description et adresse
 - Rédiger une description claire, ciblée et adaptée aux moteurs de recherche.
 - Vérifier la cohérence de l'adresse et l'exactitude des informations.
- Horaires, services et produits
 - Mettre à jour les horaires pour mieux informer vos clients.
 - Présenter ses services/produits de manière attractive.
- Gestion des avis et photos
 - Répondre correctement aux avis (positifs et négatifs).
 - Optimiser la qualité et la variété des visuels (photos, logos).
- Questions, Google Posts, traductions
 - Animer votre fiche : publications régulières, FAQ, interactions avec les clients.
 - Adapter la fiche dans plusieurs langues si besoin.
- Liens et chat (WhatsApp, SMS)
 - Comprendre l'importance des liens (site web, prise de rendez-vous, réservation).
 - Activer la messagerie directe pour faciliter le contact.

Conclusion et audits pratiques

- Les critères de positionnement local
 - Comprendre comment Google classe les fiches, principaux facteurs de ranking.
- Les erreurs à éviter
 - Les mauvaises pratiques qui peuvent nuire au référencement (informations inexactes, spam de mots-clés, etc.).
- Audit en live
 - Analyse concrète d'une fiche Google My Business existante pour identifier les points forts et les axes d'amélioration.
- Conclusion
 - Récapitulatif et synthèse des bonnes pratiques pour le SEO local.

★ Prérequis

- Connaissances de base en marketing digital ou en communication.
- Maîtrise minimale des outils bureautiques et du web.
- Intérêt pour les stratégies locales et la génération de trafic "proche de chez soi".
- Motivation pour développer la visibilité d'une entreprise dans sa zone géographique.



Modalités pédagogiques

- **Organisation** : Formation en présentiel (en groupe restreint ou individuel) - Possibilité de distanciel (classe virtuelle) avec des moments synchrones (visioconférences) et asynchrones (travaux dirigés)
- **Méthodes** : Alternance d'exposés théoriques et d'exercices pratiques - Études de cas concrets inspirés de la pratique professionnelle des participants - Échanges de groupe, retours d'expériences et brainstorming collectif - Programme découpé en modules cohérents - Acquisition des compétences étape par étape, avec validation régulière des acquis - Évaluations formatives pendant la formation - Conseils personnalisés pour adapter les nouvelles compétences aux besoins spécifiques de chaque participant
- **Support de formation** : support mémo disponible pour chaque stagiaire en format numérique – Fiches Outils pratiques (checklists, trames d'entretien, exemples de personas)



Moyens et supports pédagogiques

- **Support de cours et fiches pratiques** : Supports numériques (PDF, présentations) remis à chaque stagiaire - Fiches-outils synthétiques pour favoriser l'application concrète des connaissances
- **Outils et plateformes** : Utilisation de solutions collaboratives (Google Drive, Notion, Trello ...) pour le partage de documents et le suivi des exercices
- **Mise en situation** : Exercices et cas pratiques basés sur des scénarios réels ou fictifs - Simulations de situations professionnelles (gestion de projet, audits, etc.)
- **Échanges et retours d'expérience** : Séances de questions-réponses



Modalités d'évaluation et de suivi

- **Suivi** : Feuille(s) de présence émargée(s) par demi-journée par les stagiaires et le formateur, Attestation de formation remise à chaque stagiaire, certificat de réalisation
- **Évaluation** : Exercices de création et d'optimisation de fiches Google My Business, études de cas réels ou fictifs pour s'entraîner à l'audit, séances de questions-réponses et partages de bonnes pratiques entre participants. Test final ou QCM sur l'optimisation d'une fiche Google My Business (ou un cas réel) pour valider les acquis.