



REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATION

La certification s'adresse aux dirigeants de petites d'entreprises et aux collaborateurs directs chargés de la communication marketing souhaitant mettre en place une stratégie de référencement naturel dans les moteurs de recherche en vue de développer l'activité de leur entreprise.

Prérequis : le candidat devra avoir un site internet ou un projet de création de site, un projet de référencement pour ce site ainsi qu'un an d'expérience professionnelle.

Modalités de vérification du prérequis : Les prérequis seront validés via l'entretien de positionnement en amont de la formation

Candidat en situation de handicap : Tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur le conseil du référent Handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
Développer son activité avec le référencement naturel	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
C1. Cadrer le projet de référencement naturel de son site internet en estimant le budget nécessaire à sa mise en place en fonction de sa stratégie de communication globale (cible, objectifs ...) afin de fixer des objectifs marketing précis.	<p>E1. Type d'évaluation : Mise en situation réelle portant sur le référencement naturel d'un site internet avec remise de rapport et soutenance orale.</p> <p>Le candidat prépare en amont de la soutenance orale un dossier d'amélioration du référencement d'un site internet en lien avec un objectif professionnel visé qu'il aura à soutenir à l'oral.</p>	<p>Cr1. Le rapport remis par le candidat est complet, structuré et permet d'identifier :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les caractéristiques de la cible visée, • Le budget nécessaire et disponible, • Les objectifs marketing visés par la stratégie de référencement naturel.
C2. Réaliser un audit sémantique des expressions les plus recherchées par sa cible tout en tenant compte des objectifs marketing de l'entreprise afin de cibler les actions de référencement à mettre en œuvre.	<p>Réalisations demandées au candidat :</p>	<p>Cr2. Les mots-clés sélectionnés par le candidat sont pertinents : ils décrivent les services ou produit du site, ils sont peu concurrentiels et souvent recherchés par les internautes visés.</p>

<p>C3. Identifier les optimisations techniques du site internet en fonction des possibilités offertes par la technologie utilisée et en veillant à l'adaptabilité des potentiels visiteurs en situation de handicap afin de déterminer le périmètre d'actions à réaliser et ainsi développer son indexation dans les moteurs de recherche.</p>	<p>Le candidat présente, dans son rapport écrit, l'analyse réalisé en lien avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs en termes de référencement naturel en fonction de la cible et des ressources internes, • L'audit sémantique des expressions les plus recherchées par la cible, • Les optimisations techniques possibles sur le site. <p>Le candidat élabore ensuite une stratégie éditoriale à partir des objectifs d'optimisation des contenus du site Internet et identifie un site partenaire potentiel.</p> <p>Le candidat présente à l'oral les différentes actions mises en place de référencement en fonction des axes d'amélioration précédemment identifiés et justifie de la méthode employée pour améliorer le référencement de son site internet qu'il commentera face au jury d'évaluation.</p> <p>Le candidat présente enfin à l'oral le cadre nécessaire au pilotage de l'amélioration continue du référencement naturel du site depuis des outils d'analyse / des tableaux de bord.</p> <p>Le jury d'évaluation se réserve le droit de questionner le candidat sur sa prise en compte des personnes en situation de handicap dans le développement de son activité avec le référencement naturel.</p>	<p>Cr3. Les améliorations techniques du site internet du candidat sont correctement priorisées dans le rapport :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'optimisation des balises propres au référencement (Title, Meta Description...) intègre les mots-clés sélectionnés et respecte les prérequis techniques, • L'optimisation des contenus (texte, image, vidéo...) intègre les mots-clés sélectionnés et respecte les prérequis techniques. • L'optimisation des URL et du maillage interne intègre les mots-clés sélectionnés et respecte les prérequis techniques. • L'optimisation des visuels et des contenus écrits pour les personnes en situation de handicap
<p>C4. Élaborer une stratégie éditoriale orientée référencement pour le site internet de l'entreprise en établissant un calendrier de publication de contenus optimisés sémantiquement à destination de la cible et répondant aux objectifs de l'entreprise afin de développer la visibilité de l'entreprise dans les résultats de recherche.</p>	<p>Le candidat présente à l'oral le cadre nécessaire au pilotage de l'amélioration continue du référencement naturel du site depuis des outils d'analyse / des tableaux de bord.</p>	<p>Cr4. La stratégie éditoriale élaborée par le candidat prend en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs stratégiques de l'entreprise, • Les opportunités de mots clés sur lesquelles devront se baser / être retravaillés les contenus du site.
<p>C5. Développer la popularité de son site en identifiant des sites partenaires potentiels et en établissant des partenariats avec eux afin d'améliorer les performances de référencement du site Internet.</p>	<p>Le jury d'évaluation se réserve le droit de questionner le candidat sur sa prise en compte des personnes en situation de handicap dans le développement de son activité avec le référencement naturel.</p>	<p>Cr5. Le site partenaire identifié par le candidat est pertinent vis-à-vis des objectifs de référencement :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les critères de popularité du site partenaire sont identifiés (nombre de pages indexées du site partenaires, score de popularité...), • Le site partenaire présente du contenu de qualité, cohérent vis-à-vis du site du candidat.

C6. Mobiliser les compétences internes disponibles et/ou les expertises de prestataires externes afin d'optimiser le projet de référencement naturel dans un principe d'amélioration continue.

C7. Analyser les résultats du référencement naturel en s'appuyant sur des indicateurs et outils de contrôle de la performance afin d'identifier des solutions d'optimisation de sa position dans les moteurs de recherche.

Cr6. Le candidat présente les intervenants nécessaires au projet de référencement : intervenants internes et prestataires :

- Les intervenants et prestataires sont pertinents vis-à-vis du budget et des objectifs de l'entreprise,
- Les compétences des intervenants et prestataires sont adaptées vis-à-vis de la stratégie de référencement naturel.

Cr7. Le candidat argumente avec pertinence sur les conditions d'un pilotage d'actions de référencement réussi. Il présente les outils d'analyse sur lesquels il s'est appuyé pour apprécier de l'efficacité des actions de référencement mises en œuvre :

- Les outils nécessaires au suivi des résultats sont identifiés,
- Les statistiques propres au référencement sont identifiées,
- Les indicateurs de performances sont adaptés aux objectifs de l'entreprise,
- Les indicateurs à intégrer au tableau de bord de suivi sont identifiés.