PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · RÉFÉRENCEMENT NATUREL

À distance, en classe virtuelle

Auditer son site pour révéler ses leviers de visibilité SEO

Réf MM-PROG-MKG-1-020-35H · v1.0 · Novembre 2026

35h	5 jours	6	2 975 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Conduite d'un audit SEO complet sur un site existant pour identifier et hiérarchiser les leviers de croissance.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Cadrer un audit SEO de site adapté à ses enjeux business et à son périmètre
2. Auditer la visibilité SEO et GEO de son site
3. Diagnostiquer l'architecture de contenu, le niveau d'EEAT et la qualité éditoriale
4. Auditer l'expérience utilisateur et les leviers d'optimisation de la conversion
5. Auditer la performance technique d'un site

POUR QUI

Responsables marketing et SEO, freelances SEO, webmasters et chargés de communication digitale. Intermédiaire en SEO.

AVANT DE COMMENCER

Connaissance du marketing digital, premières pratiques d'animation d'un site web

Poste avec internet ; outils de mesure d'audience et de suivi du référencement, idéalement d'analyse comportementale

Disposer d'un site à auditer pendant la formation audit SEO

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Cadrer un audit SEO de site · Audit des leviers de visibilité SEO et GEO

Typologie des audits (visibilité, contenu, UX/conversion, technique, sécurité) et logiques de combinaison · Audit de positionnement

MODULES 3 ET 4

Audit de l'architecture de contenu et de la qualité éditoriale · Audit de l'expérience utilisateur et de la conversion

Inventaire des contenus et typologies (pages produits / services, articles, pages piliers, cluster content, landing pages, pages locales) · Cadrage des parcours clés et des objectifs de conversion

MODULES 5 ET 6

Auditer la performance technique du site · Restituer son audit SEO et bâtir sa roadmap

Crawl et indexation · Hiérarchisation et priorisation des recommandations (matrice impact / effort)

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



Alternance d'apports



Démonstrations live



Études de cas



Exercices d'audit

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 2H

Cadrer un audit SEO de site

Typologie des audits (visibilité, contenu, UX/conversion, technique, sécurité) et logiques de combinaison · Définition du périmètre et objectifs business · Cadrage des données et accès nécessaires

MODULE 2 · 10H

Audit des leviers de visibilité SEO et GEO

Audit de positionnement · Audit on-page, couverture des intentions, cannibalisation · Audit off-page · Audit GEO · Audit SEO local (si applicable) · Audit concurrentiel : gap analysis mots-clés, content gap, force du profil de liens des concurrents, gap d'autorité · Synthèse des leviers de visibilité priorisés

MODULE 3 · 9H

Audit de l'architecture de contenu et de la qualité éditoriale

Inventaire des contenus et typologies (pages produits / services, articles, pages piliers, cluster content, landing pages, pages locales) · Architecture de contenu : couverture sémantique, autorité thématique, maillage interne stratégique (cocon, hub & spokes) · Audit EEAT sur les pages stratégiques · Audit Helpful Content : utilité réelle, intention satisfaite, signaux d'auteur, fraîcheur, sources · Détection des contenus IA déclassables et plan de remédiation · Recyclage, mise à jour et historisation

MODULE 4 · 6H

Audit de l'expérience utilisateur et de la conversion

Cadrage des parcours clés et des objectifs de conversion · Audit ergonomique et des éléments persuasifs · Audit des parcours et du tunnel de conversion · Lecture des données comportementales (heatmaps, replays, événements analytics, tests…) · Synthèse des leviers d'optimisation de la conversion

MODULE 5 · 3H

Auditer la performance technique du site

Crawl et indexation · Performance : Core Web Vitals, mobile-first et adaptabilité multi-supports · Sécurité de base · Données structurées : conformité, couverture, opportunités · Internationalisation (si cas présents dans le groupe) : hreflang, gestion multi-langues, multi-domaines

MODULE 6 · 5H

Restituer son audit SEO et bâtir sa roadmap

Hiérarchisation et priorisation des recommandations (matrice impact / effort) · Quick wins vs chantiers structurants · Chiffrage et arbitrages ressources (interne, agence, formation) · Cas pratique fil rouge : restitution d'audit complet SEO sur son site avec roadmap

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Projet final d'audit complet et de roadmap · Livrable : audit SEO complet de son site (visibilité SEO et GEO, architecture de contenu, EEAT, UX et conversion, performance technique), roadmap priorisée à défendre

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

2 975 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44