

RÉSEAU ABONDANCE

3, rue des Châteaux
67140 Heiligenstein
Tél : 03 88 08 83 26
E-mail : olivier@abondance.com
Web : <http://www.reseau-abondance.com/>

**CONVENTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE**

(Articles L. 6353-1 et L.6353-2 du Code du travail)

Cette convention doit être conclue avant toute inscription définitive et tout règlement de frais (Article L. 6353-3).

Entité suivant la formation (ci-après dénommée le bénéficiaire) :

Nom de l'entreprise :

Prénom et Nom de la personne suivant la formation :

Prise en charge par :

Nom de l'organisme de formation : RÉSEAU ABONDANCE

Numéro de déclaration d'activité de l'organisme de formation : 42 67 04436 67.

Numéro SIREN de l'organisme de formation : 520039942

Adresse de l'organisme de formation : 3, rue des châteaux, 67140 Heiligenstein

I – OBJET

En exécution de la présente convention, l'organisme de formation s'engage à organiser l'action de formation ouverte à distance (FOAD) intitulée : « **Formaseo Niveau 2 : SEO et e-commerce** ».

II – NATURE ET CARACTERISTIQUES DES ACTIONS DE FORMATION

- L'action de formation entre dans la catégorie des actions prévues par l'article L. 6313-1 du Code du travail.
- Elle a pour objectif l'acquisition de connaissance en matière **de référencement et d'optimisation de site web pour les moteurs de recherche spécifiquement pour les sites e-commerce (boutiques en ligne)**.
- Elle s'effectuera à distance, grâce aux outils proposés en ligne pour le bénéficiaire par l'organisme de formation : 13 chapitres, 87 vidéos, 140 questions posées sous la forme de QCM (un par chapitre, permettant de valider celui-ci + un examen final).
Le programme détaillé de l'action de formation est explicité en annexe de la présente convention.

III – OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- ✓ Comprendre les mécanismes des systèmes de classement et de visibilité en SEO pour les sites e-commerce.
- ✓ Optimiser son site web pour le SEO.
- ✓ Mettre en place une stratégie SEO pour sa boutique en ligne.
- ✓ Comprendre l'utilisation des différents CMS e-commerce (Prestashop, Magento, Shopify, WooCommerce...) pour ce qui est du SEO.
- ✓ Effectuer un suivi des opérations mises en place.

IV – PUBLIC CIBLÉ ET PRÉ-REQUIS NECESSAIRES

Publics visés : Directeur / Responsable de la communication externe et interne - Directeur / Responsable marketing - Chef de projet marketing - Chef de marque - Planneur stratégique - Webmaster - Chef de projet Web - Consultant SEO et en règle générale, toute personne intéressée par le SEO et la visibilité sur Google.

Pré-requis : une première connaissance du SEO est recommandée, tout comme le fait d'avoir si possible suivi la formation « Formaseo Niveau 1 : les fondamentaux du SEO ». Ce n'est pas absolument indispensable, mais la plupart des fondamentaux du SEO ne sont pas repris dans les formations « Formaseo Niveau 2 ».

V – ORGANISATION DE L'ACTION DE FORMATION

L'action de formation est organisée pour un seul bénéficiaire qui suivra la totalité du cursus pour obtenir une attestation validant son succès à la formation.

La formation comprend 13 chapitres, chacun proposant un certain nombre de vidéos suivant le programme indiqué en annexe.

Les vidéos peuvent être mises à jour par l'organisme de formation en fonction de l'actualité du domaine.

À la fin de la formation, une attestation ainsi qu'un certificat d'assiduité sont remis au stagiaire.

Le bénéficiaire dispose d'une durée d'un an pour effectuer le cursus complet de la formation.

Le bénéficiaire doit disposer, pour suivre la formation, d'un ordinateur connecté à Internet.

Les diplômes, titres et références de la personne chargée de la formation sont indiqués dans le CV proposé en annexe de ce document.

VI – MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES PERMETTANT DE SUIVRE L'EXECUTION DE L'ACTION

- Le stagiaire est continuellement en rapport avec le formateur et peut poser ses questions à l'aide de commentaires disponibles pour chacune des vidéos de la formation. Une réponse par le formateur est fournie à chaque question du stagiaire généralement en moins de 24 heures (jours ouvrés).

- A la fin de la formation, une attestation ainsi qu'un certificat d'assiduité sont remis au stagiaire, ainsi qu'une attestation mentionnant le nombre d'heures de connexion effectuées avec les dates précises de ces connexions avec un relevé des notes acquises aux différents QCM.

- La formation est assurée par **Mathieu Chapon**, consultant webmarketing et expert en SEO (société Search Foresight).

VII – MOYENS PERMETTANT D'APPRECIER LES RESULTATS DE L'ACTION

Un QCM intermédiaire (10 questions) est proposé à la fin de chacun des 12 premiers chapitres de la formation. Pour pouvoir répondre à ce QCM, le bénéficiaire doit avoir visualisé au moins une fois chaque vidéo du chapitre.

Un QCM final (20 questions) est proposé à la fin de la formation. Pour répondre à ce QCM, le bénéficiaire doit avoir obtenu la moyenne (note supérieure ou égale à 10 sur 20) à chacun des 13 QCM de la formation.

VIII – SANCTION DE LA FORMATION

Une note supérieure ou égale à 10 sur 20 au QCM final valide la formation et génère l'envoi de l'attestation de fin de formation au bénéficiaire, en application de l'article L. 6353-1 du Code du travail.

Un certificat d'assiduité est également envoyé, récapitulant les notes obtenues à chaque QCM intermédiaire et au QCM final.

IX – NON RÉALISATION DE LA PRESTATION DE FORMATION

Le suivi intégral de la formation est à la charge du bénéficiaire. Celui-ci ne pourra faire la demande d'aucun remboursement, notamment s'il ne suit pas la formation jusqu'à la dernière étape et s'il n'obtient pas de validation et d'attestation.

X – PRIX DE LA FORMATION

Le coût de la formation, objet de la présente, s'élève à : 299 € HT + T.V.A. 20 % = 358,80 € TTC. Cette somme couvre l'intégralité des frais engagés de l'organisme de formation pour cette session.

XI – DATES

La formation s'effectuera selon les dates suivantes :

Date de début : / /

Date de fin : / /

XII – LITIGES

Si une contestation ou un différend n'ont pu être réglés à l'amiable, le tribunal de Colmar sera seul compétent pour régler le litige.

Fait en double exemplaire, à Heiligenstein , le

Pour l'organisme de formation
(nom, qualité du signataire)

RESEAU ABONDANCE
3, rue des Châteaux
67140 HEILIGENSTEIN
Tél. : 03 88 08 83 26 - Fax : 03 88 08 83 27
E-mail : reseau@abondance.com
Site web : www.abondance.com



Olivier Andrieu, gérant

Annexe 1. Programme de la formation « Formaseo Niveau 2 : SEO et e-commerce »
(durée totale : 12h 17' 12")

1.Introduction (1h 3' 6")

1. L'optimisation du SEO d'un site e-commerce: Les enjeux (1 : les chiffres)
 2. L'optimisation du SEO d'un site e-commerce: Les enjeux (2 : les termes utilisés)
 3. L'optimisation du SEO d'un site e-commerce: Les enjeux (3 : e-commerce et EAT)
 4. Priorité au mobile (1)
 5. Priorité au mobile (2)
 6. Top, Middle et long tail: La particularité des requêtes en e-commerce
 7. Évaluer la concurrence
 8. Les principaux problèmes d'un site e-commerce
- + QCM (10 questions)

2. La technique (1h 23' 5")

1. Différentes zones de la boutique
 2. Gérer le budget de crawl de Google (1)
 3. Gérer le budget de crawl de Google (2)
 4. La pagination (1)
 5. La pagination (2)
 6. Gérer la multi catégorisation d'un produit
 7. Gestion du contenu dupliqué via une déclinaison des fiches produits
 8. Arborescence et maillage des parties blog/conseil
 9. Search Indexing (ou pas) : moteur de recherche interne
 10. Création d'une page 404
- + QCM (10 questions)

3. La sémantique (50' 44")

1. Gestion des balises Title et meta description
 2. L'intention Informationnelle (1)
 3. L'intention Informationnelle (2)
 4. L'intention Commerciale
 5. L'intention Navigationnelle
 6. L'intention Transactionnelle
 7. Le mix des intentions
- + QCM (10 questions)

4. Le maillage interne (36 41")

1. Le cross linking sur les fiches produits
 2. Maitriser la profondeur de son site (1)
 3. Maitriser la profondeur de son site (2)
 4. Les différentes méthodes de construction de silos
 5. Comment construire un menu
- + QCM (10 questions)

5. La gestion des facettes (29' 29")

1. Facettes ouvertes ou fermées ?
 2. Différentes solutions d'ouverture des facettes
 3. Gérer l'ouverture (ou la fermeture) des facettes
- + QCM (10 questions)

6. L'optimisation des différents modèles de page (57' 24")

1. La page d'accueil : La porte d'entrée de votre boutique
 2. Les pages de navigation : Univers/Catégorie
 3. Les pages de liste produits
 4. Les pages produits
 5. Les pages "marques"
 6. Le blog
 7. Les pages de guide, conseils...
- + QCM (10 questions)

7. Les Données structurées (45' 48")

1. Les Données structurées : introduction
 2. Balises de données structurées : Produit
 3. Balises de données structurées : Avis
 4. Balises de données structurées : Store Locator
 5. Balises de données structurées : Entreprise
 6. Balises de données structurées : Search
 7. Balises de données structurées : FAQ
- + QCM (10 questions)

8. La vie d'un site e-commerce (1h 0' 23")

1. Le lancement d'un site e-commerce
 2. Rotation des catalogues
 3. Gestion des pages promotions / soldes / événements récurrents
 4. Gestion de la marque (1)
 5. Gestion de la marque (2)
 6. Migration d'un site e-commerce
- + QCM (10 questions)

9. La vision à l'international (34' 33")

1. Quels sont les enjeux d'une stratégie à l'international ?
 2. Comment placer le bon contenu dans le bon index ?
 3. Le choix de l'extension, des sous-domaines ou du répertoire
 4. Les cas particuliers de Yandex et Baidu
- + QCM (10 questions)

10. Les performances et l'UX (36' 14")

1. Principaux freins à la performance (1)
 2. Principaux freins à la performance (2)
 3. Principaux freins à la performance (3)
 4. L'importance des temps de chargement sur la conversion
- + QCM (10 questions)

11. S'ouvrir à d'autres canaux (2h 15' 44")

1. Qu'est-ce que je dois faire pour assurer le lancement de ma boutique et obtenir les premiers backlinks ?
2. Analyse d'une SERP sur les expressions e-commerce
3. Comment optimiser un store locator ?
4. Gestion des fiches My Business / Google Profile Business (1)
5. Gestion des fiches My Business / Google Profile Business (2)
6. Mener une synergie SEA/SEO
7. Gestion des marketplaces
8. Optimisation du SEO sur Amazon (1)
9. Optimisation du SEO sur Amazon (2)
10. Travailler les images
11. Le format AMP
12. Gestion de Pinterest (1)

- 13. Gestion de Pinterest (2)
- 14. Le format PWA
- + QCM (10 questions)

12. Les différents CMS e-commerce (1h 38' 50")

- 1. Optimiser le SEO sur Salesforce (1)
- 2. Optimiser le SEO sur Salesforce (2)
- 3. Optimiser le SEO sur Magento (1)
- 4. Optimiser le SEO sur Magento (2)
- 5. Optimiser le SEO sur WooCommerce (1)
- 6. Optimiser le SEO sur WooCommerce (2)
- 7. Optimiser le SEO sur WooCommerce (3)
- 8. Optimiser le SEO sur Shopify (1)
- 9. Optimiser le SEO sur Shopify (2)
- 10. Optimiser le SEO sur Prestashop (1)
- 11. Optimiser le SEO sur Prestashop (2)
- + QCM (10 questions)

13. Conclusion (5' 11")

- 1. Conclusion de la formation "e-Commerce et SEO"
- + 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.

Annexe 2. Présentation du formateur

Après avoir fait ses armes chez Iprospect et @positon, en 2021, [Mathieu Chapon](#) fonde avec Philippe Yonnet et le groupe [Heroïks](#), l'agence [Search Foresight](#). Mathieu supervise la R&D et la création d'outils innovants mêlant la donnée et le machine learning.

Véritable Sherlock Holmes du SEO, avec une approche orientée DATA, son objectif quotidien est de montrer aux clients ce qu'il leur manque pour conquérir les premières places. Que le sujet soit technique, sémantique, UX, organisationnel ou portant sur la notoriété, il s'emploie en permanence à comprendre ce qui bloque la croissance d'un site et à trouver les réponses adaptées à vos contraintes et aux objectifs fixés.



Passionné du référencement naturel, il partage son temps entre le développement de son agence et l'accompagnement de sites e-Commerce, sujet de prédilection de votre formation. Il a eu la chance, pendant sa carrière d'accompagner des sites de renom allant des pure players, leaders dans leur secteur : eBay, Priceminister, Cdiscount, Rueducommerce... aux retailers : SFR, Truffaut, Castorama ou Boulanger.

Enfin, éprouvant le besoin de partager ses connaissances, il prend la parole sur le blog de Search Foresight comme sur le Journal du net et n'hésite pas à partager son savoir-faire auprès des écoles (PPA, IESEG, WOLD WILD SCHOOL) et lors d'évènements (SEOCAMP, SMX, SEARCHY, SALON E-Marketing).