

CATALOGUE DES FORMATIONS

RÉFÉRENCEMENT NATUREL SEO | RÉDACTION WEB
RÉSEAUX SOCIAUX | GOOGLE ANALYTICS | DIGITAL
E-COMMERCE | RÉFÉRENCEMENT PAYANT SEA
ADWORDS | MOBILE...

formation@know-y.fr

01 80 88 56 00

www.know-y.fr



UNE OFFRE DE FORMATION EN CONSTANTE EVOLUTION

Une offre de formation en constante évolution

Créé en 2018, la Société Know Y est spécialisée dans l'organisation de conférences et de formations. Know Y gère un centre de formation sur le Search et Digital Marketing et dispense des formations Inter enprises et Intra entreprises.

Fondée par Philippe Yonnet, expert SEO figurant dans le top 5 des meilleurs références, d'après le Journal du Net.

Know Y est notamment l'organisateur des conférences Search Y, le premier événement international dédié au Search Marketing en France.

Le Digital évolue, nos formations aussi.

Les formations proposées dans ce catalogue 2021 sont susceptibles d'être actualisées en fonction de l'évolution, des changements et des nouveautés de l'écosystème digital.

Dans le souci permanent de répondre à vos attentes et vous satisfaire, notre organisme de formation se réserve le droit de faire évoluer les plans et contenus des modules présentés dans ce catalogue.

Avec Know-Y, chaque besoin de formaqtion est analysé en amont avec vous afin d'identifier la solution la plus en adéquation avec votre besoin. Nos modules de formation sont également personnalisés en fonction du profil des participants aux sessions, pour tenir compte de leur niveau.

Chaque formation est dispensée de cour théoriques et d 'exercices de cas pratique et des QCM. Au cours d'une journée de formation, des feuilles d'émargement son a signer afin de confirmer la présence des stagiaires. Par la suite, les supports de formations sont remis aux stagiaires ainsi qu'une attestation de participation. Certaines de nos formations requiert la réalisation d'un QCM afin d'évaluer vos connaissances suite à la formation suivis. Un score minimal est à atteindre afin de valider et confirmer votre niveau.

Prochainement, La formation Masterclass SEO se tiendra en BlendedLearning sur notre site internet www.know-y.fr . L'opportunité de vous perfectionner à votre rythme avec un réel suivi par nos formateurs experts et des exercices d'entraînement et d'évaluation entre chaque chapitre, pour aboutir à la certification CEPROREF (Certification pour les Professionnels du référencement)

Les formations en présentiel se tiennent dans notre centre de formation. Accessibilité au bâtiment aux personnes à mobilité réduite. 16 boulevard du Général Leclerc, 92110 Clichy.

A ce titre, le catalogue ne peut être considéré comme contractuel.

SOMMAIRE DES FORMATIONS SEARCH & DIGITAL

Formations inter-entreprises

SEO

Masterclass SEO Know Y	p.4-5
Stratégie de référencement naturel : SEO Niveau 1	p.6-7
Stratégie de référencement naturel : SEO Niveau 2	p.8-9
Référencement E-commerce	p.10
Référencement naturel (SEO): Domptez Google	p.11
Construire et mettre en œuvre une analyse de Logs	p.12
Rédaction internet : écrire pour le web	p.13
Référencement Vidéo(VSEO)	p.14
Référencement Google Actualités	p.15
Référencement SEO Local	p.16
Référencement SEO mobile, AMP & PWA	p.17
Référencement et Recherche Universelle	p.18
Le netlinking pour développer votre popularité SEO	p.19

SEA

Le SEA pour booster vos campagnes de liens sponsorisés	p.20
Référencement Adwords E-commerce	p.21
Google Shopping (PLA) pour attirer davantage de clients	p.22
Google Adwords pour les vidéos	p.23
Le remarketing avec Google Adwords	p.24

SEM

Développer des synergies SEO / SEA gagnantes	p.25
--	------

ANALYTICS

Piloter le Search avec Google Analytics	p.26
---	------

DIGITAL

Saisir et comprendre les opportunités du digital	p.27
Social média	p.28
Réussir sa stratégie de Marketing Content	p.29

Formations intra-entreprises

p.30-31

Formation VOD SEO MadSkills

p.32-33

L'équipe Know Y

p.34

Inscription aux formations

p.35

MASTERCLASS SEO KNOW Y

OBJECTIFS

- Se perfectionner aux dernières techniques constituant l'état de l'art en SEO
- Acquérir les bases théoriques avancées permettant de comprendre les futures évolutions de recherche.

PROGRAMME JOUR 1

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche

Le crawl, l'indexation et le processeur de requêtes
Anatomie d'une page de résultats

Principes de l'algorithme de classement

Evaluer la pertinence
TF*IDF et Cosinus de Salton, LSI/LSA
Le PageRank et ses dérivés
TAL dans l'algorithme : lemmatisation, synonymes, expansion de requêtes, reconnaissance des entités nommées, indexation des syntagmes, ...
Concepts avancés : knowledge graph, moteur de réponse, recherche conversationnelle, prédictive...
Les critères EAT
IA et algorithmes : Word Embeddings, Rankbrain, Neural Matching, BERT...

La boîte à outils du référencement

Les outils et les extensions
Exploiter les données de la Search Console

Atelier pratique – Utiliser un crawler :

Google et la lutte contre le Webspam
Filtres et pénalités

Sortir d'une pénalité

Méthodes d'audit avancé
L'approche traditionnelle
L'approche LST
Objectifs – KPI / Reporting – Chantiers – Roadmap & Planning
Gestion de projet & SEO

Questions libres

PROGRAMME JOUR 2

SEO et sites mobiles

Les bonnes pratiques
Les erreurs à éviter dans l'intégration d'un site mobile
Les pages AMP
L'optimisation des applications pour les stores
App Indexing et Progressive Web Apps

Schema.org

Données structurées, rich snippets, rich cards...

SEO et challenges techniques infra

Https, http2, http3

Améliorer les performances
Caches, CDN, reverse proxies, architecture
Edge SEO, Cloud SEO, Serverless SEO
Mise en pratique

Les frameworks javascript

Les bonnes pratiques
Auditer un site fait avec un framework javascript

Audit sémantique avancé et la découverte de mots clés

Méthodologie et outils
Atelier pratique

SMO et SEO : optimisation de sa visibilité dans les médias sociaux

Le référencement local

Universal Search-DAO et VSEO

Optimisation des images, pdfs, videos
Optimisation pour Google News...

MASTERCLASS SEO KNOW Y

OBJECTIFS

- Se perfectionner aux dernières techniques constituant l'état de l'art en SEO
- Acquérir les bases théoriques avancées permettant de comprendre les futures évolutions de recherche.

PROGRAMME JOUR 3

Référencement multilingue et international

L'analyse logs + crawl

Méthodologie et outils

Cas pratique 1 : Audit logs+crawl

Maillage interne avancé

Optimisation du maillage

Gestion des filtres et des facettes

Le Searchdexing

Siloing, PR sculpting, Bot herding, PR modeling...

Le cocon sémantique

L'enrichissement sémantique par la rotation des ancrés

Cas pratique 2 : Définir la bonne Stratégie d'optimisation du maillage interne

Netlinking, link building

Stratégies efficaces et durables pour obtenir des backlinks durables

Méthodes pour détecter les partenaires cibles

Mise en pratique

Le content marketing et l'optimisation des contenus

Rappel des principes : bien rédiger pour le web

Optimiser son contenu pour le Google de 2020

Stratégies efficaces de content marketing

Mise en pratique

L'AEO

Actions et skills

Exploiter le potentiel des featured snippets

Le futur des moteurs de recherche

DURÉE & TARIF

3 jours / 21 heures / 1950€ HT (hors CPF)



STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

SEO Niveau 1

OBJECTIFS

- Acquérir les bases du fonctionnement des moteurs de recherche
- Comprendre l'optimisation d'un site pour les moteurs de recherche

PROGRAMME JOUR 1

Contexte et enjeux

Pourquoi faire du SEO aujourd'hui ?

Principes de fonctionnement de Google

Principes de l'algorithme de classement

SERP, Snippet, Features snippets /

Position 0

Dialoguer avec les moteurs

Robots.txt, Meta robots et x-robot- tag, l'attribut no follow et les sitemaps xml

Atelier

utiliser un compte Search Console

Les facteurs qui peuvent gêner ou bloquer l'exploration normale de votre site

Le contenu dans le web "invisible"

Javascript, Ajax...

10 erreurs techniques à ne pas commettre

Les problèmes d'indexation et contenu dupliqué

Les facteurs d'indexation, DUS

Impact et gestion du contenu dupliqué

Redirections et la balise link rel canonical

Les meilleurs outils de l'expert SEO

Les Must Have et les autres

Définir son noyau sémantique

Méthodologies de découverte des mots clés de son univers

Optimiser ses pages pour les moteurs de recherche

Choix du domaine, écriture des urls,

optimiser ses balises SEO

Guidelines; rédaction pour le web et le SEO

Stratégie de contenu et SEO

Le Netlinking

Rappel des guidelines de Google

Les pénalités pour liens non naturels

Les techniques "old school" sanctionnées

Linkbaiting, Inbound Marketing et Growth Hacking

PROGRAMME JOUR 2

Définir sa stratégie SEO

L'approche traditionnelle et ses limites

La cascade des potentiels : quantifier les problèmes, évaluer l'intérêt des chantiers

Les indicateurs SEO : moniter votre référencement

Le Dashboard

Les principaux leviers d'optimisation

Stratégies adaptées selon les modèles économiques

Gérer son SEO en interne ou se faire accompagner

Gérer la relation avec une agence

Optimiser son maillage interne

La formule de potentiel de Page Rank d'un site

La profondeur des pages

Comment créer une arborescence optimisée

Cas particulier

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

SEO Niveau 1

Google et la lutte contre le spam

Définition du spam: les formes de spam
L'organisation de Google contre le spam
Filtres algorithmiques et pénalités
Panda - impact comment en sortir
Les filtres algorithmiques connus
Faire une demande de ré-inclusion efficace

Optimiser son site mobile

Les guidelines de Google
Site mobile ou site responsive
Google AMP
ApplIndexing
Progressive Web Apps

Opportunités de la recherche universelle

Le snippet et l'apparence des résultats
Optimisation des images
Optimisation des vidéos VSEO
Optimisation dans Google News
Référencement dans Google Shopping
Les autres outils de Google
Les Rich Snippet et schema.org

Le référencement local

Google et les requêtes géolocalisées
Référencement dans Google My Business
Intérêt d'une page Google My Business
Optimisation des rubriques "Store Locator"
Stratégies efficaces de référencement local

Référencement multilingue et international

Rappel des bonnes pratiques
Quelle organisation de contenu choisir : noms, sous domaine ou répertoire ?
Bien utiliser la balise hreflang

Le futur des moteurs de recherche

Ce qu'il fallait retenir du jour 2

DURÉE & TARIF

2 jours / 14 heures 1350€ HT

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

SEO Niveau 2

OBJECTIFS

- Former des praticiens aux dernières techniques constituant l'état de l'art en SEO
- Maîtriser les bases théoriques avancées leur permettant de comprendre les futures évolutions du moteur de recherche
- Monter en compétence et en indépendance

PROGRAMME JOUR 1

Les secrets de l'algorithmes des moteurs de recherches

Anatomie d'un moteur de recherche
Principes de l'algorithme de classement SERP, Snippet, Featured snippets, Position 0...
Le Page Rank et l'exploitation des infos issus des liens
Les "signaux"
Intégration du TAL dans l'algorithme Rankbrain

Analyse combinée crawl + logs

Utilisation avancée d'un crawler
L'analyse des logs pour le SEO
L'analyse combinée logs + crawl

Atelier : testons l'approche sur un cas pratique

Questions libres

Google et la lutte contre le Webspam

Comment Google organise-t-il la lutte contre le Webspam ?
Filtres et pénalités

SEO & sites mobiles

Les bonnes pratiques
Les erreurs à éviter dans l'intégration d'un site mobile
Mobile First Index : les points d'attention
Les pages AMP
Cas particulier : l'optimisation des applications pour les stores
App Indexing et Progressive Web Apps

Audit avancé - bâtir une stratégie

SEO

La cascade des potentiels
Objectifs-KPI / Reporting-Chantiers-Roadmap& Planning
Gestion de projet & SEO
L'approche SXO

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

SEO Niveau 2

PROGRAMME JOUR 2

Audit sémantique avancé et la découverte de mots clés

Méthodologie et outils

Les pièges à éviter

Atelier pratique

Schema.org

Faut-il baliser votre site à l'aide des balises schema.org ?

Utilisation avancée des balises

SMO et SEO optimisation de visibilité dans les médias sociaux

Corrélation n'est pas raison : la « vraie » utilité du SMO pour le SEO

La fin de l'Authorship

Vers l'AuthorRank ?

SMO avancé : « bootstrappez » votre visibilité

Le référencement local

Les bonnes pratiques

Venice, Pigeon et Possum

SEO et challenges techniques infra

Les problèmes de performances

Caches, CDN, reverse proxies, architecture

La sécurité

HTTP/2 et HTTP2

Universal Search DAO et VSEO

Optimisation des images et des PDF

Optimisation des vidéos

Google News

PROGRAMME JOUR 3

Référencement multilingue et international

Maillage interne avancé

Optimisation du maillage

Le concept de semantic booster

Gestion des filtres et des facettes

Le Searchdexing

L'enrichissement sémantique par la rotation des ancrés

Cas pratique

Stratégie d'optimisation de maillage interne

Netlinking avancé

Les méthodes "old school"

Les méthodes de Google pour détecter les liens non naturels

Les pénalités de Google pour liens non naturels

Sortir d'une pénalité « liens non naturels »

Les méthodes à privilégier (le Linkbaiting, principes de l'Inbound Marketing, principes du Growth Hacking)

Atelier

découvrons les facteurs de viralité d'une action marketing

Méthodologie de découverte des relais de vos actions d'inbound marketing

Le futur des moteurs de recherche

DURÉE & TARIF

3 jours / 21 heures 2025€ HT

RÉFÉRENCEMENT E-COMMERCE

Intégrer 100% de SEO ans votre site marchand

OBJECTIFS

- Garantir un référencement e-commerce performant
- Déetecter et traiter les problèmes SEO
- Optimiser les performances

Contexte e-commerce

Search France
SEO mobile

Les leviers techniques du SEO e-commerce

Disponibilité
Accessibilité
Indexation des contenus
Pages de résultats/Search Indexing
Navigation à facettes
Gestion des filtres
Option de tri
Catégorisations
URL Dynamique
Traiter le DUST
Performance

Les contenus rubriques, produits et fiches

Arborescence
Segmentation des pages et catégories
Optimisation selon la nature des pages
Pages structurées
Baliser les données pour mieux indexer
Indisponibilité des produits
Changements de références
Rupture de stock
Optimiser vos pages de soldes

Constituer une popularité efficace

Distinguer les contenus
Promouvoir les contenus de marque
Bâtir des liens de qualité
Utilisation avancée d'un crawler
L'analyse des logs pour le SEO
L'analyse combinée logs + crawl

Piloter et optimiser

Search console
Les outils SEO

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures 780€ HT

RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Domptez Google

OBJECTIFS

- Accroître sa visibilité dans les moteurs de recherche
- Piloter et réussir le projet SEO
- S'approprier les dernières mises à jour et fonctionnalités de Google

Référencement naturel - SEO :

contexte et enjeux

Les chiffres 2020-2021

Comprendre les évolutions des filtres et algo Google: Panda,

Penguin, Hummingbird, Pigeon, Possum...

Machine learning & Intelligence

Artificielle avec Rank Brain

SERP, Snippet & Position0

Mythes vs Innovation : ce qui va changer

Devenir votre assistant personnel

Etude en amont

Identifier les concurrents

Déetecter les expressions pertinentes

Les modèles Brand / Short tail long Tail

Data-Driven SEO

La technique

Crawler le site

Indexer les contenus pertinents

La performance technique

Traiter les principaux facteurs bloquants

Focus SEO Mobile

Le Responsive Design

Le Dynamic Serving

Le site mobile dédié

L'App Indexing

Google AMP

Progressive Web Apps

Le contenu

Les directives Google : EAT

Le choix des mots-clés

L'organisation des contenus optimisés

L'organisation par silos thématiques

Référencement images et vidéos

Sémantique et profil lexical optimal

La popularité

Provenance / Emplacement / Ancre

Netlinking et signaux sociaux

Linkbaiting, Inbound et Content

marketing

Le Négatif SEO: mythe ou réalité

Relation Presse 2.0 et Community management

SEO et SMO deviennent inséparables

Monitoring du SEO

Les services

Les KPI : ranking, visibilité audience et conversions

Analyser la performance et arbitrer

Valorisation des résultats

Prospective SEO

La valeur perçue

Les critères en baisse

Nouveaux usages & search vidéos et vocal

Les ateliers

Audit Technique, contenu et popularité

Les recommandations de site

Définir un plan d'action

Connaitre les 5 outils clés

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures 900€ HT

CONSTRUIRE ET METTRE EN ŒUVRE UNE ANALYSE DE LOGS

Pour performer en SEO

OBJECTIFS

- Accroître sa visibilité dans les moteurs de recherche
- Piloter et réussir le projet SEO
- S'approprier les dernières mises à jour et fonctionnalités de Google

Comprendre le fonctionnement d'un moteur de recherche

Anatomie d'un moteur de recherche
Que sont le crawl et l'indexation
Principes de l'algorithme de classement

Les enseignements de l'analyse de logs

Identifier les informations nécessaires dans les logs
Monitorer le passage des bots sur votre site
Relever les rescodes
Identifier les urls les +/- crawlées
Obtenir les pages orphelines

Des graphiques pour une vision évolutive du comportement des bots

Le volume de crawl (URLs uniques ou nouvelles) et le bad crawl
Le crawl et les visites par rescodes
Les visites, le taux de pages actives et les nouvelles pages avec visites
Les pages inactives crawlées et non visitées
La durée entre le dernier crawl et la visite faite sur votre page
La fenêtre de crawl

Analyse de cas

Recommandations et axes de renforcement

Surveiller votre crawl

Mettre en place un système d'alerte de variation des indicateurs
Catégoriser vos URLs pour analyser par type de pages ou univers
Catégoriser les bots pour surveiller l'activité des moteurs
Historiser vos données pour comprendre indexation et positionnement

Monter son analyseur de logs

Installer un outil issu de Linux Awk / Nawk, Elasticsearch, Logstash, et Kibana
Mettre en place la récupération des données automatiquement

Atelier

Installation et recommandations

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures 780€ HT

RÉDACTION INTERNET : ÉCRIRE POUR LE WEB

Optimiser vos contenus

OBJECTIFS

- Aider à structurer l'information
- Maîtriser les techniques d'écritures efficaces
- Rédiger les contenus éditoriaux attractifs et dynamiques
- Ecrire pour développer son audience

Les médias Internet

Les chiffres 2017

Les annonces et les médias

Des contenus de qualités (directives Google 2021)

DéTECTer et traiter le duplicate content & DUST

Zoning et Microformats

Analyse sémantique

Les profils lexicaux

Choisir les mots-clés

DéTECTer les expressions pertinentes

Contenus chauds vs froids

Contenu sémantique et champ lexical

Synonymes et concurrences

Impact éditorial > contenu chauds vs froids

Les contenus spécifiques & recherche universelle

Référence vos vidéos

Optimiser les images

Recherche locale

Store Locator

Google My Business

Focus SEO Mobiles First

graphiques pour une vision

évolutive du comportement des bots

Le label Google Mobile Friendly

Les 3 modèles

Contenus et liens deviennent critères

de Ranking

Ateliers

identifier les expressions

Rédiger les balises

optimiser un contenu existant

Structure de votre site web /

arborescence

Arborescence & silos

Editorial (article, post, commentaire...)

Balises Meta HTML

Le titre, chapeau, interligne et illustrations

Intégrer les bons liens

Des contenus pour susciter des liens (linkbait)

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures 780€ HT

RÉFÉRENCEMENT VIDÉO (VSEO)

Exploiter les opportunités de YouTube

OBJECTIFS

- Optimiser votre référencement YouTube
- Répondre aux enjeux spécifiques de la vidéo
- Gagner une audience qualifiée

Fonctionnement d'un moteur de recherche

3 générations de moteurs
Evolution des moteurs
Enjeux de la recherche universelle
Les principaux Hubs Vidéos
Contenu vidéo et Speech Processing

L'optimisation des critères SEO On Page

Les règles de nommage
Les métadonnées
Title & descriptions
Tags
Les spécificités techniques (formats...)
La soumission
Notion de temps moyen
La date de publication (Fraicheur)

Le Linking interne YouTube

Le Linking interne des moteurs
Les critères de popularité
Intégrer dans les Playlists
Les annotations
L'indéxabilité des vidéos

Les données d'usages

Le plan média
Le nombre de vue jour
L'activité de la chaîne
Le nombre de signaux sociaux (Like, G+, RT)
Favoriser Buzz et commentaires en UGC
Les communautés, abonnée et Guest blogging
Le poids des taux de clics / CTR
Les bénéfices des players embarqué
Booster votre dispositif avec du SEA

Reporting

Les KPI Analytics
YouTube Analytics

DURÉE & TARIF

1 demi-journée / 4 heures / 400€ HT

RÉFÉRENCEMENT GOOGLE ACTUALITÉS

Optimiser vos articles dans Google News

OBJECTIFS

- Exploiter la puissance de Google Actualités
- Gagner une audience qualifiée

Contexte et enjeux

La recherche d'information
L'évolution de Google actualités
Un système 100% automatisé
La popularité de votre marque
Valoriser vos contenus à monétiser

Les critères techniques

La soumission de vos actus
Auditer votre site
Une Url spécifique par article
L'accessibilité des URLs
La durée minimum d'accessibilité
Des URLs avec 3 chiffres
L'optimisation des images
La dimension des images
Les balises du sitemap Actualités

Les critères de qualité

Stratégies de mise en ligne
Les conseils aux rédacteurs
Identifier les auteurs
Les directives sur les articles
Le titre
Le Chapô
Les images
Les actualités chaudes
La mise à jour régulière & réactivité

Les contenus et votre site

Prévenir les modifications du site
Le contenu incorrect ou manquant
Comment retirer des contenus

DURÉE & TARIF

1 demi-journée / 4 heures / 400€ HT

RÉFÉRENCEMENT SEO LOCAL

Promouvoir votre business via la recherche locale

OBJECTIFS

- Définir une stratégie web marketing en local
- Répondre aux enjeux spécifique de la géolocalisation

Contexte

Le local, une priorité pour Google
Le local, une priorité pour le business
Les enjeux locaux pour les clients
Les requêtes géolocalisées
Les résultats géolocalisés selon l'IP

Décrypter le Local Search

Google Venice, Pigeon et Possum
Apporter plus de pertinence
Renforcement des Guidelines
LepackLocal7-3

Google My Business

SEO & Le Pack Local en SEO
SEO et Google Maps
SEA et Extensions de lieux
Les critères clés sur GMB
Catégorie principale et supplémentaires
Le wording de la fiche locale
L'adresse physique NAP
La cohérence avec votre site et sources externes
Les informations facultatives recommandées
Les horaires d'ouvertures
Les contenus Médias & vidéo
Les avis / UGC

Optimiser votre Store Locator

Google & le balisage schema.org
Des contenus dédiés et personnalisés
Titres, infos pratiques et contenu local à VA
Crawlabilité, Granularité et Page/lieu

Stratégie SEM

Annoncer dans Google Maps en SEA
Google Shopping Local

DURÉE & TARIF

1 demi-journée / 4 heures / 400€ HT

RÉFÉRENCEMENT SEO MOBILE, AMP & PWA

Devenir 100% Mobile Friendly

OBJECTIFS

- S'adapter au SEO Mobile
- Se préparer au mobile First Index (MFI)

Contexte

L'évolution de la recherche
Evolution du speed update

Evolution du SEO Mobile

Les portails opérateurs
Des usages tournés vers les Apps
Les Stores & Apps (ASO)

La création de l'index Mobile First

Comment se préparer
Quel contenu prioritaire
Ne pas bloquer les robots
La distribution des liens pour le desktop
ou mobile

Les fondamentaux SEO Mobile

Forces et faiblesses des 3 modèles
Dilution ou consolidation de popularité
Contenus dupliqués
Le Responsive Design
Impact CSS
Le Dynamic Serving
La balise HTTP Vary
Le site mobile dédié
La balise Rel Alternate et Canonical

Le label "Site Mobile" critère de Ranking

Obtenir le label SEO Friendly
Le critère Vitesse
Le critère Experience mobile

Focus App Indexing

Principe
Mise en oeuvre

Le projet Google AMP

Des pages plus rapides
Des contenus optimisés pour mobile
Un business Google ou média

Vers le Progressive Web App

Optimisation de la vitesse vs connexions lentes
L'approche coquille et contenus
Service Workers & Web App Manifest

Monitoring du projet

Search Console
Les extensions pour SEO Mobile

DURÉE & TARIF

1 demi-journée / 4 heures / 400€ HT

RÉFÉRENCEMENT ET RECHERCHE UNIVERSELLE

Optimisez tous vos contenus

OBJECTIFS

- Gagner en visibilité dans les moteurs de recherche
- Obtenir un avantage concurrentiel
- Optimiser vos contenus

Contexte

De nouveau moteurs (DuckDuckGo / Qwant)
Des meta moteurs (Lilo / Ecosia)
De nouvelles formes de recherche

Google Images

Les images en HTML
Les critères d'indexation
L'optimisation (format, taille, poids, les balises)

Référencer vos vidéos

Les principaux Hubs vidéos
Les critères de positionnement
Conseils d'optimisation (nommage, tags, métadonnées, soumission)

Données Structurées

Evaluations et avis conso / Evénements
Quid de l'Authorship en 2018
Microformats et schema.org
Les alternatives possibles
Données structurées avec Google
Le marquage des données

Google et la recherche locale

Les changements d'algorithme (Google Venice)
Les opportunités
Les paramètres de Géolocalisation
Google My Business
Les infos Catégories, NAP...

Google Actualités

Les grandes règles
La soumission de vos actus
Les conseils aux rédacteurs

Disruption du Search : App Vidéo et vocal

Une croissance tirée par les Apps
Le Visual Search
Voice: de la recherche au conversationnel

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 780€ HT

LE NETLINKING POUR DÉVELOPPER VOTRE POPULARITÉ SEO

Bâtir une stratégie de liens

OBJECTIFS

- Gagner en visibilité dans les moteurs de recherche
- Obtenir un avantage concurrentiel
- Optimiser vos contenus

Stratégie SEO et popularité

Liens et algorithme de Google
Avant et après Google Penguin
L'évaluation de votre linking
Rappel des Directives Google

Le bon lien au-delà du beau discours

Définition & valeur d'un lien
Vente de liens
Les réseaux de liens privés
Old School : les pages partenaires
Liens sitewide / footer

Réalité du Netlinking

Annuaire qualitatif encore ?
Communiqué de presse

Les sites Semi-ouverts

Sites collaboratifs
Tribunes et Médias
Guest blogging

Link sectoriel

Ceux de vos concurrents
Blogueurs et sites thématiques
Fournisseurs et partenaires
Journalistes et RP2.0

LinkBaiting / Inbound Marketing

Les nouveaux schémas créatifs
Data-journalisme, Data-Viz,
Baromètres / Etudes...
Poids croissant des signaux sociaux
Réussir la diffusion de l'infographie

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 780€ HT

LE SEA POUR BOOSTER VOS CAMPAGNES DE LIENS SPONSORISÉS

Optimiser votre ROI avec Google Adwords

OBJECTIFS

- Acquérir toute la méthodologie nécessaire
- Définir votre stratégie SEA en fonction de vos objectifs
- Mesurer et optimiser votre ROI

Contexte, enjeux et opportunité du SEA

La puissance du Search
Les investissements SEA
Indicateurs et vocabulaire (PPC,CPC, Display, etc.)
Les spécificités et formats

Comprendre les spécificités Search Display ...

Réseau Search & Display
Principe SEA du système des enchères
Impressions, visiteurs, conversions
Déterminer la valeur d'un mot clé

Maitriser les principes du SEA

Le modèle SAT: Structure, Annonce, Tunnel
Campagnes, Paramétrage, Day Parting
Choix des mots clés, Quality Score
Des annonces efficaces
Les extensions d'annonces
Le tunnel de conversion
Landing pages & tests A/B
Tracking Adwords & Analytics
-Exploiter les scripts pour un meilleur QS

Profiter de la puissance du GDN

Le réseau de Full Display
Le réseau de display sélectif
Les formats & Le ciblage
Remarketing dynamique, négatif
Les audiences similaires

Les campagnes

DSA
Les audiences ciblées
Customer Match
RLSA
Google Shopping (Ex: PLA)

Adwords & YouTube

Les formats TrueView

Les ateliers

Analyse Quality Score
Outils & Etude de cas

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 900€ HT

RÉFÉRENCEMENT ADWORDS E-COMMERCE

Les liens sponsorisés au service de la vente

OBJECTIFS

- Assurer le succès de votre campagne e-commerce
- Garantir un ROI durable

Définition des objectifs

Périmètre Marque : volume
Hors marque : cout de conversion
Mobile : développer la présence

Monitoring

Création des rapports de performance
Déploiement
Ajustement et Learning

Analyse de campagne

Rubrique du site retail
Audit de campagne
Création de campagne

Pilotage Structure / Annonces /

Tunnel

Identification des mots-clés performants
Désactivation des mots-clés non prioritaires
Analyse des Quality Score
Grille de pilotage QS
Création Campagne Top Keywords
Optimisation des annonces
Création de messages plus restrictifs
Stratégie budgétaire
Optimisation des enchères selon la période
Activation des campagnes RLSA
Développer les campagnes Shopping
-A/B Testing

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 900€ HT

GOOGLE SHOPPING (PLA) POUR ATTRIRER DAVANTAGE DE CLIENTS

Attirer davantage de clients

OBJECTIFS

- Assurer le succès de votre campagne e-commerce
- Garantir un ROI durable

Etablir une stratégie pour vos campagnes

Spécificités de Google Merchant Center
Les Cibles & Budget
Les paramètres
Le programme marchand de confiance
La création de la fiche boutique

Focus rubrique Shopping de Bing Ads

Spécificités du service
Principes et mise en œuvre

Optimisation de la qualité de données produites

Maintenir la qualité du flux produits
Activer les rapports d'optimisation
Identifier les mots clés performants
Exclure les requêtes non pertinentes
Utiliser des images de haute qualité
Créer et tester des textes promotionnels

Gérer vos annonces

Définir des cibles aux différents produits
Gestion des attributs du compte
Les annonces Adwords pour vos produits
Augmenter votre couverture
Automatiser vos flux

Piloter votre performances shopping

Focus sur l'onglet Cibles automatiques
Distinction groupe et offre de produit

DURÉE & TARIF

1 demi-journée / 4 heures / 400€ HT

GOOGLE ADWORDS POUR LES VIDÉOS

Des campagnes YouTube performantes

OBJECTIFS

- Susciter l'intérêt et la notoriété sur YouTube et le web
- Diffuser vos annonces auprès d'un public approprié

Etablir une stratégie pour vos campagnes

- Spécificités de Google Merchant Center
- Les Cibles & Budget
- Les paramètres
- Le programme marchand de confiance
- La création de la fiche boutique

Focus rubrique Shopping de Bing Ads

- Spécificités du service
- Principes et mise en œuvre

Optimisation de la qualité de données produites

- Maintenir la qualité du flux produits
- Activer les rapports d'optimisation
- Identifier les mots clés performants
- Exclure les requêtes non pertinentes
- Utiliser des images de haute qualité
- Créer et tester des textes promotionnels

Gérer vos annonces

- Définir des cibles aux différents produits
- Gestion des attributs du compte
- Les annonces Adwords pour vos produits
- Augmenter votre couverture
- Automatiser vos flux

Piloter votre performances shopping

- Focus sur l'onglet Cibles automatiques
- Distinction groupe et offre de produit

DURÉE & TARIF

1 demi-journée / 4 heures / 450€ HT

LE REMARKETING AVEC GOOGLE ADWORDS

Diffuser des annonces sur des cibles ayant déjà visité vos supports

OBJECTIFS

- Diffuser des annonces sur des cibles ayant déjà visité vos supports
- Personnaliser les annonces pour plus d'efficacité

Objectifs du remarketing Adwords

Créer des messages adaptés
Développer votre CA
Fidélisation de vos clients
Recibler les abandonnistes

Focus sur le remarketing Bing Ads

Toucher une audience déjà qualifiée
Améliorer votre remarketing de recherche et le ROI
Mise en œuvre, suivi de conversion et balises

Les méthodes de remarketing

Méthodes standard
Le remarketing dynamique
Au sein des applications mobiles
Remarketing pour les résultats de Recherche (RLSA)
Auprès des utilisateurs ayant vu vos vidéos

Activer une campagne remarketing

Ajout de balises et création des listes
Création des campagnes depuis les listes
Activation sur le réseau Display ou recherche
Des annonces plus adaptées en remarketing dynamique
Le reciblage négatif

Les stratégies d'optimisation en remarketing

Les listes de remarketing
Les stratégies de campagnes
Les stratégies d'annonces
Les stratégies d'enchères

DURÉE & TARIF

1 demi-journée / 4 heures / 400€ HT

DÉVELOPPER DES SYNERGIES SEO / SEA GAGNANTES

Optimiser le retour sur investissement en Search

OBJECTIFS

- Définir une stratégie SEO & SEA
- Développer une visibilité SEM par la complémentarité SEO & SEA
- Garantir l'optimisation du ROI

Contexte et enjeux

Marché e-pub FR
Tendances haussières et baissières

Dompter Votre SEO en 2021

Choix des mots
Sémantique : entités, requêtes et contexte
Technique : exploration et indexation
UX: le Search Experience Optimization
Contenu : arborescence, silos et balisage
Popularité SEO: les techniques efficaces

Optimiser votre campagne SEA

Campagne structurée
Choix des mots clés
Optimisation du ciblage
Annonces et tests d'annonces
Extensions de liens
Tunnel, Landingpage & Test A/B
Quality Score
Remarketing Listfor Search Ads (RSLA)
Remarketing Display

Objectifs votre campagne SEA

Trafic Media et impressions
Acquisition de visiteurs
E-commerce : Ventes et CRA

Grille d'analyse

Périmètre Marque : volume
Hors marque: coût de conversion
Mobile: développer la présence
Définition des critères stratégiques
Must Have SEO
Must Have SEA
Must Have SEO/SEA
Longue traîne
Création de la matrice décisionnelle

Pilotage tactique

Plan d'action & organisation tactique

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 900€ HT

PILOTER LE SEARCH AVEC GOOGLE ANALYTICS

Monitoring de vos KPI

OBJECTIFS

- Prise en main de Google Analytics
- Mesurer les indicateurs usuels
- Bâtir le monitoring de vos KPI
- Mieux piloter pour réussir votre projet

Comprendre le web Analytics

Intérêt et enjeux
Site centric, tag & cookies
Variables / Statistiques
Les indicateurs usuels

Mesurer la conversion

Les 4 types d'objectifs
E-commerce
Entonnoirs multicanaux
Attributions

Prise en main

Création d'un compte
La structure, les filtres
Vues et Annotations

Suivi avancé et monitoring de performance

Segments avancés
Rapports personnalisés
Tableaux de bords
Temps réel

Analyse

Audience
Acquisition de Trafic
Canaux
Comportements

Sans atelier, point de salut

Bâtir votre tableau de bord
Création segment et reporting

Analytics Search

SEO
SEA & Google Adwords
Campagnes
Optimisation SEO

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 900€ HT

SAISIR ET COMPRENDRE LES OPPORTUNITÉS DU DIGITAL

Les stratégies performantes de création de trafic

OBJECTIFS

- Co Intégrer le digital dans votre plan d'actions
- Optimiser le ROI de vos campagnes
- Comprendre l'impact et les opportunités du digital ...

Contexte et enjeux du digital

Evolution du Digital
duweb1auweb5, push,
social, mobile et objets connectés
Les chiffres de l'usage du web
Focus 2017-2018
Vidéo et Mobile
Perspectives d'évolution

Les opportunités d'Internet

L'hyperciblage
Les acteurs du marché, offres et
spécificités
Le cadre juridique : LCEN, cookies,
optin...

Bâtir la stratégie digitale

Objectifs, cibles et plan d'action
Les 3 modèles Branding, Acquisition et
Rétention
Les modèles CPM/CPC/CPA/E-CPM

Acquisition / visibilité : Réussir le référencement payant SEA

Comprendre Google Adwords
La puissance du sur mesure avec les liens sponsorisés (SEA)
Le modèle SAT

Branding & acquisition : Les formats e-pub

Achat média & les formats IAB,
modèles CPM/CPC
Affiliation à la performance
La révolution des Ad exchange
Laco-registration

Fidélisation : e-CRM

Emailing : nouveaux clients ou
fidélisation/ CRM
Les bonnes pratiques
Les outils

Média sociaux : Influence

Word of Mouth / L'ère de la
conversation
Synthèse des réseaux sociaux
Réseaux et générations
les relations presse2.0
L'engagement

Des indicateurs de mesure (KPI) pour décider

Valorisation du parcours multicanal
Maitriser les indicateurs usuels
Identifier les indicateurs clés de votre
tableau de bord
Les pistes à suivre pour améliorer la
qualité de votre site

Les ateliers

Réaliser un 1er audit
Mesurer votre e-reputation
Analyse d'un tableau de bord

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 790€ HT

SOCIAL MÉDIA

Développer l'influence de votre marque

OBJECTIFS

- Pourquoi des "médias sociaux" ?
- Comment mesurer votre e-reputation ?
- Quels sont les bénéfices attendus ?

Contexte et enjeux

Révolution du web 1 au web 4

Les nouveaux supports sociaux et les usages

Fragmentation des médias sociaux

Performance des médias sociaux

Médias sociaux et marques

WOMM(Word of Mouth Marketing)

L'ère de la conversation

Implications UGC et Crowdsourcing

Des marques et plus en plus impliquées

Stratégies internet et médias sociaux

Les objectifs marketing et communication

Branding / Acquisition / Rétention

Panorama des supports

Notoriété des médias sociaux

Des médias, des contenus et des cibles

Wikipédia

Blogs

Réseaux sociaux

Social Bookmarking

Promouvoir, mesurer et analyser

L'engagement/ ROA

Définir les KPI

Les solutions de monitoring & Veille 2.0

Les ateliers

Choisir et comprendre vos médias (do / do not)

Tag & hashtag

Distinguer compte/hub

Identifier les connecteurs

Mesurer son e-réputation

Ma marque est attaquée

Conversation et connecteurs

Organiser la démarche

Identifier les connecteurs

Comprendre leurs intérêts

Planifier vos actions

Engager la relation

Multiplier les Touch Points

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 790€ HT

RÉUSSIR SA STRATÉGIE DE MARKETING CONTENT

Définir différents types de contenus à diffuser

OBJECTIFS

- Pourquoi des "médias sociaux" ?
- Comment mesurer votre e-reputation ?
- Quels sont les bénéfices attendus ?

Contenu de marque et publicité

Contexte et nouveaux enjeux
Fragmentation des médias
Des consommateurs informés

Les sources du Brand Content

Rien de nouveau
Un nouveau paradigme
Répondre aux nouveaux enjeux

Digital Brand Content

Contenus utiles et pratiques (brand utility)
Contenus informatifs et découvertes
Contenus divertissants et ludiques

Les clés d'activation

Création de contenus inédits
Vraiment utile, vraiment divertissant
Portant les valeurs de la marque
Démarche de long terme

Viraliser vos contenus

Brand content : Community
Management
Détecer & Engager
Mise en relation avec les connecteurs
Comprendre leurs intérêts
Planifier vos actions
Les règles de courtoisie

Les ateliers

Identifier les connecteurs
Mesurer l'e-réputation des connecteurs
Organisation et RP 2.0

DURÉE & TARIF

1 jour / 7 heures / 790€ HT

CONSTRUIRE ENSEMBLE VOTRE FORMATION INTRA-ENTREPRISE

Vos budgets formations sont serrés, mais vous avez besoin de faire monter vos collaborateurs en compétences sur les techniques du Webmarketing ? Les formations intra-entreprises de Know Y ont été conçues pour vous.

Qu'est ce qu'une formation intra-entreprise ?

Il s'agit de sessions de formation conçues sur-mesure en fonction des besoins de formation de vos équipes.

Ces formations, selon vos contraintes, peuvent être organisées :

- dans vos locaux
- en distanciel
- en mixte distanciel / présentiel

Une solution économique

Même si ces formations sont entièrement personnalisées en fonction de vos contraintes et vos besoins, elles se révèlent souvent plus économiques car Know Y vous facturera le même prix, en fonction du temps passé, quel que soit le nombre de stagiaires suivant les sessions.

Résultat : vous bénéficiez d'une formation adaptée à vos besoins, pour un coût par stagiaire serré.

Une équipe à votre écoute

Nos responsables pédagogiques ont dix ans d'expérience dans l'élaboration de programmes de formation adaptés aux besoins des entreprises.

Après avoir cerné vos besoins, nous serons en mesure de vous conseiller sur tous les aspects opérationnels de la formation :

- le programme, adapté au niveau et aux besoins des différentes personnes à former
- le format des formations : présentiel, distanciel, mixte
- le calendrier des sessions : organisation en groupe de niveaux, progression des différents groupes, alternance cours, exercices et mises en pratique
- l'accompagnement pédagogique nécessaire : tests d'évaluation, exercices, ressources, coaching...



2500€ HT la journée pour 6 personnes,
soit environ 410€ HT par personne



Data**dock**

Know Y est référencé Datadock

Financement possible par votre OPCO
N° de déclaration d'activité

CONSTRUIRE ENSEMBLE VOTRE FORMATION INTRA-ENTREPRISE

Exemples de modules de formations pour le SEO (liste non exhaustive)

- Le suivi de votre référencement avec la Search Console
- Exploiter la nouvelle Search Console
- Les principaux outils utiles pour le SEO
- Utiliser un crawler pour le SEO
- Le référencement des applications (ASO)
- Les risques d'un changement de plateforme ou de domaine
- Préparer une migration réussie
- Bien coder les « long scrolling pages », les effets de parallaxe, et le lazy loading
- Javascript, Ajax et SEO
- Gérer une migration HTTP vers HTTPS
- L'algorithme Pigeon
- Suivre son référencement sur Omniture
- Optimiser un site fait avec Drupal / Joomla / Wordpress / EZ Publish / Sitecore / Sitefinity
- /AdobeCQ6/AEM/ Salesforce Commerce Cloud
- SEO pour Magento/Hybris/Prestashop
- SEO et gestion des facettes
- Optimiser son moteur de recherche interne pour le SEO
- Structure de catalogue et SEO
- La gestion de vos projets SEO
- Travailler son SEO avec une agence
- Les pénalités et les filtres algorithmiques de Google
- L'ex filtre Panda
- L'ex filtre Penguin
- Les pénalités de Google pour liens non naturels
- Sortir d'une pénalité pour liens non naturels
- SEO pour développeurs et intégrateurs
-

Un module vous intéresse ?
Où vous souhaitez obtenir un contenu élaboré et personnalisé ?
Contactez-nous !

contact@know-y.fr
01 80 88 56 00

SEO MadSkills

Vous envisagez de renforcer vos compétences en SEO ?

La formation SEO MadSkills est parfaitement adaptée à ceux et celles qui souhaitent approfondir leurs connaissances en référencement naturel.

Quel que soit votre besoin, vous trouverez certainement de nouvelles pratiques et techniques qui vous permettront de progresser.

Cette formation en SEO avancé s'adresse aux initiés qui ont une réelle envie de voir leur site web gravir les résultats des moteurs de recherche.

La formation SEO MadSkills vous guide pas à pas sur les spécificités de chaque aspect du SEO, depuis le décryptage du fonctionnement d'un moteur de recherche jusqu'à la maîtrise des techniques avancées de référencement.

Que vous souhaitiez optimiser le référencement du site de votre entreprise ou ceux de vos clients, suivre une méthode conçue par des experts reconnus dans le domaine favorisera l'aboutissement et la réussite de votre projet.

Une formation Blended-Learning

SEO MadSkills est une formation en VOD animée par Philippe Yonnet.

C'est la formation pour approfondir vos connaissances en référencement naturel.

Elle s'adresse aux initiés ayant une réelle envie de voir leur site web gravir les résultats des moteurs de recherche.

Formation en ligne accessible sur know-y.fr

14 chapitres

Visionnage vidéo, Quizz et devoirs corrigés

Un forum en ligne

Un suivi pédagogique

Inscription obligatoire et payante

Temps de formation 1 semestre - 6 mois

Les vidéos et forums sont accessibles pendant 12 mois.



SEO MadSkills hors CPF 2500€ HT
€€€ HT avec CPF



Data**dock**

Know Y est référencé Datadock

Financement possible par votre OPCO

N° de déclaration d'activité : 11922310592



SEO MadSkills éligible au CPF

La formation peut être prise en charge à l'aide de votre compte CPF (Compte Personnel de formation) grâce au partenariat que nous avons passé avec la société AdQuality qui vous propose, autour de SEO MadSkills, un parcours certifiant complet, proposant dans le même "package", la certification digitale DigiTT. voir conditions



SEO MadSkills

FORMATION BLENDED LEARNING (VOD)

Inscription en ligne : www.know-y.fr

Chapitre 1 : Méthodes avancées d'audit, bâtir une roadmap efficiente

Chapitre 2 : La gestion de projet SEO

Chapitre 3 : Comment réussir une migration

Chapitre 4 : Utilisation avancé d'un crawler

Chapitre 5 : Analyse de logs pour le SEO

Chapitre 6 : Analyse du chevauchement crawl ° logs (overlap analysis)

Chapitre 7 : Web performances & SEO

Chapitre 8 : Optimisation du maillage interne

Chapitre 9 : Content Marketing

Chapitre 10 : Frameworks Javascript et SEO

Chapitre 11 : SEO et Split Testing

Chapitre 12 : Link Building

Chapitre 13 : Comprendre l'algorithme de classement de Google

Chapitre 14 : Schema.org et données structurées

Vous êtes intéressé ?
Et vous désirez plus de détails sur la
formation ?
Contactez-nous !

contact@know-y.fr
01 80 88 56 00

DURÉE & TARIF

+ 12 heures / Accessibles 6 mois / 2500€ HT (hors CPF)

FORMATION
ELIGIBLE
AU CPF



L'ÉQUIPE



Des formateurs certifiés



Un accompagnement personnalisé



Des formations de qualité



Philippe Yonnet

Formateur Senior
Président Know Y & Groupe Neper
Fondateur Search Y & Search Foresight



Patrick Ligeron

Formateur Senior
Directeur SEO Neper
Consultant SEO Expert du web



Mathieu Chartier

Consultant - Formateur SEO & Webmaster
Auteur du "Guide du référencement web" "Guide complet des réseaux sociaux" et "Techniques de référencement web: audit et suivi SEO"



Carla De Jesus

Responsable Evénementiel et formations - Know Y
Chargée des relations avec les stagiaires

INSCRIPTION AUX FORMATIONS

Prise en charge des formations inter-entreprises et intra-entreprises

Les formations peuvent être prises en charge par des organismes tiers comme les OPCO (Fafiec, Atlas, Afdas, Agefos PME ...)

Vous trouverez auprès de votre OPCO affilié, de nombreuses informations sur les Organismes de Formations et les différentes procédures à mettre en place pour demander cette prise en charge.

Vous pouvez contacter votre OPCO habituel et voir la procédure avec eux, (chaque OPCO fonctionne de façon différentes et demande des documents différents). Pour ne pas avancer les frais, nous vous invitons à effectuer une demande de subrogation auprès de votre OPCO. Contactez-nous lorsque vous en saurez plus, nous vous enverrons les documents demandés par votre OPCO.

A savoir sans la confirmation de demande de subrogation par votre OPCO, nous facturons la formation à votre entreprise après la réalisation de celle-ci. Vous devrez ensuite effectuer une demande de remboursement auprès de votre OPCO.



Data**dock**

Know Y est référencé Datadock

Financement possible par votre OPCO

N° de déclaration d'activité : 11922310592



La Masterclass SEO & SEO MadSkills éligibles au CPF

Ces formations peuvent être prises en charge à l'aide de votre compte CPF (Compte Personnel de formation) grâce au partenariat que nous avons passé avec la société AdQuality qui vous propose, autour de la Masterclass SEO & la formation SEO MadSkills, un parcours certifiant complet, proposant dans le même "package", la certification digitale DigiTT. (voir conditions)

Know Y

Adresse : 120 rue Jean Jaurès - 92300 Levallois Perret

Siège social : 31 rue Castérès - 92110 Clichy

Accessibilité au bâtiment aux personnes à mobilité réduite.

Nous contacter :

contact@know-y.fr

01 80 88 56 00