



Tridan

Jeu de questions



Chargé de communication
digitale



WWW.TRIDAN.TECH

Questions Tridan

Q1 : Mon responsable me charge de l'optimisation du référencement d'un site web. Lesquelles de ces techniques SEO je ne dois PAS utiliser sous peine d'être pénalisé par Google ?

Le content spinning

Le duplicate content

Le netlinking

Le cloaking

[SEO - Contenu](#)

[Mettre en place les bonnes pratiques répondant aux normes SEO](#)

Question Intermédiaire à Choix multiple

Q2 : Vous souhaitez consulter les données démographiques des internautes de votre site web. Sur quelle section du menu de Google Analytics cliquez-vous ?



[Analytics – Google Analytics](#)

[Analyser les données](#)

Question Facile interactive

Q3 : J'ai pour mission de réaliser le calendrier éditorial LinkedIn de mon entreprise. Il est préférable que je planifie des publications en semaine plutôt que le week-end ?

Vrai

Faux

Community Management - Brand Content

Choisir les contenus adaptés à chaque réseau

Question Facile Vrai/Faux

Q4 : Je m'apprête à lancer une campagne marketing. Pour identifier la provenance du trafic, je mets en place des liens UTM. Quel(s) paramètre(s) UTM dois-je obligatoirement utiliser ?

utm_source

utm_medium

utm_title

utm_campaign

Stratégie Webmarketing – Acquisition

Réaliser l'audit technique SEO d'un site

Question Difficile à Choix multiple

Q5 : Tridan souhaite intégrer une favicon sur son site web. Laquelle de ces images semble la plus adaptée à cet usage ?

Tridan



Tridan

Webmastering – Site Internet

Connaître les environnements techniques de gestion d'un site web

Question Difficile à Choix unique

Q6 : Vous décidez de lancer une campagne Social Ads sur Facebook. Afin de créer une audience personnalisée des visiteurs de votre site Web, vous devez obligatoirement y avoir installé le pixel Facebook ?

Vrai

Faux

Ads – Social Ads

Implémenter une stratégie Social Ads

Question Intermédiaire Vrai/Faux



Réponses aux questions

Q1 : Mon responsable me charge de l'optimisation du référencement d'un site web. Lesquelles de ces techniques SEO ne dois-je PAS utiliser sous peine d'être pénalisé par Google ?

Le content spinning

Le duplicate content

Le netlinking

Le cloaking

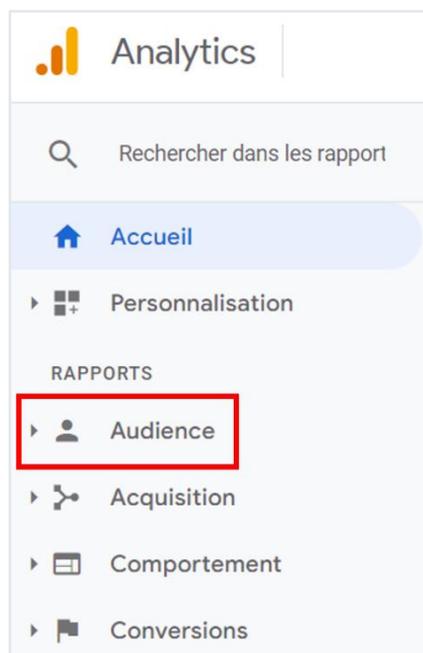
SEO - Contenu

[Mettre en place les bonnes pratiques répondant aux normes SEO](#)

Question Intermédiaire à Choix multiple

A savoir : Le SEO Black Hat regroupe l'ensemble des pratiques désapprouvées par Google utilisées pour améliorer les performances SEO. On retrouve parmi elles le content spinning, le duplicate content et le cloaking. A l'inverse, si utilisé modérément, le netlinking est au contraire une pratique encouragée par Google. Il consiste à faire pointer des liens hypertextes vers d'autres sites web.

Q2 : Vous souhaitez consulter les données démographiques des internautes de votre site web. Sur quelle section du menu de Google Analytics cliquez-vous ?



Analytics – Google Analytics

[Analyser les données](#)

Question Facile interactive

A savoir : L'outil Google Analytics donne accès à des données concernant les internautes, leur comportement et l'acquisition sur un site web. La section « Audience » permet entre autres de disposer d'informations précises quant à l'âge, au sexe, aux centres d'intérêt, ou encore de l'appareil et du navigateur utilisé par les internautes.

Q3 : J'ai pour mission de réaliser le calendrier éditorial LinkedIn de mon entreprise. Il est préférable que je planifie des publications en semaine plutôt que le week-end ?

 Vrai Faux

Community Management - Brand Content

Choisir les contenus adaptés à chaque réseau

Question Facile Vrai/Faux

A savoir : Etant un réseau social professionnel, c'est au cours de la semaine que le trafic est le plus important et que les posts sont donc les plus visibles. Hors de leurs jours de travail, les internautes ont davantage tendance à privilégier d'autres réseaux sociaux comme Instagram.

Q4 : Je m'apprête à lancer une campagne marketing. Pour identifier la provenance du trafic, je mets en place des liens UTM. Quels paramètres UTM dois-je obligatoirement utiliser ?

 utm_source utm_medium utm_title utm_campaign

Stratégie Webmarketing – Acquisition

Réaliser l'audit technique SEO d'un site

Question Difficile à Choix multiple

A savoir : Etant un réseau social professionnel, c'est au cours de la semaine que le trafic est le plus important et que les posts sont donc les plus visibles. Hors de leurs jours de travail, les internautes ont davantage tendance à privilégier d'autres réseaux sociaux comme Instagram.

Q5 : Tridan souhaite intégrer une favicon sur son site web. Laquelle de ces images semble la plus adaptée à cet usage ?

Tridan



Tridan

Webmastering – Site Internet

Connaître les environnements techniques de gestion d'un site web

Question Difficile à Choix unique

A savoir : La favicon est un élément visuel qui permet aux internautes d'identifier le site et qui contribue donc à l'expérience utilisateur. Elle s'affiche notamment sur les navigateurs web à côté du titre d'un onglet. Du fait de sa petite taille et de son format carré, il est important que l'image choisie soit adaptée. Une favicon doit donc être relativement simple et ne pas comprendre trop de détails sous peine de nuire à la compréhension.

Q6 : Vous décidez de lancer une campagne Social Ads sur Facebook. Afin de créer une audience personnalisée des visiteurs de votre site Web, vous devez obligatoirement y avoir installé le pixel Facebook ?

Vrai

Faux

Ads – Social Ads

[Implémenter une stratégie Social Ads](#)

Question Intermédiaire Vrai/Faux

A savoir : Un pixel de conversion est matérialisé par un code créé en général sur des gestionnaires d'annonces, tels que Facebook Ads. Il est un critère indispensable qui prend en compte les actions des utilisateurs provenant d'une campagne publicitaire. Le pixel de conversion est un critère essentiel pour le suivi de performance.

L'ACCOMPAGNEMENT TRIDAN



Tridan est un réel soutien qui peut grandement **faciliter vos démarches de recrutement** et accroître leur efficacité. Vous pourrez ainsi trouver le candidat qui répond le mieux à votre besoin et qui deviendra un collaborateur sur lequel vous pourrez compter.

Fort d'une expérience d'une dizaine d'années au sein d'agences de marketing digital, Tridan dispose d'une **grande expertise** dans le domaine du digital et connaît les enjeux que vous rencontrez dans le **recrutement de profils digitaux**.

Tridan propose aujourd'hui 3 tests différents, dont celui qui est le plus susceptible d'être adapté à votre besoin, le [Test Tridan+ Marketing Digital](#). Il évalue les 6 principaux champs de compétences du marketing digital :

- Ads
- SEO
- Social Media
- Stratégie Webmarketing
- Analytics & KPI
- Webmastering

Aujourd'hui, déjà plus de **3240 profils sont certifiés Tridan** ! 99 % des entreprises utilisant les tests Tridan indiquent suivre les scores pour leur recrutement. Pour ce qui est des candidats, 78 % d'entre eux trouvent un emploi dans les 6 mois suivant le passage du test.



Les avantages de faire passer les tests Tridan :

- S'assurer des compétences opérationnelles d'un candidat (recrutement, alternance, stage...)
- Minimiser les risques et les coûts liés à une erreur de recrutement
- Évaluer les candidats au recrutement
- Faire passer le test en présentiel ou en distanciel
- Accéder à un rapport détaillé des compétences
- Comparer les résultats des candidats

Commandez dès maintenant vos tests Tridan afin de **recruter et valoriser vos collaborateurs** ! Bénéficiez d'un **test gratuit** dès votre inscription.

Si comme 80 % des grandes entreprises, vous souhaitez **externaliser** votre processus de recrutement, vous pouvez confier cette charge au cabinet Tridan. Il vous fait bénéficier d'un **gain de temps** considérable, et surtout d'une **expertise notable** dans le recrutement de profils orientés vers le digital. Le processus est géré de A à Z dans l'objectif de vous proposer le ou les collaborateur(s) idéal(s).



Tridan



Mail de contact : contact@tridan.tech

N° de tél : 02 41 23 82 32

Prendre rendez-vous : <https://www.tridan.tech/contact>



WWW.TRIDAN.TECH