

Maîtriser le GEO pour être cité et visible dans les réponses des IA

Une formation avancée pour transformer votre contenu en source citée par ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews, Gemini

Pourquoi cette formation

La recherche bascule des listes de liens vers des réponses génératives, et le trafic issu des moteurs de réponse IA progresse beaucoup plus vite que la recherche classique. Là où le SEO vous positionnait dans un classement, le GEO (Generative Engine Optimization) fait de votre marque la source que l'IA reformule, recommande et cite.

Cette bascule change les règles, car les moteurs génératifs sélectionnent des passages précis, vérifient les entités par consensus et récompensent la clarté plutôt que la seule autorité de domaine. Ne pas être présent dans ces réponses, c'est disparaître d'un point de contact décisif au moment exact où l'utilisateur cherche une solution. Cette formation va en profondeur sur le GEO et l'AEO (Answer Engine Optimization), en complément de la formation SEO, pour installer une méthode concrète, mesurable et durable de visibilité dans les IA.

Public concerné

Cette formation s'adresse aux responsables marketing digital, aux référenceurs SEO qui veulent étendre leur expertise aux moteurs génératifs, aux content managers et rédacteurs web, aux responsables e-commerce et acquisition, ainsi qu'aux dirigeants et consultants qui pilotent la visibilité d'une marque. Une connaissance de base du SEO et de la production de contenu web est utile, mais aucune compétence technique avancée n'est requise. Les notions techniques type "robots, données structurées, llms.txt" sont abordées de façon accessible et immédiatement actionnable.



Programme de formation

1. Comprendre les moteurs génératifs et distinguer SEO, GEO et AEO

- Cartographier l'écosystème des moteurs de réponse IA (ChatGPT Search, Perplexity, Google AI Overviews, Gemini, Copilot)
- Distinguer clairement le SEO, le GEO et l'AEO ainsi que leurs objectifs respectifs
- Mesurer l'impact du basculement de la recherche vers les réponses génératives sur le trafic et la marque
- Analyser les différences de comportement et d'affichage des citations entre chaque moteur
- Identifier les requêtes et parcours où la visibilité générative est stratégique pour votre activité
- Poser les fondations d'une approche complémentaire au SEO classique

2. Décrypter la sélection et la citation des sources par les IA

- Comprendre le fonctionnement du RAG (génération augmentée par la recherche), du grounding (ancrage sur des sources) et des index utilisés par les moteurs génératifs
- Différencier la mémoire d'entraînement des modèles et la récupération en temps réel (live retrieval)
- Identifier les signaux qui font citer une source (pertinence sémantique, clarté structurelle, validation d'entité)
- Décoder pourquoi les passages courts et auto-suffisants sont privilégiés pour la citation
- Analyser le rôle des sources tierces (Reddit, Wikipedia, forums, plateformes d'avis) dans le consensus
- Anticiper les cycles de mise à jour propres à chaque moteur pour prioriser ses actions

3. Rechercher les questions, intentions et prompts de son audience

- Cartographier les questions réelles posées aux IA et les intentions de recherche associées



- Exploiter les People Also Ask, les suggestions et les conversations pour construire un référentiel de prompts
- Construire un jeu de prompts de suivi représentatif de votre marché et de vos personas
- Prioriser les questions à fort enjeu business et à forte probabilité de citation
- Identifier les angles de contenu manquants face aux réponses actuelles des IA
- Aligner chaque contenu sur une intention et une question précises

4. Produire un contenu citable et faisant autorité

- Rédiger des réponses directes en tête de contenu (format answer-first (réponse d'abord), blocs de réponse courts et auto-suffisants)
- Structurer les pages avec des titres clairs, des listes, des FAQ et des explications concises
- Renforcer les entités, la densité d'information et les signaux E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trust) attendus par les IA
- Sourcer les données et statistiques avec des liens vérifiables pour gagner la confiance des modèles
- Concevoir des formats faciles à extraire (guides pratiques, comparatifs, définitions, questions-réponses)
- Maintenir la fraîcheur et la mise à jour des contenus pour rester sélectionnable

5. Ouvrir l'accès technique et baliser son site pour les IA

- Autoriser les robots des IA (GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot, Google-Extended) dans le fichier robots.txt
- Mettre en place et structurer un fichier llms.txt pour guider les crawlers génératifs
- Déployer les données structurées schema.org clés (FAQPage, HowTo, Article, Organization)
- Optimiser sitemaps, vitesse et Core Web Vitals pour faciliter la récupération en temps réel
- Vérifier la cohérence entre le contenu visible et le balisage sémantique



- Développer l'autorité hors site via mentions, avis et présence sur les sources tierces citées par les IA

6. Mesurer sa visibilité générative et piloter sa stratégie GEO

- Définir les KPIs GEO clés (part de citations, share of model (part de voix dans les modèles), trafic de référence IA, sentiment)
- Mettre en place un suivi régulier d'un jeu de prompts fixe sur les différents moteurs
- Prendre en main les outils de tracking de visibilité IA (suivi de citations et de mentions de marque)
- Analyser sa part de voix face aux concurrents dans les réponses génératives
- Construire une feuille de route GEO priorisée et itérative alignée sur les objectifs business
- Articuler la stratégie GEO avec le SEO et les autres leviers d'acquisition

Cas pratiques

- Auditer la visibilité actuelle de votre marque en testant un jeu de prompts sur ChatGPT, Perplexity et Google AI Overviews
- Réécrire une page existante au format answer-first avec blocs de réponse, FAQ et données sourcées
- Générer et valider un balisage FAQPage schema.org, puis contrôler sa cohérence avec le contenu
- Construire un tableau de bord de suivi des citations et de la part de voix face à deux concurrents

Objectifs et compétences visés

- Expliquer le fonctionnement des moteurs génératifs et distinguer précisément SEO, GEO et AEO
- Analyser la façon dont les IA récupèrent, sélectionnent et citent les sources
- Identifier les questions, intentions et prompts stratégiques de son audience



- Produire des contenus citables, structurés et faisant autorité pour les moteurs de réponse IA
- Mettre en place les prérequis techniques (accès des robots, llms.txt, données structurées) qui rendent un site sélectionnable
- Mesurer sa visibilité générative et piloter une stratégie GEO priorisée et durable

Durée

- 2 jours en présentiel ou distanciel avec un expert GEO
- 14 heures de formation

Ressources et accompagnements supplémentaires

Pour aller plus loin dans la mise en pratique et l'accompagnement :

- Accès à notre module e-learning SEO et GEO en complément de la formation pour revoir et renforcer les apprentissages à votre rythme.
- 2 heures de support personnalisé avec l'intervenant expert, jusqu'à 5 mois après la formation, pour répondre à vos questions spécifiques ou bénéficier d'un retour sur vos actions.

Modalité d'évaluation

Évaluations diagnostiques en début et fin de formation.

Prérequis

Aucun.

Accès handicapé

Nous contacter en cas de besoin d'accessibilité pour un participant.



Cette formation peut être prise en charge par votre OPCO.
En savoir plus sur les financements, contactez-nous.

Contactez-nous

E-mail : infos@enablers.io

Téléphone : 01 83 62 55 08

[Notre formulaire en ligne](#)

