

Formation GEO : rendre son site visible dans ChatGPT, Claude et les autres LLM

1 à 12 personnes

Intra ou inter

Sur-mesure ou sur-étagère

A partir de 830€ HT / pers. / jour en inter

Présentiel ou distanciel

Plusieurs formats : 1/2 jour, 1 jour, 2 jours, atelier 2 heures

Modalités et délais d'accès : 7 jours ouvrables après la contractualisation

Peut être associé, enrichi et déployé pour de larges groupes

Modalités et délais d'accès : 7 jours ouvrables après la contractualisation

Objectifs

- Comprendre le fonctionnement des moteurs d'intelligence artificielle générative et leurs nouveaux critères de citation
- Distinguer le SEO (référencement naturel classique) et le GEO (visibilité dans les réponses générées par les IA)
- Identifier les critères qui font qu'une IA cite un site plutôt qu'un autre
- Réunir les preuves EEAT (expérience, expertise, autorité, fiabilité) que les IA recherchent avant de citer une source
- Auditer sa visibilité actuelle dans ChatGPT, Perplexity, Gemini et les autres moteurs d'IA
- Utiliser les bons outils d'analyse pour suivre son trafic et sa présence en ligne
- Repartir avec un plan d'action concret pour renforcer sa présence dans les réponses des IA

Présentation

Depuis vingt-cinq ans, une recherche sur Google donnait une liste de liens. Aujourd'hui, la même question posée à une intelligence artificielle générative — Claude, ChatGPT, Perplexity, Gemini — donne une réponse rédigée, avec des sources citées. Nous appelons ce nouvel enjeu du référencement le GEO (Generative Engine Optimization). Il ne s'agit plus d'être classé, mais d'être cité par les moteurs d'IA. Dans cette formation, nous vous apprenons à identifier les critères qui font qu'une IA cite un site plutôt qu'un autre. Nous vous aidons aussi à réunir les preuves qui rendent votre entreprise visible dans leurs réponses générées.

À qui s'adresse cette formation ?

Nous avons conçu cette formation pour toute personne chargée de rendre son entreprise visible dans les IA génératives, quel que soit son niveau de départ. Elle s'adresse en particulier aux responsables marketing et communication, aux chargés de webmarketing, aux chefs de projet digital et aux responsables e-commerce. Elle convient également aux dirigeants de PME et aux indépendants qui pilotent seuls leur visibilité en ligne.

Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Nos formateurs experts alternent exposés, cas pratiques, mises en situation, exercices, partages d'expériences et bonnes pratiques.

Quelles sont les modalités d'évaluation ?

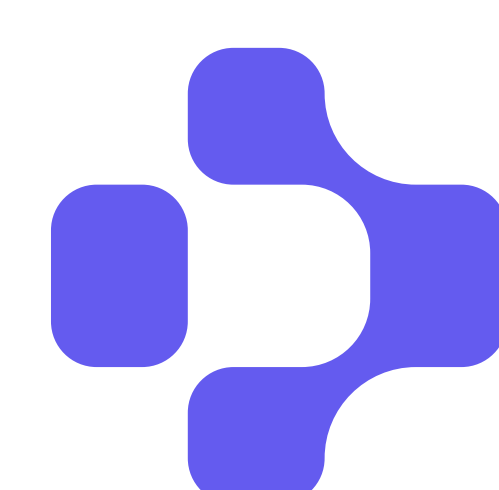
Nous évaluons cette formation par : Une évaluation des acquis en amont via un questionnaire d'auto-positionnement et une évaluation en aval via une étude de cas en fin de formation

Formateur

UI-UX designer pendant vingt ans, notre formatrice est reconnue comme experte du GEO. Sa double culture allie conception d'interfaces et pratique quotidienne de l'IA générative. Nous nous appuyons sur cette expertise pour une formation résolument tournée vers la visibilité de votre entreprise dans les réponses des IA.

Prérequis

La formation nécessite aucun prérequis.



Digital Academy

Bring digital training to life

09 77 21 35 21

contact@digitalacademy.fr

Programme

1

Comprendre le fonctionnement des nouveaux moteurs de réponse

- Comparer une recherche classique et une réponse générée par une IA sur une même question
- Distinguer le SEO (référencement naturel, être trouvé) et le GEO (être cité)
- Observer les nouveaux moteurs d'AI search, comme Comet de Perplexity
- Repérer le fonctionnement des réponses rédigées par les IA, pour anticiper le web de demain
- Interroger ChatGPT, Perplexity et Gemini sur son métier et sa zone géographique, noter qui est cité
- Atelier : établir l'état de sa visibilité en ligne actuelle dans les IA

2

Réunir les preuves EEAT que le GEO exige

- Rassembler ses preuves de terrain : cas clients, chiffres, verbatims
- Recenser ses signaux d'autorité et les renforcer : avis clients en ligne, annuaires, sites tiers, mentions presse, profil LinkedIn
- Comprendre pourquoi l'EEAT est le socle du GEO : sans preuve vérifiable, pas de citation par l'IA
- Atelier : inventaire de ses preuves EEAT

3

Structurer un contenu de qualité pour être cité par les IA génératives

- Adapter la structure de ses pages (titres, réponses directes, données chiffrées sourcées) aux attentes des moteurs génératifs
- Construire un maillage de preuves cohérent entre son site et les sources tierces qui le citent
- Prioriser les pages à retravailler grâce à une analyse sémantique de ses contenus existants
- Atelier : identifier 3 pages prioritaires à optimiser pour le GEO

4

Construire son plan d'action et développer ses compétences GEO

- Définir les indicateurs de suivi de sa visibilité dans les IA
- Planifier la mise en œuvre des actions sur son site et ses signaux d'autorité externes
- Anticiper l'évolution des moteurs génératifs et l'arrivée de nouveaux outils pour rester visible dans la durée
- Atelier : rédiger son plan d'action GEO à 3 mois