IT

SEO ET GEO : LE RÉFÉRENCEMENT À L'HEURE DES IA

Le sujet que 5 organismes sur 25 vendent, et que j'anime sous votre marque.
Voici le déroulé complet du format deux jours.

DURÉE 2 jours 14 heures animées	FORMAT Sous votre marque en France ou à distance	RYTHME 2 journées espacées, sur vos dates
PUBLIC Marketing, communication, responsables web	PRÉREQUIS Connaître les bases du web	GROUPE 6 à 8 personnes

POURQUOI CE MODULE CHEZ VOUS

C'est le trou le plus large du relevé du 7 septembre 2026, sur 1 132 formations chez 25 organismes français : 5 organismes sur 25 le vendent, les vingt autres n'ont pas la ligne. Vous ouvrez une place que la concurrence laisse vide, et j'apporte mes propres relevés, deux études publiées le 6 septembre 2026. Format de référence ci-dessous : deux jours. Il se vend aussi en un jour, ou en trois.

CE QUE LE STAGIAIRE SAIT FAIRE

- **Repérer** ce qui a changé dans la façon dont ses clients cherchent, et ce qui reste vrai du référencement classique.
- **Mesurer** sa présence dans les réponses de ChatGPT, de Perplexity et de Google, avec un relevé que son équipe saura refaire seule.
- **Réécrire** ses pages pour qu'une IA puisse les reprendre : la réponse en tête, un chiffre avec sa date, une source nommée, un auteur identifié, et poser les données structurées qui vont avec.
- **Poser** un plan de 90 jours tenable, avec deux ou trois indicateurs et un responsable par action.

POUR QUI ET AVEC QUOI

- Responsables marketing, communication et web qui pilotent le site d'une entreprise.
- Personnes qui écrivent le contenu du site ou qui le commandent, en interne comme auprès d'une agence.
- Niveau intermédiaire : le groupe travaille sur ses vraies pages, pas sur un site d'exercice.
- **Ce que vous prévoyez.** Un poste par participant, et l'accès au site de chacun, si possible avec Google Search Console.

CE QUI A CHANGÉ, ET COMMENT LE MESURER

9 H 00 À 12 H 30, PUIS 14 H 00 À 17 H 30

1 Où vont vos visiteurs maintenant

1 H

- Poser la même question à Google, à ChatGPT et à Perplexity, en direct, et comparer les trois réponses.
- Repérer qui est cité, à quelle place, et quelle phrase exacte a été reprise.
- Séparer ce qui relève de la réponse générée et ce qui relève encore du lien cliquable.
- Nommer les trois ou quatre questions de votre marché qui reçoivent déjà une réponse directe.

2 Ce qui reste vrai du SEO, ce qui ne sert plus

1 H 30

- Trier les pratiques qui comptent encore et celles qui sont devenues du bruit.
- Vérifier qu'une page de votre site est accessible, lisible et rapide, pour un robot comme pour un lecteur.
- Contrôler les titres, les intertitres et la première phrase de chaque page importante.
- Lister les pages qui portent réellement votre activité commerciale, et laisser le reste de côté.

3 Ce que font les sites que les IA citent

1 H

- Parcourir les constats des deux livres blancs publiés le 6 septembre 2026 sur les sites cités par les IA en France.
- Lire ce que la mesure montre vraiment : les pages citées sont plus courtes, 880 mots en médiane contre 1 083, pas plus datées, 42,6 % contre 49,5 %, pas mieux signées, 44,7 % contre 46,9 %, pas mieux balisées, 69,5 % contre 71,2 %.
- Le seul écart net est la vidéo, présente sur 18,2 % des pages citées contre 9,9 %, et il vient de l'Aperçu IA de Google.
- Comparer une de vos pages à ces relevés, paragraphe par paragraphe, en gardant en tête que ce sont des corrélations et non des causes.

4 Atelier : mesurer votre présence dans les moteurs de réponse

2 H

- Écrire la liste des questions que vos clients posent vraiment, avec leurs mots à eux.
- Poser ces questions sur ChatGPT, Perplexity et Google, et relever les sites cités à chaque fois.
- Remplir votre tableau : question, moteur, sites cités, votre entreprise présente ou absente, date du relevé.
- Fixer les deux dates de remesure, à 30 jours et à 60 jours, et dire qui les fera.

5 Lire vos chiffres sans vous tromper

1 H 30

- Ouvrir Search Console et séparer les impressions des clics, requête par requête.
- Repérer les pages qui gagnent des impressions et perdent des clics.
- Écarter les fausses alertes : saison, page changée, période de comparaison mal choisie, filtre oublié.
- Décider de la période de référence que vous garderez toute l'année.

ENTRE LES DEUX JOURNÉES

Chaque participant repose ses questions sur ChatGPT, Perplexity et Google, et complète le tableau de relevé commencé le premier jour. Il choisit ensuite les trois pages de son site qu'il veut retravailler, celles qui comptent vraiment pour son activité, et il les apporte le jour 2. Rien à rédiger, juste à collecter. Si les deux journées se suivent, ce relevé est fait en fin de journée 1 et les pages sont choisies sur place.

RENDRE VOS PAGES CITABLES, ET TENIR 90 JOURS

9 H 00 À 12 H 30, PUIS 14 H 00 À 17 H 30

6 Atelier : réécrire une page pour qu'elle soit citable

1 H 30

- Prendre une vraie page de votre site, celle qui compte, pas un exemple d'école.
- Remonter la réponse en haut de page, en quatre lignes, avant tout argumentaire.
- Dater le chiffre, nommer sa source, signer la page : le geste le moins cher pour un lecteur qui vérifie, sans promettre qu'il fait citer.
- Relire à voix haute et couper tout ce qui n'apporte rien à la réponse.

7 Les données structurées, en clair

1 H

- Ouvrir le code d'une de vos pages et repérer le balisage déjà présent, ou constater qu'il n'y en a pas, c'est-à-dire la fiche d'identité que votre page donne aux moteurs.
- Choisir les deux ou trois types utiles à votre activité, et ignorer les autres.
- Produire le balisage d'une de vos pages et le passer dans l'outil de test officiel de Google.
- Vérifier que le balisage dit exactement ce que dit la page, sans un mot de plus.

8 Atelier : la page qui répond aux questions de vos clients

1 H

- Classer les questions relevées la veille, de la plus utile commercialement à la moins utile.
- Écrire une réponse courte et vérifiable pour les six premières.
- Les regrouper dans une seule page, claire, sans habillage inutile.
- Faire relire cette page par un collègue qui ne connaît pas le sujet, et corriger ce qu'il ne comprend pas.

9 Ce qui se joue en dehors de votre site

1 H 30

- Repérer les sites tiers que les IA citent sur votre sujet, secteur par secteur.
- Identifier ceux où votre entreprise a une raison légitime d'apparaître.
- Mettre à jour vos fiches sur les annuaires et les sites professionnels de votre métier, et lister les médias où une prise de parole est possible.
- Préparer un contenu de preuve, une étude ou un retour d'expérience chiffré, qui donne une raison de vous citer.

10 Le plan des 90 jours

2 H

- Écrire les actions des trois prochains mois, semaine par semaine, avec un nom en face de chaque ligne.
- Choisir deux ou trois indicateurs, pas dix, et dire qui les relève et à quelle fréquence.
- Programmer dans l'agenda les deux remesures du panel de citations, à 30 jours et à 60 jours.
- Repartir avec le plan validé par l'équipe et la première action déjà engagée.

MA FAÇON D'ANIMER

- **Vos dates, votre public.** J'anime sous votre marque, partout en France et à distance, sur le format que votre catalogue demande.
- **Mes supports, ou les vôtres.** J'arrive avec le support, les exercices et les cas. Vous préférez le vôtre ? Vous me le remettez, je m'y adapte et j'anime dessus.
- **Des équipes non techniques.** Aucune ligne de code sur les sujets métier, et des ateliers sur les documents réels des participants.
- **Vos clients restent vos clients.** Vous gardez la relation, le contrat et la facturation. Je n'interviens jamais en direct auprès d'eux, ni pendant, ni après.

CE QUE LE STAGIAIRE EMPORTE

- Son tableau de relevé rempli : les questions de ses clients, les trois moteurs, les sites cités, sa présence, et les deux dates de remesure.
- Une page de son site réécrite pendant la session, et une page de questions-réponses créée en atelier, toutes deux prêtes à être mises en ligne.
- Le balisage de données structurées d'une de ses pages, testé et validé pendant l'atelier.
- Le plan des 90 jours : les actions semaine par semaine, deux ou trois indicateurs, un responsable par ligne.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES ET PRATIQUES

- **Évaluation.** Un point de positionnement en ouverture, une mise en situation à chaque atelier, un tour de table de clôture.
- **Ce que je vous rends.** L'émargement et les retours du groupe, à la fin de la session.
- **Attestation et certification.** Elles restent chez vous : l'action est portée par votre organisme, et je l'anime sous votre marque.
- **Accessibilité.** Les modalités s'adaptent aux situations de handicap. On en parle au premier échange.

CE QUE JE FACTURE À VOTRE ORGANISME

ANIMATION

80 € de l'heure

soit 560 € la journée de sept heures

Ce tarif couvre l'animation. Déplacement en sus pour le présentiel, selon la distance. Numéro de déclaration d'activité communiqué sur demande.

UN ÉCHANGE DE QUINZE MINUTES AVANT DE DÉCIDER

Envoyez-moi le sujet, vos dates et le format retenu. Je vous dis franchement si c'est dans mon périmètre et si je suis disponible. Un non me va très bien, je préfère le savoir.

RÉSERVER UN CRÉNEAU