PLAN DE FORMATION · SEPTEMBRE 2026

IT

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

Deux jours pour mesurer votre présence dans les réponses des IA, retravailler vos pages, et repartir avec un plan de 90 jours.

DURÉE	FORMAT	RYTHME
2 jours 14 heures	À distance ou dans vos locaux	2 journées espacées d'une semaine
PUBLIC	**PRÉREQUIS**	**GROUPE**
Marketing, communication, responsables web	Connaître les bases du web	6 à 8 personnes

POURQUOI CETTE FORMATION

Vos clients posent maintenant leurs questions à ChatGPT, à Perplexity ou au bloc de réponse de Google. Ils obtiennent un texte, deux ou trois sources citées, et souvent aucun clic vers votre site. Vos positions n'ont pas bougé, votre trafic baisse quand même, et personne dans l'équipe ne sait dire si vous êtes cité ou pas. Vous ne pilotez plus ce qui se dit de vous.

À L'ISSUE DE LA FORMATION

- **Repérer** ce qui a changé dans la façon dont vos clients cherchent, et ce qui reste vrai du référencement classique.
- **Mesurer** votre présence dans les réponses de ChatGPT, de Perplexity et de Google, avec un relevé que votre équipe saura refaire seule.
- **Réécrire** vos pages pour qu'elles donnent à une IA de quoi 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.
- Groupe de 6 à 8 personnes, un ordinateur portable par participant.
- Accès à votre site et, si possible, à Google Search Console : à préparer avant le premier jour, les ateliers se font sur vos vraies pages.

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

Vous reposez vos questions sur ChatGPT, Perplexity et Google, et vous complétez le tableau de relevé commencé le premier jour. Vous choisissez ensuite les trois pages de votre site que vous voulez retravailler, celles qui comptent vraiment pour votre activité, et vous les apportez 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 DE FORMER

- **On part de vos cas.** Vos documents, vos tâches. C'est ce qui fait que l'effet se voit dès la première semaine.
- **On pratique sur vos outils.** Ceux que vous utiliserez ensuite, avec vos données, pas une démonstration sur un compte de test.
- **Petit groupe, en direct.** Chacun repart avec la réponse à ses questions. Au-delà d'une poignée, la séance devient une conférence.
- **Vous gardez la main.** Mémos et bibliothèque de consignes réutilisables après la session, pour continuer sans moi.

CE QUE L'ÉQUIPE EMPORTE

- Votre tableau de relevé rempli : les questions de vos clients, les trois moteurs, les sites cités, votre présence, et les deux dates de remesure.
- Une page de votre site réécrite pendant la formation, et une page de questions-réponses créée pendant l'atelier, toutes deux prêtes à être mises en ligne.
- Le balisage de données structurées d'une de vos 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.
- **Attestation.** Une attestation de fin de formation est remise à chaque participant.
- **Délai d'accès.** À convenir ensemble après validation du besoin et signature de la convention.
- **Accessibilité.** Les modalités s'adaptent aux situations de handicap. On en parle au premier échange.

TARIF, DEUX JOURS, POUR LE GROUPE JUSQU'À 8 PERSONNES

À DISTANCE	DANS VOS LOCAUX
2 750 €	**3 400 €**
en visioconférence, écran partagé	partout en France

Formation individuelle : sur devis. Financement possible par votre OPCO et par le CPF lorsque l'action est portée par notre organisme partenaire certifié Qualiopi, qui prend en charge le montage du dossier.

UN ÉCHANGE DE QUINZE MINUTES AVANT DE DÉCIDER

On cerne le besoin, on choisit le format, et je vous dis franchement si cette formation est la bonne pour vos équipes.

RÉSERVER UN CRÉNEAU