



FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

NEW

Ref. : C25GEO

Durée :
1 jour - 7 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 910 € HT

Repas inclus

GEO (GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION) : ADAPTER SA STRATÉGIE DE CONTENU

Comprendre la fin des "liens bleus" et maîtriser l'art d'être cité par ChatGPT, Perplexity et AI Search

Le SEO tel que nous le connaissons vit sa plus grande mutation depuis 20 ans.

Avec l'avènement des moteurs de réponse (ChatGPT, Perplexity, Claude, "AI Overviews, AI Mode), l'utilisateur ne cherche plus une liste de liens, mais une **réponse synthétique immédiate**. Pour les marques, l'enjeu évolue : être visibles ne suffit plus, il faut être comprises, sélectionnées et citées par les IA génératives.

Cette formation de **2 demi-journées** donne un cadre clair et opérationnel pour :

- Appréhender comment ces moteurs de réponse sélectionnent les sources,
- Mesurer la visibilité actuelle de votre marque dans les IA,
- Transformer votre stratégie de contenu pour être davantage citée par les algorithmes.

L'objectif est de vous donner les clés pour passer d'une logique de référencement (SEO) à une logique de réponse (GEO - Generative Engine Optimization).

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

À distance

07 et 08 déc. 2026

- 07/12/2026 14:30 --> 08/12/2026 18:00 à À distance
 - 07/12/2026 14:30 --> 07/12/2026 18:00
 - 08/12/2026 14:30 --> 08/12/2026 18:00

OBJECTIFS

- Maîtriser les nouveaux indicateurs de visibilité à l'ère du "Zéro Clic".
- Auditer la présence de sa marque dans les réponses des LLMs (Large Language Models).
- Structurer et optimiser des contenus pour les rendre GEO-friendly

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsable Content Marketing, Responsable SEO, Directeur Marketing & Digital, Brand Manager.

PRÉREQUIS

- Une connaissance des fondamentaux du SEO, du content marketing et de la stratégie de contenu.
- Une pratique régulière des outils d'IA générative de base (ChatGPT, etc.).

COMPÉTENCES ACQUISES

PROGRAMME

GEO (Generative Engine Optimization) : Adapter sa stratégie de contenu

Matin - Appréhender la révolution GEO et auditer sa visibilité

Du Search à l'AI Search : la fin des liens bleus

- Le changement de paradigme :
 - Appréhender la disparition du clic comme unité de mesure et l'émergence des "Gardiens de la recherche" (OpenAI, Perplexity, Anthropic, Google).
- Évolution du search vers les moteurs de réponse:
 - Identifier les différences entre "requête mot-clé" et "requête conversationnelle".
 - Analyser les nouvelles attentes : immédiateté, synthèse, et contextualisation.
 - Identifier comment l'IA sélectionne, comprend et synthétise l'information pour formuler une réponse.
- SEO et GEO : complémentarités et articulations
 - Identifier les différences pratiques d'optimisation.
 - Positionner ce que le SEO couvre encore et ce que le GEO ajoute.

La stratégie du "Zéro Clic" et l'audit de visibilité GEO

- Repenser la performance :
 - Passer du trafic web au "Visibility Score".
 - Définir des nouveaux KPIs de visibilité GEO.
- Rôle de la marque et de l'autorité dans les moteurs de réponse :
 - Expliquer le rôle de l'autorité de marque dans les réponses générées
 - Repérer les signaux qui renforcent / affaiblissent cette autorité.
- Exercice pratique :
 - Réaliser un mini audit GEO et tester sa marque sur Perplexity, ChatGPT et Claude.
 - Identifier ses "angles morts" (zones de non-récupération) et benchmarker ses concurrents.

Après-midi - Création et optimisation de contenu pour le GEO (3h30)

Optimiser l'existant : rendre ses contenus GEO-friendly

- Le nettoyage sémantique :
 - Sélectionner et adapter vos contenus clés actuels (pages stratégiques, articles piliers, clusters).
 - Structurer l'information pour faciliter l'analyse des LLMs (structure, clarté, balisage).
- Renforcer E-E-A-T et l'autorité de marque :
 - Produire des contenus pour rendre l'expertise visible : preuves, exemples, cas clients, signaux de fiabilité.
 - Travailler la cohérence entre marque, ton, preuves et contenus pour être validé comme source de référence par les IA.
- Structurer l'information pour l'IA :
 - Organiser et rédiger ses contenus de manière à ce qu'ils soient identifiés comme la meilleure réponse possible par les moteurs génératifs.
- Les fondamentaux techniques vulgarisés :
 - Identifier les leviers techniques essentiels pour faciliter la lecture de vos contenus par les robots, sans entrer dans la complexité du code.

Nouveaux formats de contenu gagnants et mesure de la performance

- Les formats performants pour le GEO :
 - Identifier les typologies de contenus privilégiées par les moteurs de réponse et apprendre à créer une valeur ajoutée unique.
- Les formats de contenu "Out-of-the-box" :



- Explorer les nouveaux formats que permettent de construire les Agents IA pour sortir radicalement des standards éditoriaux.
- Mesurer et suivi :
 - Mettre en place des indicateurs de suivi GEO cohérents avec le reporting marketing.
 - Lire et interpréter l'évolution de présence dans les réponses générées.
- Atelier pratique : Checklist et templates pour adapter vos pages de sites actuels et le rendre GEO -friendly.

INTERVENANTS

Karine ABBOU

Experte GEO, stratégie de contenu et visibilité des marques à l'ère de l'IA

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

