

Formation GEO — Generative Engine Optimization

Rendre votre marque visible et citable par les IA génératives

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation de 2 jours, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche génératifs (ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude, AI Overviews de Google) et leur impact sur la visibilité d'une marque.
- Identifier les différences et les complémentarités entre SEO classique et GEO (Generative Engine Optimization).
- Auditer son site et ses contenus existants au regard des critères de citabilité des IA génératives.
- Structurer ses contenus pour qu'ils soient repris et cités comme sources fiables par les IA.
- Mettre en place les données structurées (Schema.org) et le balisage sémantique adaptés au GEO.
- Élaborer un plan d'action concret pour intégrer le GEO dans sa stratégie digitale globale.

PARTICIPANTS

Responsables marketing, responsables de la communication, dirigeants de PME/TPE, chargés de communication, chefs d'entreprise, créateurs d'entreprise, community managers, webmasters, rédacteurs web, consultants en communication, agences de communication, et toute personne souhaitant comprendre comment positionner sa marque dans l'écosystème des moteurs de recherche génératifs et des intelligences artificielles.

PRÉREQUIS

Être utilisateur d'Internet et avoir une connaissance générale du fonctionnement d'un site web. Une expérience préalable du SEO (référencement naturel) est un plus, mais n'est pas indispensable : les fondamentaux nécessaires seront rappelés en début de formation.

PROGRAMME

JOUR 1 — Comprendre le GEO et auditer sa visibilité actuelle (7h)

Module 1 — Du SEO au GEO : la nouvelle donne de la visibilité web (1h30)

- Panorama des moteurs de recherche en 2026 : Google, Bing, mais aussi ChatGPT Search, Perplexity, Gemini, Claude, Copilot, AI Overviews.
- Comprendre le basculement : du « 10 liens bleus » à la réponse synthétisée par l'IA.
- Définir le GEO (Generative Engine Optimization) : objectifs, vocabulaire et différences avec le SEO classique.
- Pourquoi le GEO n'est pas une révolution mais le prolongement naturel du SEO : la synergie gagnante entre les deux approches.
- Cas concrets : comment une marque bien positionnée en SEO devient citable par les IA — illustration sur les positionnements de l'agence.

Module 2 — Comment les IA génératives sélectionnent leurs sources (1h30)

- Le fonctionnement d'un moteur génératif : indexation, embeddings, retrieval-augmented generation (RAG).
- Les critères de citabilité : E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness), fraîcheur, clarté, structure.
- Les sources que privilégient ChatGPT, Perplexity, Gemini et Claude : sites éditoriaux, contenus longs, contenus structurés en FAQ.
- Atelier participatif : interroger une IA sur un secteur d'activité de l'un des stagiaires et analyser les sources citées.

Module 3 — Auditer sa visibilité sur les IA génératives (2h)

- Méthode d'audit GEO : les prompts d'audit à exécuter sur ChatGPT, Perplexity, Gemini et Claude.
- Identifier les requêtes-cibles : intentions, formulations en langage naturel, questions de longue traîne.
- Mesurer sa présence : citations, sources liées, position dans les réponses.
- Comparer sa visibilité à celle de ses concurrents directs sur les IA.
- Exercice pratique : chaque stagiaire réalise son propre audit GEO sur son entreprise, son secteur ou son projet.

Module 4 — SEO et GEO : le duo gagnant (2h)

- Les fondamentaux SEO qui restent indispensables : architecture, balisage, performance (Core Web Vitals), netlinking.
- Pourquoi un site bien référencé sur Google est la première condition d'un bon GEO.
- Les compléments spécifiques au GEO : structure conversationnelle, ton expert, sources citées, formats hybrides.
- Synthèse de la journée 1 : votre carte d'identité de visibilité (SEO + GEO) en un tableau.

JOUR 2 — Optimiser ses contenus et structurer son plan d'action GEO (7h)

Module 5 — Rédiger des contenus citables par les IA (1h45)

- Les principes d'écriture GEO-friendly : clarté, réponse directe, structure question/réponse.
- La hiérarchie de l'information : titre, sous-titre, chapeau, paragraphes, listes, encadrés, citations.
- Intégrer la preuve : chiffres, sources, exemples, cas clients, témoignages.
- Identifier les bonnes longues traînes : outils gratuits (Google Suggest, People Also Ask, AnswerThePublic), prompts IA.
- Atelier d'écriture : chaque stagiaire reformule un de ses contenus existants selon la méthode GEO.

Module 6 — Structurer ses contenus pour les IA : données structurées et balisage (2h)

- Comprendre Schema.org : qu'est-ce qu'une donnée structurée et pourquoi c'est central pour le GEO.
- Les schémas prioritaires : Article, FAQPage, HowTo, BreadcrumbList, Organization, Person, LocalBusiness.
- Implémentation pratique : JSON-LD, outils de génération, tests avec le Rich Results Test de Google.
- Le module FAQ : pourquoi c'est le format préféré des IA et comment le structurer efficacement.
- Le balisage sémantique HTML : H1, H2, H3, balises sémantiques (article, section, aside), méta-données.
- Exercice pratique : générer le JSON-LD d'une page existante du site du stagiaire.

Module 7 — Stratégie éditoriale GEO et autorité thématique (1h15)

- Construire un cocon sémantique : page pilier, pages-filles, maillage interne.
- Le plan éditorial GEO : fréquence de publication, formats (article de fond, FAQ, glossaire, étude de cas).
- Devenir une référence sur sa thématique : la stratégie d'autorité par la profondeur et la fraîcheur.
- Le rôle de l'auteur identifié : page auteur, schéma Person, profils LinkedIn, signaux d'expertise.
- Réseaux sociaux, podcasts, vidéos : comment ces canaux nourrissent indirectement votre visibilité GEO.

Module 8 — Suivre, mesurer et faire évoluer sa stratégie GEO (2h)

- Les outils de suivi SEO classiques (Google Search Console, Matomo, Google Analytics) et leurs limites pour le GEO.
- Les nouveaux outils de suivi GEO : Otterly.AI, Profound, suivis manuels structurés.
- Définir ses KPIs : nombre de citations, part de voix sur les IA, requêtes-cibles couvertes, trafic référent depuis Perplexity, ChatGPT, etc.
- Construire son tableau de bord GEO mensuel.
- Atelier de clôture : chaque stagiaire élabore son plan d'action GEO sur 90 jours (priorités, ressources, calendrier).

MÉTHODE

La formation alterne apports théoriques, démonstrations en direct sur des outils (IA génératives, outils SEO/GEO, générateurs de Schema.org) et ateliers pratiques. Chaque stagiaire travaille sur ses propres contenus et son propre site web tout au long de la formation. Une participation active sur micro-ordinateur est prévue à chaque module à partir de cas réels apportés par les participants (site web, contenus existants, problématiques concrètes de visibilité). Installation de Rankmath ou autre outil équivalent pour générer le schéma.org.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Un ordinateur connecté à Internet est utilisé pour la formation par chaque stagiaire (à fournir par le participant ou mis à disposition par l'organisme selon l'accord). Accès à plusieurs comptes d'IA génératives pour les démonstrations et exercices (ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude). Une documentation technique complète est remise au stagiaire à l'issue de la formation : synthèse des éléments théoriques, checklist d'audit GEO, modèles de schémas JSON-LD prêts à l'emploi, plan d'action GEO type, liste d'outils.

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Un QCM est réalisé en fin de formation pour valider les connaissances théoriques (fonctionnement des IA, principes du GEO, données structurées). Une mise en pratique finale demande au stagiaire de présenter son plan d'action GEO sur 90 jours, élaboré à partir de l'audit de son propre site. Une évaluation à chaud de la session est réalisée par questionnaire de satisfaction. Une attestation de fin de formation est remise à chaque stagiaire.

DURÉE

2 jours (9h30 à 12h30 – 13h30 à 17h30) soit 14 heures de formation.

FORMATEUR

Alexis Desjeux ([+30 ans d'expérience en communication, design et stratégie digitale — formateur certifié, intervenant à l'université](#))

Alexis Desjeux accompagne depuis 2006 les entreprises, collectivités et associations dans leur stratégie de communication et leur visibilité digitale. Pionnier de l'intégration du GEO dans les démarches SEO traditionnelles, il forme régulièrement des professionnels de la communication aux nouveaux enjeux de la visibilité dans un monde alimenté par l'IA.

LE PLUS DE NOS FORMATIONS

Chaque atelier permet au stagiaire de travailler sur ses propres contenus et son propre site web, en lien direct avec son activité et ses besoins quotidiens. Vous repartez avec votre plan d'action GEO opérationnel.

L'INCLUSION et la PERSONNALISATION

Dans notre approche de la formation, nous attachons une grande importance à valoriser la diversité de chacun. Afin que tous les stagiaires puissent bénéficier d'une expérience d'apprentissage adaptée, il est essentiel que vous nous fassiez part de vos besoins particuliers, qu'ils soient liés à votre santé ou à d'autres difficultés personnelles. Votre démarche nous permettra de personnaliser les conditions de formation et de mettre en place les ajustements nécessaires pour garantir votre pleine participation et votre épanouissement dans notre programme.

Notre organisme de formation est référencé sur Datadock (numéro de référence 0043212) et **CERTIFIÉ QUALIOPi N° de certificat FR059137-1 (catégorie L6313-1 actions de formation)**. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. L'ensemble de nos formations ont été enregistrées auprès du préfet de région de Pays de la Loire (numéro 52 49 02492 49). La prise en charge financière de nos formations est possible via votre Organisme Paritaire Collecteur Agréé (OPCO). Nos formations sont conçues sur-mesure et s'adaptent à votre niveau de compétence et à votre pratique professionnelle.