



GEO — Generative Engine Optimization

Être cité par les IA (2026) · Durée : référence stratégique

Le GEO est au web de 2026 ce que le SEO était en 2010. Il s'agit d'optimiser vos contenus pour être cités comme source par ChatGPT, Claude, Perplexity et Google AI Overviews. Nouveau pilier stratégique.

1 — COMPRENDRE LE GEO

Contrairement au SEO classique (résultats Google cliquables), le GEO vise à faire citer votre marque dans les réponses générées par les IA. Un internaute qui demande « Qui propose du coaching digital à [Ville] ? » obtient une réponse synthétique : l'objectif est que votre nom apparaisse dans cette réponse.

2 — CONTENUS QUI FONCTIONNENT EN GEO

- Réponses directes et factuelles (format Question/Réponse explicite)
- Listes structurées et comparaisons (les IA adorent extraire ces formats)
- Chiffres précis, dates, sources citées (la précision augmente la citabilité)
- Études de cas avec données mesurables
- Glossaires et définitions (les IA les pillent pour définir des termes)
- Guides pratiques 'Comment faire X en N étapes'
- FAQ détaillées sur vos pages services

3 — OPTIMISATIONS TECHNIQUES

- Schema.org : balisage sémantique (Article, FAQPage, HowTo, LocalBusiness)
- Fichier robots.txt : autoriser les bots IA (GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot)
- Ilms.txt : fichier facultatif qui guide les IA vers votre contenu principal
- HTTPS, site rapide (< 2s) et mobile-first (les critères SEO restent)
- Contenu long et détaillé (les articles < 500 mots sont peu cités)

4 — AUTORITÉ & CITATIONS

- Citations dans des médias reconnus (presse locale, blogs spécialisés)
- Backlinks de qualité — les IA utilisent l'autorité du site source
- Présence sur Wikipedia, Wikidata (si critères d'admissibilité atteints)
- Avis clients Google (les IA les intègrent dans leurs recommandations)
- Cohérence NAP (Nom, Adresse, Téléphone) sur toutes les plateformes
- Profils à jour sur Google Business, LinkedIn, annuaires pro

5 — MESURER SA PRÉSENCE DANS LES IA

- Tester des prompts types chaque mois : 'Quel coach digital à [Ville] ?'
- Interroger Claude, ChatGPT, Perplexity et Gemini sur votre secteur
- Utiliser des outils spécialisés : Peec.ai, Profound, AthenaHQ, Otterly.ai
- Suivre les visites depuis les IA dans Google Analytics (referrer = chatgpt.com, perplexity.ai...)
- Comparer votre présence IA vs celle de vos concurrents (part de voix)

6 — LES BONNES PRATIQUES ÉDITORIALES

- Une idée claire par paragraphe (chunking sémantique)
- Titres descriptifs et hiérarchisés (les IA parsent la structure)
- Phrases courtes (< 20 mots) et actives
- Mots-clés en variations naturelles (pas de sur-optimisation)



GEO — Generative Engine Optimization

Être cité par les IA (2026) · Durée : référence stratégique

Intégrer les questions que pose votre audience (outil : AlsoAsked, Answer The Public)

PHILOSOPHIE GEO

Le GEO récompense l'expertise authentique. Publier régulièrement des contenus approfondis, sourcés et structurés reste la meilleure stratégie long-terme. Les tactiques d'optimisation technique sont secondaires — la qualité éditoriale prime pour être cité par les IA.