

GEO · RÉFÉRENCEMENT DANS LES IA

Votre entreprise peut-elle être citée par les IA ?

Le GEO vise à rendre vos contenus compréhensibles, crédibles et utiles pour les moteurs génératifs comme ChatGPT, Gemini ou Perplexity. Il ne remplace pas le SEO : il en prolonge les fondamentaux.

Faites le test sur votre entreprise

10 min

- 1 Listez trois questions précises que vos clients posent avant d'acheter.
- 2 Posez-les à deux moteurs IA, sans citer le nom de votre entreprise.
- 3 Repérez les marques, sites et sources mentionnés dans les réponses.
- 4 Vérifiez si votre site apporte une réponse plus utile, claire et prouvée.
- 5 Conservez les résultats : ils deviennent votre point de départ GEO.

Comment lire votre résultat

NIVEAU 1**Absent**

Aucune mention. Votre sujet ou votre marque manque encore de signaux clairs.

NIVEAU 2**Mentionné**

Votre entreprise apparaît, mais sans lien ni preuve facilement vérifiable.

NIVEAU 3**Cité**

Votre site sert de source. Le contenu est identifiable, utile et crédible.

POINT DE VIGILANCE

Aucune agence sérieuse ne peut garantir un « top 1 ChatGPT ». Les réponses évoluent selon l'outil, la requête, le contexte et les sources disponibles.

LA MÉTHODE

Les 7 leviers d'une visibilité GEO durable

Travaillez d'abord la qualité réelle de votre site : les moteurs IA recherchent des réponses utiles, structurées et appuyées par des signaux de confiance.

☐ Consolidez le SEO

Indexation, architecture, mots-clés et maillage restent la base.

☐ Répondez clairement

Traitez une question précise dès les premières lignes.

☐ Structurez l'information

Titres explicites, FAQ, listes et paragraphes courts.

☐ Affirmez votre spécialité

Développez un territoire éditorial cohérent et régulier.

☐ Apportez des preuves

Études de cas, résultats, avis, données et retours terrain.

☐ Renforcez la crédibilité

Auteurs identifiés, marque cohérente et sources externes.

☐ Soignez la technique

Mobile, rapidité, accessibilité, HTML et données structurées.

3 erreurs fréquentes

- 1 Promettre une première place dans ChatGPT.
- 2 Publier en masse des textes génériques générés par IA.
- 3 Oublier le SEO, l'expérience mobile et la performance.

Votre plan en 5 étapes

- 1 Choisir un sujet stratégique.
- 2 Recenser les vraies questions clients.
- 3 Créer une page pilier experte.
- 4 Ajouter FAQ, preuves et sources.
- 5 Tester, observer puis améliorer.

Votre premier objectif GEO

3 questions

prioritaires réellement posées par vos clients

1 page pilier

utile, spécialisée, structurée et facile à citer

1 preuve / sujet

cas client, expérience, résultat ou donnée vérifiable

Source éditoriale : com-et-net.com/agence-geo-grenoble/ - consultée le 17 juillet 2026