

Formation référencement IA (GEO)

séances d'une heure, 100 % sur mesure · un expert dédié
vous accompagne du SEO classique aux critères GEO.
Programme adapté à votre secteur, vos outils et vos cas
d'usage réels.

DURÉE

100 séances · 100 h

TARIF HT

À partir de 15 000 € HT

FORMAT

Hybride

CATÉGORIE

SEO / SEA

DURÉE

**100 séances ·
100 h**

TARIF HT

**À partir de
15 000 € HT**

FORMAT

Hybride

SESSIONS

100 séances

CUMUL DE VOTRE SÉLECTION

4 niveaux sélectionnés · **100 séances individuelles** de **1 heure** en visio · **100 heures** au total · **À partir de 15 000 € HT** .

01 Présentation

Le référencement ne se résume plus à plaire à Google. Les moteurs de recherche IA, Google AI Overviews, Perplexity, ChatGPT Search, Bing Copilot, redistribuent la visibilité selon de nouvelles règles. Être cité dans une réponse générée par une IA nécessite une approche spécifique : contenu structuré, autorité de source, signaux E-E-A-T solides et balisage sémantique rigoureux.

Ce parcours débutant pose les fondations. En séances individuelles d'une heure, vous comprenez le fonctionnement des moteurs classiques et IA, vous apprenez à structurer vos pages pour déclencher des citations dans les résultats génératifs, et vous construisez un plan d'action référencement directement applicable à votre activité.

Avant la première séance, votre expert dédié réalise un cadrage gratuit pour analyser votre situation actuelle, identifier vos priorités et adapter le programme à votre contexte : secteur, CMS utilisé, niveau de concurrence, objectifs business. Chaque séance produit un livrable concret, pas une simple présentation de slides.

À l'issue du parcours, vous disposez d'un site mieux structuré, de contenus visibles dans les réponses IA et d'une méthode reproductible pour continuer à progresser en autonomie.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le stagiaire est capable de :

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche classiques et des moteurs IA (Google AIO, Perplexity, ChatGPT Search)

Distinguer SEO traditionnel et GEO (Generative Engine Optimization) et identifier les différences de méthode

Réaliser un audit de base de votre site et identifier les pages prioritaires à optimiser

Maîtriser le balisage sémantique fondamental (title, méta-description, H1-H6, attribut alt)

Produire des contenus structurés, lisibles par les IA génératives et propices à la citation

Implémenter les données structurées Schema.org essentielles (Organization, Article, FAQ)

Mettre en place un suivi des performances avec Google Search Console et GA4

Construire un plan d'action référencement trimestriel adapté à votre secteur d'activité

03 Public & prérequis

PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants de TPE/PME, responsables marketing ou communication sans expérience préalable en référencement naturel. Toute personne souhaitant comprendre le SEO classique et les nouvelles exigences du référencement IA pour renforcer la visibilité de son activité en ligne. Aucune connaissance technique préalable requise.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis technique. Savoir utiliser un navigateur web et un traitement de texte suffit. Disposer d'un site web existant est un plus pour les ateliers pratiques, mais pas obligatoire.

04 Programme par séance

100 séances individuelles d'1 heure en visio avec votre expert dédié. Chaque séance débute par un point d'avancement et se termine par un livrable concret · pas de cours générique.

Programme cumulé sur 4 niveaux : Débutant, Intermédiaire, Confirmé, Expert.

NIVEAU DÉBUTANT

SÉANCE 01

Séance 1 · Audit de vos cas d'usage et cadrage du parcours

1H

- Analyse de votre présence web actuelle et de vos objectifs de visibilité
- Identification de vos 3 priorités référencement pour le parcours
- Adaptation du programme à votre secteur, votre CMS et votre niveau de départ

SÉANCE 02

Séance 2 · Comment fonctionnent les moteurs de recherche classiques

1H

- Exploration, indexation, classement : les 3 mécanismes fondamentaux
- Différence entre SEO on-page, off-page et technique
- Cas concrets appliqués à votre secteur d'activité

SÉANCE 03

Séance 3 · L'IA générative dans la recherche, état des lieux

1H

- Google AI Overviews, Perplexity, ChatGPT Search, Bing Copilot : qui fait quoi

Comment ces outils sélectionnent et citent leurs sources

- Pourquoi vos contenus actuels apparaissent (ou non) dans les réponses IA

SÉANCE 04

Séance 4 · Vocabulaire SEO et GEO : les termes clés

1H

- Requête, intent, SERP, snippet, passage, crawl budget, canonicalisation
- GEO : citabilité, E-E-A-T, passage-level ranking, llms.txt
- Mémo personnalisé des termes essentiels à votre contexte

SÉANCE 05

Séance 5 · Audit de votre site, partie 1 : structure et navigation

1H

- Arborescence, URL propres, mobile-friendly, Core Web Vitals (lecture)
- Identification des pages orphelines et des erreurs d'indexation
- Check-list technique appliquée à votre site en direct

SÉANCE 06

Séance 6 · Audit de votre site, partie 2 : contenus et lacunes

1H

- Analyse page par page : potentiel et manques éditoriaux
- Identification des contenus à enrichir en priorité pour le SEO et le GEO
- Rapport d'audit personnalisé livré à la fin de la séance

SÉANCE 07

Séance 7 · Recherche de mots-clés, méthodes et outils

1H

- Google Search Console, Keyword Planner, Ubersuggest : prise en main
- Volume, concurrence, intent : lire et interpréter les données

Tableau de 20 mots-clés prioritaires pour votre activité

SÉANCE 08

Séance 8 · L'intention de recherche au coeur du SEO/GEO

1H

- Transactionnel, informationnel, navigationnel : reconnaître l'intent
- Cartographier l'intention derrière vos requêtes cibles
- Tableau de ciblage par intent livré et commenté

SÉANCE 09

Séance 9 · Balises HTML essentielles : title, méta-description, H1-H6

1H

- Rôle, format et limites de chaque balise
- Rédaction de vos 5 premières méta-descriptions optimisées
- Vérification et correction directement dans votre CMS

SÉANCE 10

Séance 10 · Rédiger pour les humains et les moteurs

1H

- Densité, placement naturel, lisibilité : règles de base
- Structure BLUF (Bottom Line Up Front) pour maximiser la citabilité GEO
- Réécriture d'une page existante pendant la séance, livrable immédiat

SÉANCE 11

Séance 11 · Formats qui décrochent des featured snippets

1H

- Réponses directes, listes, tableaux, définitions : quand utiliser quoi
- Format idéal pour être sélectionné par les IA génératives

Production d'un bloc 'réponse directe' appliqué à votre site

SÉANCE 12

Séance 12 · Les signaux E-E-A-T : crédibilité et confiance

1H

- Expertise, Experience, Authoritativeness, Trust : définitions concrètes
- Signaux de confiance sur une page : page 'À propos', sources, auteurs
- Plan d'amélioration E-E-A-T personnalisé pour votre site

SÉANCE 13

**Séance 13 · Introduction aux données structurées
Schema.org**

1H

- JSON-LD : pourquoi c'est indispensable pour le GEO
- Types essentiels : Organization, Article, FAQ
- Premier Schema implémenté et validé sur votre site

SÉANCE 14

**Séance 14 · GEO pratique : optimiser pour Google AI
Overviews**

1H

- Critères de sélection des sources par Google AIO
- Format, longueur et structure des contenus cités
- Réécriture d'une page pour maximiser les chances d'apparaître dans AIO

SÉANCE 15

**Séance 15 · GEO pratique : optimiser pour Perplexity et
ChatGPT Search**

1H

- Comment Perplexity et ChatGPT Search crawlent et citent leurs sources
- Ilms.txt, signaux de citabilité, structure de passage optimale

Premiers ajustements appliqués à deux pages de votre site

SÉANCE 16**Séance 16 · Maillage interne : bases et bonnes pratiques****1H**

- Pourquoi les liens internes renforcent l'autorité des pages
- Audit des liens internes existants sur votre site
- Plan de maillage pour vos 10 pages principales

SÉANCE 17**Séance 17 · Netlinking : comprendre et démarrer****1H**

- Qu'est-ce qu'un backlink de qualité et pourquoi ça compte
- Stratégies accessibles : partenaires, presse locale, annuaires sectoriels
- Identification de 5 opportunités concrètes pour votre activité

SÉANCE 18**Séance 18 · Google Search Console : approfondissement****1H**

- Performances, indexation, signalement d'erreurs : les métriques à surveiller
- Rapport hebdomadaire de suivi : ce qu'il faut lire en priorité
- Dashboard personnalisé configuré pendant la séance

SÉANCE 19**Séance 19 · GA4 : les bases utiles au référencement****1H**

- Sessions organiques, taux d'engagement, parcours : lire les bons indicateurs
- Objectifs et conversions liés au référencement
- Configuration des 3 KPIs prioritaires pour votre site

SÉANCE 20

Séance 20 · Créer du contenu optimisé : méthode en 5 étapes

1H

- Brief de contenu structuré pour SEO et GEO simultanément
- Intégration des signaux GEO : structure, citations potentielles, E-E-A-T
- Production d'un article complet pendant la séance, publiable en l'état

SÉANCE 21

Séance 21 · FAQ et contenus Question/Réponse

1H

- Identifier les questions de votre audience avec Soovle, PAA, Answer the Public
- Format FAQ optimal pour les IA génératives
- Page FAQ créée, balisée en Schema.org FAQPage et validée

SÉANCE 22

Séance 22 · Optimisation des pages produits et services

1H

- Structure type d'une page de service optimisée SEO et GEO
- Adaptation aux requêtes à intent transactionnel
- Réécriture de 2 pages de votre catalogue avec livrables

SÉANCE 23

Séance 23 · Référencement local (si applicable)

1H

- Google Business Profile : paramétrage complet et bonnes pratiques
- Cohérence NAP (Nom, Adresse, Téléphone) sur les annuaires
- Stratégie de collecte et gestion des avis clients

SÉANCE 24

Séance 24 · SEO technique : vérification des fondamentaux

1H

Sitemap XML, robots.txt, redirections 301 : check et corrections

- Core Web Vitals : lecture des scores et priorisation des actions
- Check-list technique complète validée sur votre site

SÉANCE 25**Séance 25 · Veille et actualité SEO/GEO****1H**

- Sources fiables à suivre pour rester à jour (Search Central, SERoundtable...)
- Impact des mises à jour Google sur votre stratégie
- Mise en place de vos alertes et système de veille personnalisé

SÉANCE 26**Séance 26 · Atelier pratique : optimisation complète d'une page****1H**

- Application de toutes les techniques vues sur une page choisie par vous
- Balisage, contenu, données structurées, maillage : révision complète
- Page optimisée publiée à la fin de la séance

SÉANCE 27**Séance 27 · Mesurer le ROI de vos efforts référencement****1H**

- Indicateurs de progression SEO et GEO : délais et attentes réalistes
- Template de reporting mensuel créé et commenté
- Tableau de bord synthétique configuré dans Search Console

SÉANCE 28**Séance 28 · Créer un plan de contenu trimestriel****1H**

- Calendrier éditorial aligné sur les intentions de recherche

Équilibre entre contenus evergreen et actualités de votre secteur

- Plan de contenu pour les 3 prochains mois, livré en tableau

SÉANCE 29

Séance 29 · Automatiser sa veille et ses rapports

1H

- Google Alerts, rapports automatiques Search Console
- Looker Studio basique : créer un tableau de bord SEO en 30 minutes
- Tableau de bord configuré en direct pendant la séance

SÉANCE 30

Séance 30 · Adapter sa stratégie à un contexte concurrentiel

1H

- Analyser les pages concurrentes classées en haut des résultats
- Identifier les angles différenciants pour votre contenu
- Repositionnement d'une page existante face à la concurrence

SÉANCE 31

Séance 31 · Écrire pour plusieurs canaux sans dupliquer

1H

- Adapter un même contenu SEO pour les réseaux sociaux et la newsletter
- Signaux sociaux et leur impact indirect sur le référencement
- Plan de contenu multi-canal pour un mois complet

SÉANCE 32

Séance 32 · Révision des points de blocage et Q&A approfondi

1H

- Retour sur les thèmes ayant posé des difficultés pendant le parcours
- Questions ouvertes et cas pratiques amenés par le stagiaire

Mémo de synthèse personnalisé des points clés

SÉANCE 33

Séance 33 · Exercices pratiques sur les acquis du parcours

1H

- Exercices ciblés sur les compétences identifiées comme à renforcer
- Correction et feedback immédiat par l'expert
- Validation des acquis sur les modules fondamentaux

SÉANCE 34

Séance 34 · Préparation du plan d'action post-accompagnement

1H

- Priorisation des actions à fort impact pour les 6 prochains mois
- Estimation du budget temps et des ressources nécessaires
- Plan d'action formalisé, prêt à être mis en oeuvre dès la fin du parcours

SÉANCE 35

Séance 35 · Bilan de parcours et transfert d'autonomie

1H

- Évaluation finale sur livrable concret produit pendant le parcours
- Remise de la feuille de route personnalisée et des ressources complémentaires
- Conseils pour progresser en autonomie et critères pour solliciter un accompagnement complémentaire

NIVEAU INTERMÉDIAIRE

SÉANCE 36

Séance 1 · Audit de votre contexte et cadrage GEO

1H

Analyse de vos performances SEO actuelles et de votre visibilité IA

- Identification de 3 axes d'amélioration prioritaires pour le GEO
- Adaptation du programme à votre stack, votre secteur et vos contenus existants

SÉANCE 37

Séance 2 · Panorama des moteurs IA : qui cite quoi et pourquoi

1H

- Google AIO, Perplexity, ChatGPT Search, Bing Copilot : mécanismes comparés
- Critères de sélection des sources : autorité, format, fraîcheur, pertinence
- Vérification de la présence de votre site dans les réponses IA sur vos requêtes cibles

SÉANCE 38

Séance 3 · Analyse concurrentielle dans les SERP IA

1H

- Identifier les sites cités sur vos requêtes stratégiques
- Analyser les caractéristiques communes des contenus sélectionnés (format, longueur, structure)
- Tableau de positionnement concurrentiel livré

SÉANCE 39

Séance 4 · Signaux E-E-A-T : renforcer l'autorité de votre site

1H

- Audit E-E-A-T de vos pages les plus stratégiques
- Signaux d'expertise à ajouter : auteurs, sources, données de confiance
- Plan de renforcement E-E-A-T sur 5 pages prioritaires

SÉANCE 40

Séance 5 · Architecture de contenu orientée GEO

1H

Hub-and-spoke content model : organiser les contenus pour maximiser la citabilité

- Passage-level ranking : structurer les sections pour répondre à des requêtes précises
- Révision de l'architecture éditoriale de votre site selon ce modèle

SÉANCE 41

Séance 6 · Rédiger pour la citation IA : techniques avancées

1H

- Format BLUF (Bottom Line Up Front) et réponses directes à placer en tête de section
- Longueur optimale des passages, densité sémantique et vocabulaire naturel
- Réécriture de 2 sections de vos pages existantes pour maximiser leur citabilité

SÉANCE 42

Séance 7 · Données structurées avancées : Article, HowTo, BreadcrumbList

1H

- Implémentation Schema.org Article enrichi avec auteur, date et organisation
- HowTo et BreadcrumbList : quand les utiliser et comment les structurer
- Validation via Google Rich Results Test et Schema Markup Validator

SÉANCE 43

Séance 8 · Données structurées avancées : FAQ, Product, Review

1H

- FAQPage Schema : règles de rédaction et impact sur les SERP
- Product et Review : cas d'usage, erreurs fréquentes à éviter
- Implémentation sur vos pages produits/services les plus stratégiques

SÉANCE 44

Séance 9 · Optimiser ses contenus pour Google AI Overviews

1H

Mécanismes de sélection AIO : format, longueur, autorité de domaine

- Tester et monitorer l'apparition de vos pages dans AIO
- Atelier : optimisation ciblée d'une page à fort potentiel AIO

SÉANCE 45

Séance 10 · Optimiser pour Perplexity, ChatGPT Search et Bing Copilot

1H

- Différences de crawl et de citation entre les plateformes IA
- llms.txt : mise en place et configuration pour votre domaine
- Test des citations sur 5 requêtes cibles et ajustements immédiats

SÉANCE 46

Séance 11 · Stratégie de contenu evergreen orientée GEO

1H

- Identifier les contenus piliers à fort potentiel de citation long terme
- Mise à jour structurée des contenus existants pour les maintenir citables
- Planning de révision trimestrielle des contenus clés

SÉANCE 47

Séance 12 · Mesure de la performance GEO avec Search Console

1H

- Filtres et rapports Search Console utiles pour le GEO
- Suivi des impressions, clics et positions sur les requêtes à intent informationnel
- Dashboard Search Console personnalisé créé pendant la séance

SÉANCE 48

Séance 13 · Mesure avec GA4 et Looker Studio

1H

Segments organiques dans GA4 : isoler le trafic issu du GEO

- Looker Studio : créer un rapport GEO automatisé connecté à Search Console et GA4
- Tableau de bord livré et commenté

SÉANCE 49

Séance 14 · Optimisation du maillage interne pour le GEO

1H

- Renforcer les pages ciblées par GEO via des liens contextuels internes
- Audit du maillage existant et identification des manques
- Plan de maillage révisé pour les 15 pages stratégiques

SÉANCE 50

Séance 15 · Atelier pratique : optimisation complète d'une page clé

1H

- Application complète des méthodes GEO sur une page choisie par le stagiaire
- Contenu, balisage, données structurées, maillage : révision systématique
- Page optimisée publiée à la fin de la séance

SÉANCE 51

Séance 16 · Créer un contenu GEO-first de zéro

1H

- Brief de contenu orienté GEO : requête cible, intent, structure, format
- Rédaction guidée d'un article ou d'une page de service GEO-optimisé
- Livrable : article complet prêt à publier

SÉANCE 52

Séance 17 · Netlinking et signaux d'autorité externe

1H

- Backlinks de qualité : méthodes de prospection et critères de sélection

Relations presse et mentions de marque : impact sur la citabilité IA

- Plan de netlinking sur 3 mois livré

SÉANCE 53**Séance 18 · Référencement local et GEO****1H**

- GBP, citations locales et leur rôle dans les réponses IA localisées
- LocalBusiness Schema : implémentation et vérification
- Vérification de la cohérence NAP et ajustements

SÉANCE 54**Séance 19 · Plan éditorial trimestriel GEO****1H**

- Méthode de sélection des sujets : volume, intent, potentiel GEO
- Calendrier éditorial structuré par type de contenu (pilier, cluster, FAQ)
- Plan Q1 personnalisé livré avec briefs de contenu

SÉANCE 55**Séance 20 · Veille stratégique sur les évolutions IA****1H**

- Sources de veille fiables : Search Engine Land, Search Central Blog, Animalz...
- Interpréter les mises à jour des algorithmes IA et ajuster sa stratégie
- Mise en place du système de veille personnalisé

SÉANCE 56**Séance 21 · Atelier pratique : optimisation d'un cluster de contenus****1H**

- Révision complète d'un cluster thématique existant selon les critères GEO
- Maillage interne du cluster, données structurées, contenus manquants
- Livrable : cluster optimisé et publié

SÉANCE 57

Séance 22 · Reporting et présentation des résultats

1H

- Structurer un rapport GEO mensuel pour un décideur ou un client
- KPIs pertinents, comparaison période sur période, priorisation des actions
- Modèle de rapport personnalisé livré

SÉANCE 58

Séance 23 · Q&A avancé et révision des points complexes

1H

- Retour sur les points de blocage identifiés pendant le parcours
- Questions ouvertes et cas pratiques apportés par le stagiaire
- Mémo de synthèse personnalisé des apprentissages clés

SÉANCE 59

Séance 24 · Préparation du plan d'action post-accompagnement

1H

- Priorisation des chantiers à fort impact sur la visibilité IA
- Estimation du budget temps et des ressources par action
- Feuille de route sur 6 mois formalisée et annotée

SÉANCE 60

Séance 25 · Bilan de parcours et transfert d'autonomie

1H

- Évaluation finale sur livrable concret produit pendant le parcours
- Remise de la feuille de route et des ressources complémentaires avancées
- Critères pour identifier quand solliciter un accompagnement de niveau confirmé

NIVEAU CONFIRMÉ

SÉANCE 61

Séance 1 · Audit de votre stratégie GEO actuelle et cadrage

1H

- Analyse de vos performances GEO existantes et identification des gaps
- Définition des 3 chantiers prioritaires pour le parcours
- Adaptation du programme à votre organisation, votre stack et votre roadmap

SÉANCE 62

Séance 2 · Méthode d'audit GEO systématique

1H

- Framework d'audit en 5 dimensions : citabilité, autorité, structure, données structurées, performance
- Outillage : scripts Screaming Frog, Search Console, outils de monitoring IA
- Application du framework à votre site, rapport d'audit livré

SÉANCE 63

Séance 3 · Cartographie des opportunités GEO

1H

- Identifier les pages à fort potentiel GEO non exploitées
- Analyse concurrentielle avancée : qui cite vos concurrents et pour quelles requêtes
- Matrice de priorisation des opportunités

SÉANCE 64

Séance 4 · Architecture de contenu avancée pour le GEO

1H

- Topic clusters, content hubs, pillar pages : architecture orientée citabilité IA
- Révision de l'arborescence pour maximiser les signaux sémantiques
- Plan d'architecture révisé pour votre domaine

SÉANCE 65

Séance 5 · Contenu pilier et contenus satellites : construction pratique

1H

- Méthode de rédaction d'un contenu pilier optimisé GEO (2000+ mots)
- Structure des contenus satellites pour renforcer le passage ranking
- Atelier : brief complet d'un contenu pilier pour votre thématique principale

SÉANCE 66

Séance 6 · Données structurées à grande échelle

1H

- Déploiement Schema.org sur des dizaines ou centaines de pages
- Templates JSON-LD réutilisables par type de page
- Validation automatisée via API et intégration dans le processus de publication

SÉANCE 67

Séance 7 · Intégration du GEO dans les workflows éditoriaux

1H

- Check-list GEO intégrée au processus de rédaction et de publication
- Former rapidement un rédacteur aux critères GEO essentiels
- Template de brief de contenu GEO-first livré et commenté

SÉANCE 68

Séance 8 · Stratégie de contenu avancée : saisonnalité et actualité

1H

- Contenu de fond vs. contenu d'actualité : arbitrages pour le GEO
- Gérer la fraîcheur des contenus sans perdre leur autorité accumulée
- Plan de mise à jour structurée sur 12 mois

SÉANCE 69

Séance 9 · Signaux d'autorité externe : netlinking stratégique

1H

- Profil de liens idéal pour maximiser la citabilité IA
- Stratégie de link earning orientée autorité thématique
- Plan de netlinking sur 6 mois, actions priorisées

SÉANCE 70

Séance 10 · Présence de marque et mentions non liées

1H

- Citations de marque sans lien : impact sur la confiance IA et les signaux E-E-A-T
- Stratégie de relations presse et de personal branding pour renforcer l'autorité
- Audit des mentions de marque existantes et plan d'action

SÉANCE 71

Séance 11 · KPIs GEO : définir ce qu'on mesure

1H

- Indicateurs spécifiques GEO : taux de citation, impressions AIO, trafic passthrough
- Distinguer vanity metrics et KPIs actionnables
- Référentiel de KPIs GEO personnalisé pour votre activité

SÉANCE 72

Séance 12 · Tableau de bord décisionnel GEO

1H

- Construire un tableau de bord GEO dans Looker Studio ou Data Studio
- Connexion Search Console, GA4, outils de monitoring IA
- Dashboard opérationnel configuré et livré

SÉANCE 73

Séance 13 · Analyse de la concurrence IA : méthode avancée

1H

Surveiller systématiquement les sources citées par les IA sur vos requêtes

- Identifier les patterns de contenu des pages concurrentes régulièrement citées
- Rapport concurrentiel GEO livré avec recommandations

SÉANCE 74

Séance 14 · Optimisation technique pour la citabilité IA

1H

- Core Web Vitals et leur impact sur la confiance des crawlers IA
- Accessibilité et crawlabilité : vérifications techniques avancées
- Check-list technique GEO appliquée à votre site

SÉANCE 75

Séance 15 · Atelier pratique : refonte GEO d'un cluster complet

1H

- Révision complète d'un cluster thématique selon la méthode GEO confirmé
- Contenu, architecture, données structurées, maillage, KPIs : révision systématique
- Cluster optimisé publié, résultats mesurables dans 4 à 6 semaines

SÉANCE 76

Séance 16 · Anticipation des évolutions IA

1H

- Lire les annonces des plateformes IA et anticiper leurs impacts SEO
- Scénarios d'évolution des SERP IA et stratégies d'adaptation
- Processus de veille mensuelle structuré livré

SÉANCE 77

Séance 17 · Cas pratique : site à fort volume de pages

1H

- Priorisation GEO sur un site avec 500+ pages

Automatisation partielle de l'audit et des corrections

- Application au contexte du stagiaire : plan de déploiement priorisé

SÉANCE 78**Séance 18 · Reporting et communication des résultats****1H**

- Structurer un rapport GEO pour un comité de direction ou un client
- Traduction des métriques techniques en impact business
- Modèle de rapport trimestriel livré

SÉANCE 79**Séance 19 · Révision finale et Q&A stratégique****1H**

- Retour sur les décisions stratégiques prises pendant le parcours
- Questions ouvertes et cas concrets apportés par le stagiaire
- Mémo stratégique de synthèse personnalisé

SÉANCE 80**Séance 20 · Bilan de parcours et remise du plan de déploiement****1H**

- Évaluation finale sur livrable stratégique complet
- Remise du cadre d'audit GEO, du tableau de bord et de la feuille de route 12 mois
- Recommandations pour aller vers le niveau expert

NIVEAU EXPERT**SÉANCE 81****Séance 1 · Audit de votre maturité GEO et cadrage stratégique****1H**

Évaluation de la maturité GEO de votre organisation ou de votre portefeuille

- Identification des 3 leviers de déploiement prioritaires
- Adaptation du programme à votre périmètre, vos contraintes et vos objectifs

SÉANCE 82

Séance 2 · Concevoir un framework d'audit GEO propriétaire

1H

- Définir les dimensions d'audit : citabilité, autorité, structure, schema, performance
- Pondération des critères selon le type de site et le secteur
- V1 du framework d'audit livré et commentée

SÉANCE 83

Séance 3 · Tester et calibrer le framework sur un site réel

1H

- Application du framework à un site de votre portefeuille
- Calibration des seuils et des priorités selon les résultats
- Framework V2 calibré, prêt à déployer

SÉANCE 84

Séance 4 · Gouvernance GEO : rôles, processus et critères de décision

1H

- Qui décide quoi en matière de GEO dans une organisation éditoriale
- Processus de validation des contenus intégrant les critères GEO
- Matrice RACI GEO livrée pour votre organisation

SÉANCE 85

Séance 5 · Déploiement GEO sur architecture multilingue

1H

Hreflang, canonicalisation et GEO : interactions et pièges

- Adapter la stratégie de citation IA à chaque marché et langue
- Plan de déploiement GEO multilingue pour votre périmètre

SÉANCE 86

Séance 6 · Déploiement GEO sur architecture multi-domaines ou multi-marques

1H

- Gérer l'autorité de domaine et les signaux E-E-A-T sur plusieurs entités
- Cannibalisation inter-domaines : identifier et résoudre
- Plan de déploiement GEO multi-entités livré

SÉANCE 87

Séance 7 · GEO sur CMS headless et architectures JAMstack

1H

- Rendu côté serveur (SSR) vs. côté client (CSR) : impact sur la crawlabilité IA
- Intégration Schema.org dans les pipelines de contenu headless
- Check-list GEO pour architectures headless livrée

SÉANCE 88

Séance 8 · Construire un playbook GEO transmissible

1H

- Structure d'un playbook GEO : cadre, méthodes, exemples, anti-patterns
- Niveaux de détail selon la cible : rédacteur, webmaster, manager, C-level
- V1 du playbook GEO pour votre organisation livrée

SÉANCE 89

Séance 9 · Programme de formation interne : concevoir le contenu

1H

Identifier les compétences GEO à transmettre selon les rôles

- Format de formation adapté : ateliers, guides, check-lists, révisions de copies
- Programme de formation interne GEO sur 3 modules livré

SÉANCE 90

Séance 10 · Programme de formation interne : animer et mesurer

1H

- Techniques d'animation pour rendre le GEO concret pour des non-spécialistes
- Mesurer l'assimilation et l'application des pratiques GEO en équipe
- Guide d'animation livré avec supports pédagogiques commentés

SÉANCE 91

Séance 11 · KPIs stratégiques GEO : construire le référentiel

1H

- KPIs GEO décisionnels vs. opérationnels : ce qui intéresse un comité de direction
- Définir des objectifs GEO ambitieux et mesurables sur 12 mois
- Référentiel de KPIs GEO stratégiques livré pour votre organisation

SÉANCE 92

Séance 12 · Tableau de bord décisionnel GEO : architecture et données

1H

- Sources de données GEO pertinentes à connecter (Search Console, GA4, outils tiers)
- Architecture du tableau de bord : vues stratégique, opérationnelle et par marché
- Maquette du tableau de bord décisionnel livrée

SÉANCE 93

Séance 13 · Tableau de bord décisionnel GEO : construction et déploiement

1H

Construction du tableau de bord dans Looker Studio ou outil équivalent

- Test avec données réelles, ajustements, automatisation des rapports
- Tableau de bord opérationnel livré et documenté

SÉANCE 94

Séance 14 · Veille stratégique et anticipation des évolutions IA

1H

- Décoder les annonces des plateformes IA et anticiper leur impact sur la stratégie GEO
- Construire un processus de veille organisationnelle partageable en équipe
- Système de veille stratégique GEO livré avec sources et cadences

SÉANCE 95

Séance 15 · Scénarios d'évolution des SERP IA et plans de contingence

1H

- 3 scénarios d'évolution des moteurs IA sur 18 mois et implications stratégiques
- Plans de contingence par scénario : comment adapter rapidement la gouvernance
- Document de scénarios et plans d'action livrés

SÉANCE 96

Séance 16 · Cas pratique : audit GEO d'un site complexe

1H

- Application du framework d'audit à un site à fort volume ou architecture complexe
- Priorisation des recommandations selon impact/effort
- Rapport d'audit complet livré avec recommandations actionnables

SÉANCE 97

Séance 17 · Cas pratique : plan de déploiement GEO à l'échelle

1H

Structurer un plan de déploiement GEO pour une organisation de 10+ personnes

- Séquencement des chantiers, allocation de ressources, jalons de contrôle
- Plan de déploiement GEO complet livré

SÉANCE 98**Séance 18 · Convaincre et aligner les parties prenantes****1H**

- Construire le business case GEO pour un comité de direction ou un client
- Arguments par profil : DSI, DG, DAF, directeur marketing
- Présentation de conviction GEO livrée et commentée

SÉANCE 99**Séance 19 · Révision finale et consolidation du framework GEO****1H**

- Révision de l'ensemble des livrables produits pendant le parcours
- Consolidation du framework, du playbook et du tableau de bord
- Questions ouvertes et cas edge portés par le stagiaire

SÉANCE 100**Séance 20 · Bilan de parcours et remise de l'écosystème GEO****1H**

- Évaluation finale sur le framework GEO complet produit pendant le parcours
- Remise du framework d'audit, du playbook, du tableau de bord et de la feuille de route
- Conseils pour continuer à faire évoluer l'approche GEO à mesure que les moteurs IA évoluent

05 Modalités

PÉDAGOGIE

Format entièrement individuel. Chaque séance dure exactement 1 heure, en visioconférence ou en présentiel selon votre préférence. Avant la première séance, un cadrage gratuit permet d'identifier votre niveau de départ, vos outils actuels et vos cas d'usage prioritaires. Le programme est retravaillé avec votre expert dédié pour coller à votre contexte : secteur, CMS, concurrents réels. Un seul expert vous accompagne du début à la fin du parcours, sans rotation. Chaque séance produit un livrable directement utilisable sur votre site.

ÉVALUATION

Évaluation continue tout au long du parcours. Quiz de positionnement à l'issue des modules fondamentaux pour valider les acquis avant de passer à la suite. Mises en situation sur des pages réelles de votre site : chaque livrable produit pendant les séances constitue une preuve concrète de la montée en compétence. Évaluation finale formalisée sur un livrable complet, page ou article optimisé de A à Z selon les critères SEO et GEO vus pendant le parcours. Émargement électronique de chaque séance.

ACCESSIBILITÉ

Accompagnement professionnel accessible aux personnes en situation de handicap. Des adaptations peuvent être mises en place sur demande : interprétation en langue des signes française (LSF), supports de séance en format texte enrichi, durée de séance modulée selon les besoins, pauses intégrées au planning, accompagnement de l'environnement de travail du stagiaire. Le format individuel en visioconférence facilite l'accessibilité depuis tout type d'espace. Contactez notre référent handicap, Benjamin Berrous, avant le début du parcours pour définir ensemble les aménagements adaptés

Contact référent handicap ·
benjamin.berrous@mda-performance.fr.

Prêt à démarrer ?

Premier échange de cadrage gratuit avec votre futur expert. Programme adapté à votre contexte, sans engagement.

VOUS POUVEZ ME RETROUVER ICI

groupe-mda.fr/formations/formation-referencement-ia-geo