

Formation Generative Engine Optimization (GEO) : Approfondissement

■ Durée :	1 jours (7 heures)
■ Tarif inter-entreprises :	875,00 CHF HT (Présentiel) 700,00 CHF HT (Distanciel)
■ Public :	Responsables marketing et communication - Responsables de contenus et content managers - Consultants et spécialistes SEO - Webmasters et responsables de sites web
■ Pré-requis :	Connaître les principes généraux du référencement naturel Utiliser régulièrement des outils d'intelligence artificielle générative Disposer idéalement d'un site web ou d'une marque pouvant servir de cas pratique Connaître les fondamentaux du GEO
■ Objectifs :	- Définir une stratégie GEO cohérente avec la stratégie SEO existante - Construire des indicateurs de suivi et un plan d'amélioration continue
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalité d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.

■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR103053-F
■ Note de satisfaction des participants :	Pas de données disponibles
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr , moncompteformation.gouv.fr , maformation.fr , etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr , nous étudierons ensemble vos besoins

Développer les signaux d'expertise, d'autorité et de confiance

Identifier clairement les auteurs et les contributeurs

Présenter les compétences, expériences et sources utilisées

Mettre en avant les études de cas, données internes et retours d'expérience

Assurer la cohérence des informations relatives à l'entreprise

Développer les citations et mentions dans des sources tierces reconnues

Comprendre le rôle des médias, annuaires, comparateurs, communautés et partenaires

Organiser la mise à jour et la validation des contenus sensibles

Les recherches disponibles suggèrent que les moteurs génératifs accordent une place importante aux sources tierces reconnues, mais les résultats varient fortement selon les moteurs et les secteurs.

Optimiser différents formats de contenus

Travailler les pages de services, fiches produits et pages institutionnelles

Créer des FAQ utiles sans produire de contenus artificiels ou répétitifs

Optimiser les comparatifs, guides, études et articles d'expertise

Structurer les contenus locaux et les informations relatives aux établissements

Valoriser les images, vidéos, graphiques et données structurées

Adapter les contenus à différentes intentions et étapes du parcours client

Utiliser l'intelligence artificielle pour accompagner une démarche GEO

Rechercher les questions et intentions associées à une activité
Créer des variantes de requêtes et des scénarios de test
Analyser les réponses obtenues et repérer les sources récurrentes
Identifier les lacunes d'un contenu existant
Produire des plans, synthèses et propositions d'amélioration
Vérifier les faits, les sources et la valeur ajoutée avant publication
Éviter la production industrielle de contenus sans originalité

Google indique que l'IA générative peut aider à rechercher et structurer des contenus, mais que la création massive de pages sans valeur ajoutée peut relever de ses politiques contre le spam.

Mesurer les résultats d'une stratégie GEO

Distinguer visibilité, citation, sentiment, trafic et conversion
Définir un panel de requêtes stable et représentatif
Répéter les tests afin de limiter les biais liés à la variabilité des réponses
Mesurer la fréquence de présence et de citation d'une marque
Analyser les sources utilisées par les différents moteurs
Suivre les visites provenant des assistants et moteurs génératifs
Relier les indicateurs GEO aux objectifs commerciaux et marketing

Atelier fil rouge : construire un tableau de bord de suivi GEO

Élaborer une stratégie GEO opérationnelle

Prioriser les sujets et requêtes présentant un enjeu commercial
Identifier les contenus à créer, enrichir, fusionner ou actualiser
Répartir les responsabilités entre SEO, communication, experts métier et relations presse
Définir un calendrier de production et d'expérimentation
Construire une démarche de test, mesure et amélioration continue
Intégrer le GEO dans la stratégie SEO et éditoriale existante

Atelier fil rouge : formaliser une feuille de route GEO à 90 jours

Supports pédagogiques

Support du formateur, grilles d'audit, modèles de requêtes, exercices, cas pratiques, ressources complémentaires et modèle de tableau de bord GEO

Formateur

Consultant SEO, GEO ou marketing digital disposant d'une expérience en stratégie de contenu, référencement naturel, moteurs génératifs, analyse de visibilité et utilisation professionnelle des outils d'intelligence artificielle