

Formation Generative Engine Optimization (GEO) : Initiation

■ 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
■ Objectifs :	- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche génératifs - Identifier les différences et les complémentarités entre SEO, AEO et GEO - Analyser la visibilité d'une entreprise ou d'une marque dans les réponses générées par l'IA - Structurer des contenus susceptibles d'être découverts, compris et cités par les moteurs génératifs
■ 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 :	MAR103052-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

Comprendre l'évolution de la recherche en ligne

Identifier les transformations introduites par ChatGPT Search, Google AI Overviews, Google AI Mode, Microsoft Copilot et Perplexity

Comprendre le passage d'une liste de résultats à une réponse synthétique et conversationnelle

Identifier les nouvelles étapes du parcours de recherche : formulation de la question, recherche de sources, synthèse et citation

Comprendre les conséquences de la recherche sans clic sur le trafic et la visibilité des marques

Distinguer classement dans les résultats, présence dans une réponse, citation et recommandation

Google considère que l'optimisation pour ses fonctionnalités génératives reste fondée sur les principes essentiels du SEO, même si les usages et les modes de restitution évoluent.

Distinguer SEO, AEO, GEO et LLMO

Définir le Search Engine Optimization, l'Answer Engine Optimization et le Generative Engine Optimization

Identifier les convergences entre référencement traditionnel et moteurs génératifs

Comprendre la notion de visibilité dans une réponse générée

Identifier les limites des promesses commerciales associées au GEO

Éviter l'opposition artificielle entre SEO et GEO

Déterminer les compétences concernées : SEO, contenu, relations presse,

communication, data et expertise métier

Atelier fil rouge : cartographier les moteurs et assistants utilisés par les clients d'une entreprise

Comprendre comment les moteurs génératifs construisent leurs réponses

Comprendre les principes de récupération d'informations et de génération augmentée par la recherche

Découvrir le query fan-out et la décomposition d'une question en sous-requêtes

Identifier le rôle de l'indexation, de la pertinence, de l'autorité et de la fraîcheur

Comprendre pourquoi les résultats diffèrent selon les moteurs et les formulations

Analyser la sélection, la reformulation et la citation des sources

Identifier les risques d'erreur, de simplification et d'hallucination

Google indique notamment que ses systèmes peuvent générer plusieurs requêtes connexes afin de rechercher les informations nécessaires à une réponse complexe.

Auditer la visibilité d'une marque dans les IA génératives

Définir les questions réellement posées par les prospects et les clients

Construire un corpus de requêtes informationnelles, commerciales et comparatives

Tester la présence d'une marque dans différents moteurs génératifs

Identifier les marques concurrentes, les sources citées et les arguments repris

Analyser les écarts entre la perception souhaitée et la perception générée

Documenter les réponses obtenues dans une grille d'audit reproductible

Atelier fil rouge : réaliser un premier audit GEO sur une entreprise ou une marque

Optimiser l'accessibilité technique des contenus

Vérifier l'indexabilité et l'accessibilité des pages importantes

Analyser les fichiers robots.txt et les directives noindex

Identifier les robots utilisés par les principaux moteurs et assistants

Contrôler les sitemaps, les liens internes et la profondeur des pages

Comprendre l'intérêt d'IndexNow et des mécanismes de soumission d'URL

Identifier les problèmes liés au rendu JavaScript et au contenu difficilement accessible

Pour apparaître dans les résultats de ChatGPT Search, un site public ne doit notamment pas bloquer OAI-SearchBot. OpenAI précise également que le trafic provenant de ChatGPT peut être suivi dans les outils d'analytics.

Créer des contenus compréhensibles et exploitables par les moteurs génératifs

Répondre clairement à une intention de recherche identifiable

Structurer les pages autour de questions, réponses, définitions et cas d'usage

Utiliser des titres explicites et une hiérarchie éditoriale cohérente

Présenter les informations importantes de manière directe et vérifiable

Ajouter des données, exemples, références, méthodologies et preuves

Faciliter l'extraction de passages autonomes sans appauvrir le contenu

Développer des contenus originaux fondés sur une véritable expertise

Atelier fil rouge : réécrire une page existante pour améliorer sa lisibilité humaine et générative