

FORMATION SEO

Generation Engine Optimization (GEO)

Être recommandé par ChatGPT, Perplexity, AI
Overviews et Gemini.

Durée

2 journées (14h)

Tarif

2 670€^{HT} / personne

Effectif

1 à 10 participants

Modalité

**Présentiel ou
distanciel synchrone**

Formateur

Botanik

Consultant expert

Accessibilité

**Accessible aux personnes
en situation de handicap**[Contactez-nous](#) pour adapter les modalités.

PUBLIC VISÉ

Dirigeants

Directeurs Marketing / CMO

Responsables SEO

Traffic managers

Chefs de projet digital

Responsables communication

PRÉREQUIS

- Aucun prérequis technique.
- Une première expérience du SEO, du marketing digital ou de la gestion de contenu est recommandée.
- Pour les ateliers pratiques : disposer d'un accès à son site (Google Search Console, CMS) et idéalement à un compte ChatGPT ou Perplexity.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- ✓ Comprendre le fonctionnement d'un LLM et les 4 étapes d'une recommandation IA (requête, RAG, extraction, synthèse)
- ✓ Distinguer SEO et GEO : passer de la logique d'indexation à la logique d'interprétation
- ✓ Mettre en place une mesure GEO fiable : Share of Voice, Presence Score et isolation du trafic IA dans GA4
- ✓ Produire des contenus "citation-ready" optimisés pour le Query Fan-Out
- ✓ Activer les écosystèmes externes prioritaires : Reddit, YouTube, Wikipedia/Wikidata, Google Discover
- ✓ Construire un plan d'action GEO priorisé sur les 5 chantiers prioritaires à 90 jours

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques illustrés par des démonstrations en direct



Ateliers pratiques sur le site web, l'entité Wikidata et le tracking GA4 du participant



Étude de cas concrets issus du portefeuille Botanik.



Support de formation remis à chaque participant

TARIFS

Tous nos tarifs sont indiqués en euros HT. Un devis personnalisé peut être établi sur demande.

Le tarif de cette formation est de 2 670 € HT par personne.

MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Le règlement s'effectue par virement bancaire à réception de la facture émise à l'issue de la formation. Un acompte de 30 % peut être demandé à la signature de la convention de formation.

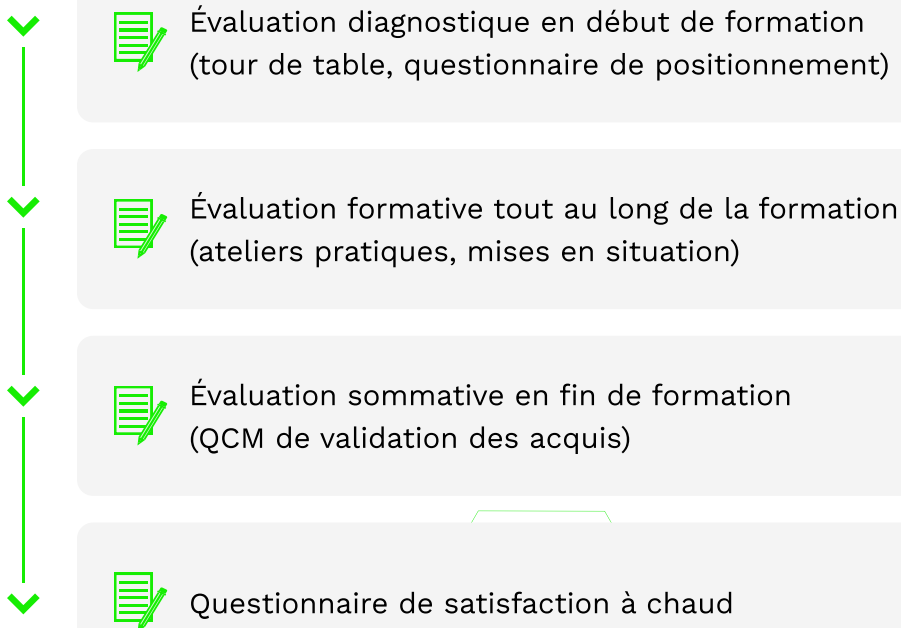
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. Le DUERP (document unique d'évaluation des risques professionnels) du client s'applique à la formation.

En fonction des demandes, nous mettons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés.

Référent Handicap : Quentin Benoliel - quentin.benoliel@junto.fr

MODALITÉS D'ÉVALUATION



MOYENS D'ENCADREMENT



Profil du formateur

Consultant(e) senior en GEO et SEO, avec une expertise terrain auprès d'annonceurs (PME, ETI, grands comptes) et une vision transverse : analyse conversationnelle, optimisation sémantique, e-réputation et signaux d'autorité IA.



Expérience

7 ans minimum d'expérience en SEO et 2 ans en GEO. Interventions auprès d'annonceurs dans des secteurs concurrentiels (retail tech, automobile, BTP, e-commerce, services B2B).
Veille active sur les évolutions des LLM (ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity) et leur impact sur la visibilité des marques.



Compétences techniques

Expertise en analyse conversationnelle, Share of Voice IA, Presence Score, données structurées (Schema.org/JSON-LD), MCP (Model Context Protocol), e-réputation, optimisation Reddit/YouTube/Wikidata, configuration GA4 (filtres Regex), Query Fan-Out et production de contenus citation-ready.



Compétences distanciel

Maîtrise des outils de visioconférence (Zoom, Teams, Google Meet), partage d'écran interactif, démonstrations live (requêtes LLM en temps réel, audit Wikidata, configuration GA4), animation à distance, gestion de breakout rooms pour les ateliers pratiques.



Contact formateur

Le formateur est joignable par email avant, pendant et après la formation.

- Pendant la formation : disponible en continu.
- Après la formation : disponible par email du lundi au vendredi, 9h–18h, pendant 30 jours pour les questions de mise en pratique.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1 - MODULE 1

Comprendre l'IA et auditer son marché 3h

Modes pédagogiques :

Exposé interactif

Démonstration live

Synchrone

- ✓ Introduction aux LLM et chiffres-clés du marché (volumes de requêtes, parts de marché ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude)
- ✓ Du SEO au GEO : le SEO vise l'indexation (générer du clic), le GEO vise l'interprétation (être mentionné, résumé et cité comme source)
Les 4 étapes d'une recommandation IA : requête (analyse de l'intention), recherche RAG (parcours web ou bases d'entraînement), extraction (sélection des passages et entités utiles), synthèse (rédaction et arbitrage entre les marques)
- ✓ Démonstration en direct : la même question posée à ChatGPT, Perplexity et Gemini, lecture comparée des réponses

JOUR 1 - MODULE 2

Le GEA (Generative Engine Advertising) 45 min

Modes pédagogiques :

Étude de cas

Exposé interactif

Synchrone

- ✓ Définition du GEA : le pendant publicitaire du SEA pour les LLM, modèle "Pay-to-Play" où l'on achète sa visibilité au cœur de la réponse générée
- ✓ Formats actuels et futurs : liens sources sponsorisés (Perplexity), placements de produits injectés directement dans le texte (ChatGPT)
- ✓ L'enjeu du commerce agentique : achats automatisés par l'IA via des protocoles comme l'UCP (Universal Commerce Protocol) de Google
- ✓ Étude de cas : comment anticiper l'arrivée du GEA dans son secteur

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1 - MODULE 3

Analyse et mesure : piloter sa stratégie GEO 1h15

Modes pédagogiques : Exercice pratique / applicatif Démonstration live Synchrone

- ✓ Le piège du Prompt Tracking : suivre des positions sur une liste de prompts figés donne une photo à l'instant T sans expliquer pourquoi l'IA recommande une entreprise plutôt qu'une autre
- ✓ L'analyse conversationnelle (méthode Botanik) : cartographier les axes décisionnels (tendances, attentes, critères) et les sources de confiance que l'IA consulte pour arbitrer
- ✓ KPIs structurants : Share of Voice (taux de présence IA) et Presence Score (adéquation marque / critères de l'IA)
- ✓ Mesure in-house dans GA4 : isoler le trafic ChatGPT, Perplexity et Claude via des filtres d'expressions régulières (Regex)
- ✓ Atelier pratique : configurer son premier filtre Regex GA4 pour tracker le trafic IA

JOUR 1 - MODULE 4

Optimisations GEO sémantique et autorité 1h30

Modes pédagogiques : Étude de cas Exercice pratique / applicatif Synchrone

- ✓ La stratégie du Query Fan-Out : quand un utilisateur pose une question simple, l'IA génère en arrière-plan de multiples sous-requêtes pour construire sa réponse
- ✓ Action : structurer ses contenus (FAQ, H2, blocs réponses) pour couvrir de manière dense l'ensemble de ces sous-intentions sur une même page
- ✓ Contenus "citation-ready" : densité informationnelle, formulation extractable, ancrage source
- ✓ L'e-réputation remplace le netlinking : hier l'autorité se mesurait en backlinks, aujourd'hui en mentions et contexte
- ✓ Saturer les sources que l'IA utilise pour valider ses informations : Digital PR, forums, avis clients, médias spécialisés
- ✓ Atelier pratique : identifier 5 sous-requêtes Fan-Out pour un contenu existant du participant

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1 - MODULE 5

Technique, crawl et protocoles MCP 1h30

Modes pédagogiques :

Exposé interactif

Démonstration live

Synchrone

- ✓ La récupérabilité, nouveau critère roi : capacité des IA à accéder et extraire vos données
- ✓ Hygiène technique : robots.txt, accessibilité aux bots IA (GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot, Google-Extended), rendu JavaScript
- Données structurées : graver la vérité dans le code via Schema.org (JSON-LD). Indispensable pour dicter vos caractéristiques à l'IA et éviter qu'elle invente des chiffres
- ✓ Les MCP (Model Context Protocol) : la "prise universelle" qui permet à une IA (Claude, ChatGPT) d'aller chercher directement des données dans vos outils externes (Search Console, CRM, bases produit) sans intégration complexe
- ✓ Démonstration : audit d'accessibilité IA d'un site et lecture d'un JSON-LD bien construit

JOUR 2 - MODULE 6

Youtube dans le GEO 3h

Modes pédagogiques :

Exposé interactif

Démonstration live

Synchrone

- ✓ Pourquoi YouTube est une base de données prioritaire pour les LLM (cité 50× plus que TikTok)
- ✓ L'intérêt de YouTube dans le SEO classique et dans le GEO
- Optimisations clés : transcriptions natives (ne jamais se contenter de l'auto-généré, importer des SRT propres), chapitrage sémantique (nommer les chapitres avec des questions claires pour faciliter l'extraction par les IA), métadonnées, descriptions enrichies, vignettes signalétiques

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 2 - MODULE 7

Google Discover 45 min

Modes pédagogiques :

Exposé interactif

Étude de cas

Synchrone

- ✓ Discover : un flux de recommandation prédictif de Google sans requête explicite
- ✓ Pourquoi les signaux qui font le succès en GEO sont exactement ceux exigés par Discover : E-E-A-T fort, fraîcheur de l'information, entités claires, visuels haute qualité
- ✓ Étude de cas : un contenu Discover-friendly est mécaniquement plus "citation-ready" pour les IA

JOUR 2 - MODULE 8

Reddit, local et Wikidata + atelier pratique 1h30

Modes pédagogiques :

Exposé interactif

Exercice pratique / applicatif

Synchrone

- ✓ Reddit, le carburant conversationnel : source n°1 des LLM pour trouver des retours d'expérience authentiques
- ✓ Optimisation locale : l'importance vitale des fiches Google Business Profile, notamment pour Gemini qui scanne proximité et avis locaux
- ✓ Wikipedia et Wikidata : les LLM utilisent ces bases structurées pour construire leur Graphe de Connaissances
- ✓ Atelier pratique "Enrichir son entité sur Wikidata" : diagnostic de la fiche Wikidata de son entreprise, puis injection de propriétés structurées (effectif, certifications, filiales, dirigeants) en les liant à des sources d'autorité (presse, rapports officiels)

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 2 - MODULE 9

Récapitulatif et plan d'action exécutif 2h

Modes pédagogiques :

Exposé interactif

Atelier collaboratif

Synchrone

- ✓ Le quadruple impact du GEO : visibilité LLM, renforcement du SEO classique, amélioration des performances SEA (via la qualité des landing pages), notoriété globale
- ✓ Les 5 chantiers prioritaires pour démarrer lundi : accessibilité (nettoyer l'existant, vérifier le crawl JS, robots.txt et bots IA), données structurées (baliser fiches produits, FAQ, articles), e-réputation (nourrir l'autorité via les relations presse), recommandation (stimuler les avis clients ultra-détaillés et travailler Reddit), agentique (préparer ses données stocks, RDV, catalogues pour les agents IA)
- ✓ Construction du plan d'action priorisé par impact × effort sur 90 jours
- ✓ Restitution collective et feedback du formateur

JOUR 2 - MODULE 10

Quiz d'évaluation et clôture 1h

Modes pédagogiques :

Quiz interactif

Étude de cas

Synchrone

- ✓ Quiz de validation des acquis (20 questions sur les 10 modules)
- ✓ Étude de cas pratique : audit GEO d'une marque réelle (analyse conversationnelle express + recommandations prioritaires)
- ✓ Les 5 commandements du GEO : la synthèse à emporter



CONTACT & INSCRIPTION

Botanik — Agence SEO & GEO

Organisme de formation — Déclaration d'activité en cours

La prise de rendez-vous pour procéder à l'inscription s'effectue via le formulaire disponible sur la page Formation sur junto.fr/formations