

# Formation : Du SEO au GEO

Anticipez les nouveaux usages de recherche

*Cours pratique - 2j - 14h00 - Réf. GEX*

NEW

Cette formation a pour objectif de permettre aux participants de maîtriser les enjeux actuels du référencement naturel (SEO) et de l'optimisation pour les moteurs génératifs et les intelligences artificielles (GEO – Generative Engine Optimization), dans un contexte marqué par l'évolution rapide des usages de recherche et l'essor des moteurs conversationnels basés sur les LLM. Les participants seront capables de concevoir des contenus et des stratégies de visibilité adaptés aux moteurs de recherche traditionnels comme aux environnements conversationnels basés sur l'IA.

## Objectifs pédagogiques

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

- ✓ Comprendre les principes, enjeux et leviers du SEO
- ✓ Intégrer le SEO dans une stratégie digitale globale
- ✓ Mettre en œuvre une méthodologie SEO efficace
- ✓ Appréhender les fondamentaux du GEO (Generative Engine Optimization)
- ✓ Concevoir et optimiser des contenus adaptés aux IA génératives
- ✓ Déployer des techniques avancées de GEO

## Public concerné

Responsables marketing et communication, chargés de marketing digital, chefs de projet web, responsables de contenu, rédacteurs web, consultants SEO, webmasters, UX/UI designers.

## Prérequis

Bonne connaissance du HTML et du CSS.

## Méthodes et moyens pédagogiques

### Travaux pratiques

Des démonstrations et travaux pratiques permettront de mettre en œuvre les concepts abordés.

### Méthodes pédagogiques

Chaque nouveau concept théorique sera appliqué immédiatement de façon pratique.

## PARTICIPANTS

Responsables marketing et communication, chargés de marketing digital, chefs de projet web, responsables de contenu, rédacteurs web, consultants SEO, webmasters, UX/UI designers.

## PRÉREQUIS

Bonne connaissance du HTML et du CSS.

## COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Programme de la formation

### 1 Qu'est-ce que le SEO et pourquoi ?

- Ensemble des techniques de positionnement optimal sur les moteurs de recherche.
- Le SEO comme levier de croissance et moyen "naturel" d'être en première page des résultats de recherche.
- Objectifs : trafic, ROI, notoriété, leads qualifiés, parts de marché.
- Statistiques clés d'utilisation du SEO.
- Évolution constante des algorithmes.

#### Démonstration

### 2 La place du SEO dans la stratégie digitale

- Comparaison avec les réseaux sociaux, télémarketing ou publicité en ligne.
- Les 3 leviers principaux : optimisations techniques, production de contenu, construction de liens.
- Facteurs stratégiques : saisonnalité et référencement local.
- Google My Business et bonnes pratiques du référencement local.

#### Travaux pratiques

Exercice de sensibilisation SEO : comprendre comment Google "voit" les pages.

### 3 Adopter les bonnes stratégie et méthodologie SEO avec optimisation

- Analyser : contexte, environnement, périmètre d'intervention.
- Préconiser : audit et conseil, mesure de l'existant, objectifs mesurables.
- Réaliser : phase opérationnelle, priorisation par impact.
- Mesurer : analyse continue, adaptation des choix stratégiques.

#### Travaux pratiques

Analyse des balises : TITLE, CANONICAL, META, H1, STRONG, IMG ALT, JSON-LD...

### 4 Les fondamentaux du GEO

- Qu'est-ce qu'un LLM ?
- SEO versus GEO : différences conceptuelles.
- Comment les LLM "voient" un contenu ?
- Les critères d'autorité et de fiabilité pour les IA.
- E-E-A-T 2.0 réinventé pour l'IA.
- L'importance de la structure sémantique.

#### Démonstration

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse [psh-accueil@orsys.fr](mailto:psh-accueil@orsys.fr).

## 5 Stratégies de contenu pour le GEO

- Créer du contenu IA-friendly.
- L'art de la citation et de la référence.
- Créer du contenu synthétisable et citable.
- Optimisation pour les snippets génératifs.

### Travaux pratiques

Réécriture d'une page selon les principes GEO.

## 6 Techniques avancées de GEO

- Schéma markup et données structurées 2.0.
- Optimisation pour les requêtes conversationnelles.
- Stratégie des entités nommées et knowledge graph.
- Créer un corpus d'autorité dans un domaine.
- Configuration du robots.txt pour les LLM : LLMs.txt.
- Nouveaux indicateurs de performance (KPI GEO).
- Outils de monitoring des mentions dans les LLM.
- Stratégie d'optimisation continue.
- Introduction au MCP (Model Context Protocol).

### Travaux pratiques

Évolution de la transformation style encyclopédique vers le style conversationnel.