



Mardi 21 avril



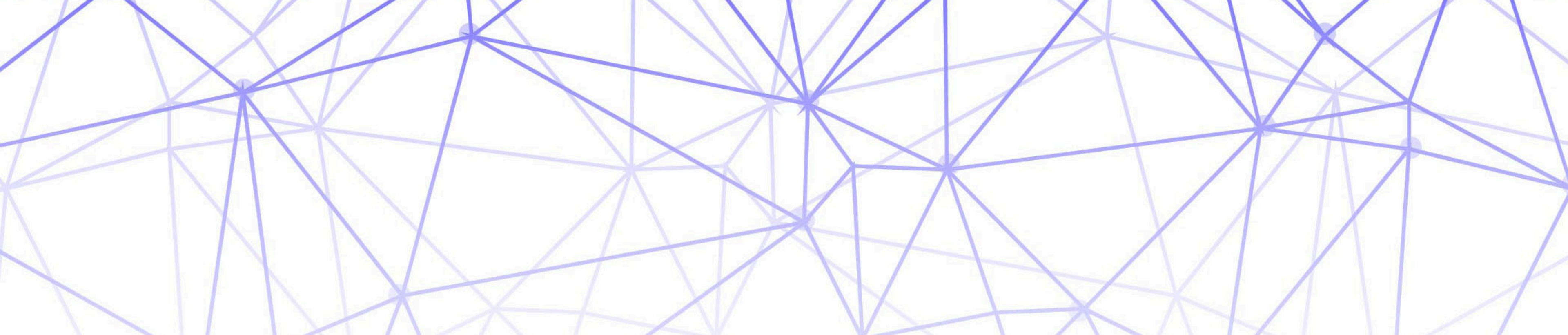
14h



CCST Delle

Visibilité : de Google à ChatGPT,
Témoignage d'une professionnelle





Le SEO à l'ère de l'IA

Comment rester visible sur le web ?

Atelier 1h



LEMOTICOM ©

© Document strictement
réservé à l'usage de l'atelier
CCI de Delle du 21/04/2026

PROGRAMME :

Partie 1

- Présentations
- Petit QCM
- SEO / GEO : le match
- La longue traîne : une technique efficace et simple
- Questions

Partie 2

- présentation de 2 cas clients
- 3 actions concrètes à faire cette semaine
- Questions

MIEUX SE CONNAÎTRE



Investissement associatif

- **Les Francomt'Elles** : rédaction de la communication web pour ce réseau d'entrepreneuses du Nord Franche-Comté.
- **Portée nationale** : création de supports sur les droits de l'enfant, repris dans des médias et 2 manuels scolaires.
- **Autres engagements** : don de compétences pour la CPME, la Compagnie ImproTG et l'association des parents d'élèves d'une école.

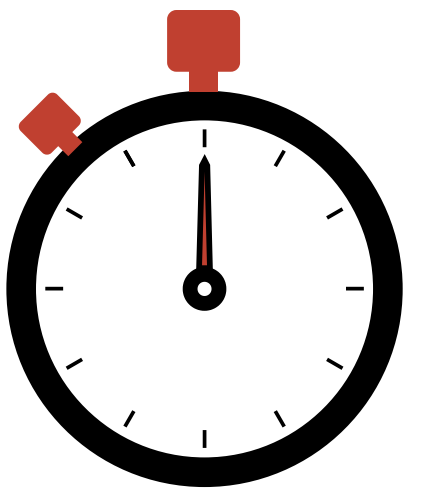
Mon parcours

- **14 ans de métier** :
Je travaille dans la communication digitale depuis 2012.
- **Responsable de communication externalisée** :
Depuis 2021, je gère en freelance le quotidien numérique des entreprises (site, réseaux sociaux, contenus).
- **Transmission de savoir-faire** :
J'apprends aux dirigeants qui le souhaitent et à des étudiants à devenir autonomes sur leurs outils.
- **Ma spécificité** :
Je travaille exclusivement sur la visibilité sans publicité payante. Je privilégie une communication de fond "durable & stratégique", qui continue de porter ses fruits sur le long terme.

Et vous ?

Tour de table

- Votre prénom ? Votre entreprise ?
- Avez-vous des notions en SEO ? (*zéro, un peu, etc..*)
- Quelles sont vos attentes ?



**1 min
max / participant.**



5 questions rapides pour démarrer

Vote à mains levées Il n'y a pas de mauvaise réponse !



1- Le SEO, c'est quoi pour vous ?

- a) La pub payante sur Google .
- b) Apparaître en haut gratuitement .
- c) Fait à la création du site .
- d) Une question de code .
- e) Je ne suis pas sûr(e)



2- Vous utilisez l'IA pour créer des contenus ?

- a) Jamais .
- b) J'ai essayé 2 fois .
- c) Régulièrement .
- d) Presque tous les jours



3- À quelle fréquence rafraîchissez-vous votre site ?

- a) Plusieurs fois par mois .
- b) Quelques fois dans l'année .
- c) On n'y a pas touché depuis des années



4- Actifs sur combien de réseaux sociaux ?

- a) Aucun .
- b) 1 .
- c) 2-3 .
- d) Partout (et c'est épuisant)



SONDAGE



La dernière question + un défi en direct pour les plus courageux !

5 — Quand un client vous cherche sur Google, il trouve... ?

- a) Votre site en 1ère page
- b) Votre site page 2 ou plus
- c) Vos concurrents ... mais pas vous !
- d) Aucune idée, j'ai jamais vérifié

Bonus : Est-ce que vous avez déjà tapé votre nom ou votre métier sur ChatGPT pour voir ce qu'il dit de vous ?



Je vous propose de faire le test en direct avec moi.
Qui est volontaire ?



Le match :

Référencement Classique

VS

Recommandation par l'IA

L'objectif : Comprendre l'équilibre entre le volume (Google) et la confiance (L'IA).

SEO vs GEO : fausse guerre

Le paysage de la visibilité en ligne évolue rapidement. Comprendre la différence (et la complémentarité) entre SEO et GEO est la première étape pour rester visible.

1 — SEO : Être trouvé sur Google

Le référencement naturel optimise votre présence dans les moteurs de recherche classiques. Il repose sur la pertinence, l'autorité et la qualité de vos contenus.

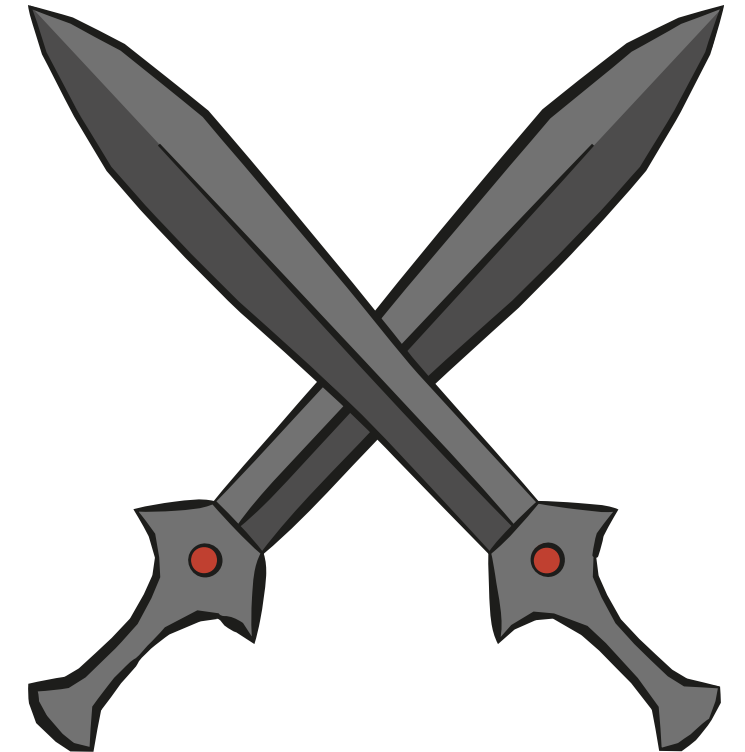
2 — GEO : Être cité par les IA

Le Generative Engine Optimization vise à faire apparaître votre contenu dans les réponses de ChatGPT, Perplexity, Gemini... La nouvelle frontière de la visibilité.

3 — La réalité : l'un nourrit l'autre

Le GEO se nourrit du SEO. Les IA s'appuient sur les contenus bien référencés pour construire leurs réponses. Pas de l'un sans l'autre.

4 — Ce qui change vraiment ?



Slide suivante

4 — Ce qui change vraiment ?

- Avant : beaucoup de trafic, conversion faible.
- Aujourd'hui : moins de visites, mais trafic plus qualifié, donc plus de clients.

Le trafic diminue, mais la qualité augmente.
L'IA pré-sélectionne pour vous.

- SEO = 97% du trafic (4,6% conversion)
- GEO/IA = 0,2% du trafic (4,9% conversion)

SEO = masse + stabilité

GEO = précision + premium

Google vs IA : deux manières d'être trouvé

AEO, GEO, LLMO, Optimisation de la visibilité IA, SEO pour l'IA...

Le vocabulaire varie mais le fond reste le même :

comprendre comment les moteurs IA sélectionnent les marques qu'ils mentionnent.

- En SEO

on optimise les pages d'un site
pour qu'elles apparaissent
dans "une liste de liens"
(Page de résultat Google)

- En GEO

on optimise notre présence
dans un environnement où
l'IA synthétise, compare,
résume et cite.

➔ Ce n'est pas le même terrain de jeu. Les signaux ne sont donc pas exactement les mêmes non plus.

Le SEO (référencement Google) reste très important

Pourquoi ne pas abandonner
les "liens bleus" ?



UNE DOMINATION ÉCRASANTE :

Les moteurs de recherche comme Google représentent encore 87,58 % de parts de marché en France.

LE MOTEUR DU TRAFIC :

Le SEO traditionnel génère encore plus de 50 % du trafic total des sites web (contre < 5 % pour l'IA générative pure).

RÉSILIENCE DU LOCAL :

Les recherches "Près de chez moi" (Near Me) restent l'atout majeur des TPE pour générer des visites physiques et des appels.

Sources : Études Similarweb, Arcep 2026, M. Dri 2025, Statcounter 2026.

L'IA, NOUVEAU PRESCRIPTEUR DE CONFIANCE

Le GEO : un trafic plus engagé



L'adoption massive :

**31 % des Français utilisent déjà l'IA pour
comparer des produits ou décider d'un achat.***

Le "Filtre de Confiance" :

**L'IA agit comme une recommandation
personnalisée : être cité renforce votre crédibilité.**

- **Les visiteurs arrivant via l'IA passent plus de temps sur le site et vont plus loin dans leur navigation : ils arrivent avec une intention précise.**
- **Sur les 30 sites analysés en France, le trafic IA convertit en moyenne à 2% vs 1,75% pour l'ensemble du trafic**

(source : WeBird, étude T2 2025)

*** Source : Enquête Campioni 2026.**



Le paradoxe du "Zéro-Clic"

Le défi de la visibilité en 2026

LA RÉPONSE IMMÉDIATE :

Environ 60% des recherches Google se terminent sans clic vers un site externe, Google répond directement



L'IMPACT SUR LE SEO :

Quand un résumé IA apparaît, le taux de clic du premier résultat organique chute en moyenne de 34,5%

LE CONSTAT :

L'IA développe votre notoriété : être cité dans un résumé génère +35% de clics vs ne pas y figurer. Mais le SEO reste nécessaire pour garantir le clic et la visite.

Cette tendance vient surtout des États-Unis pour l'instant, en France, Google n'a pas encore activé toutes ces fonctionnalités IA. Mais la direction est claire, et ça arrive.

Sources :
(SparkToro / Similarweb, 2025)
(Ahrefs, avril 2025)



SYNTHÈSE

DU MATCH SEO VS GEO

- **Objectif Google (SEO)** : Exister et capter les 85 % de recherches quotidiennes. C'est votre moteur de trafic indispensable.
- **Objectif IA (GEO)** : Devenir la référence conseillée. C'est votre gage de légitimité et votre assurance pour demain.

- *Le SEO pour le VOLUME*
- *le GEO pour l'AUTORITÉ*



SYNTHÈSE

DU MATCH SEO VS GEO

Ce que montrent les données :

Le trafic IA est encore marginal (< 0,2 %), mais il progresse vite, et les visiteurs qu'il envoie arrivent déjà pré-qualifiés.

SEO et GEO : complémentaires, pas concurrents

Les IA génératives s'appuient sur les contenus qui font autorité sur le web : bien structurés, bien référencés, bien cités.
Le SEO reste la base.

SYNTHÈSE

DU MATCH SEO VS GEO

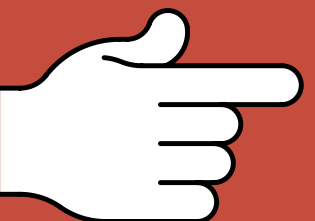
Une opportunité selon votre profil

- **TPME :**

le **SEO local** et thématique reste le socle. Le **GEO** devient un **accélérateur** : être cité par l'IA sur votre zone ou votre secteur renforce votre crédibilité face aux grands acteurs.

- **Indépendants et experts de niche :**

L'IA recommande celui qui fait le plus autorité sur un sujet. Cette autorité se construit sur plusieurs leviers : site, réseaux sociaux, médias, témoignages... autant de signaux que les IA captent.



D'où l'importance d'une stratégie de présence digitale cohérente et ciblée



**Une technique de
référencement efficace
(GEO & SEO) :**

la longue traîne

La longue traîne : votre meilleure arme pour référencer votre site dans les IA + Google

Plutôt que de viser des mots-clés génériques ultra-concurrentiels, les mots-clés à longue traîne ciblent des requêtes précises, avec une intention forte et une concurrence réduite.



Plus c'est précis, plus l'intention est forte → plus vous convertissez.
La longue traîne est particulièrement puissante pour les petites entreprises locales face à de grands concurrents.

POURQUOI LA LONGUE TRAÎNE

6 bonnes raisons d'adopter la longue traîne

Choisir des mots-clés précis et spécifiques n'est pas un compromis : c'est une stratégie gagnante à tous les niveaux.

–70%

Moins de concurrence

Les requêtes précises sont moins concurrentielles que les termes génériques, ce qui facilite considérablement le référencement (SEO & GEO).



Meilleure conversion

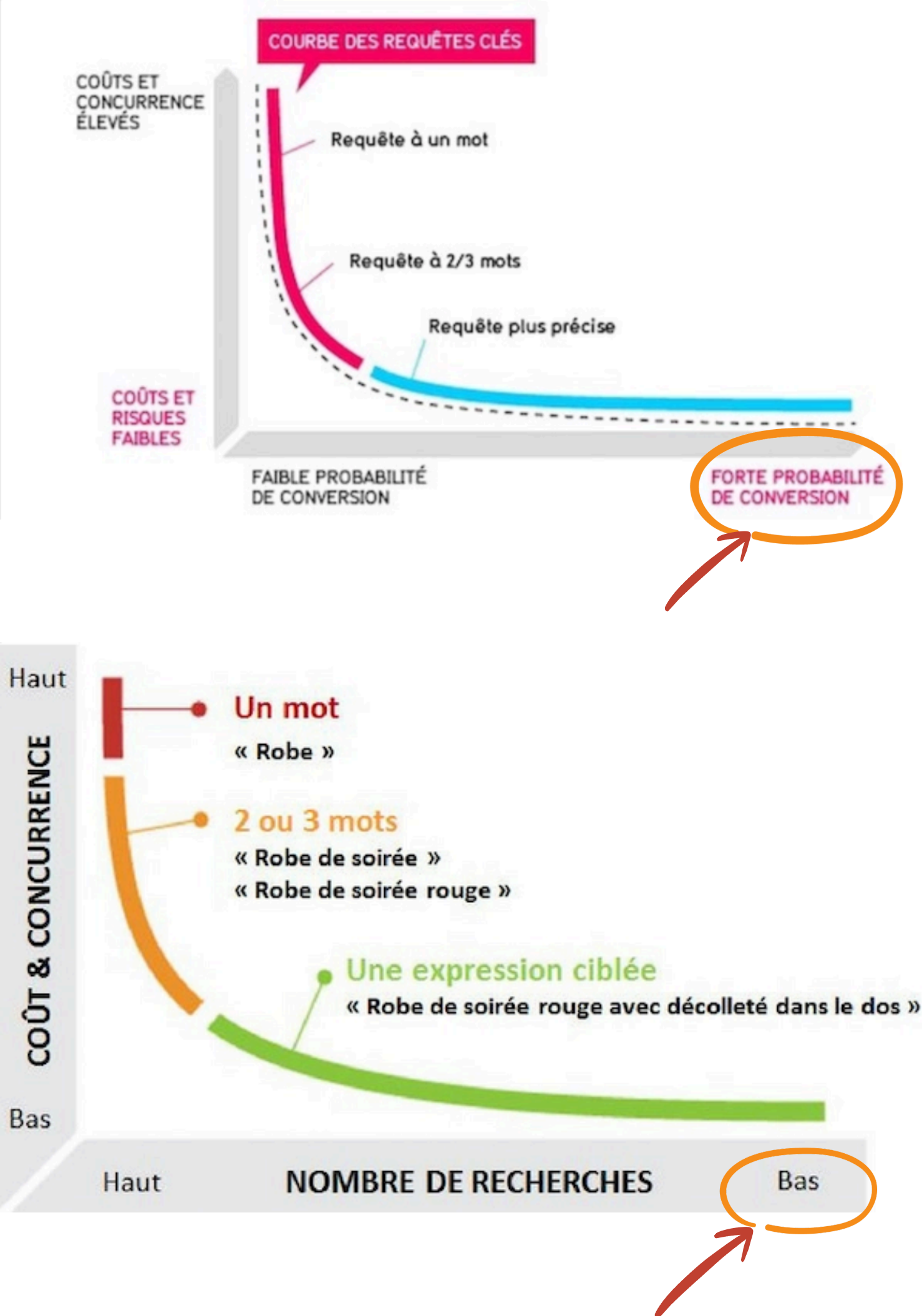
Un public cible plus proche de l'achat : l'intention est claire, le besoin est précis, la décision est imminente. Beaucoup estiment que la conversion serait 3 x meilleure.



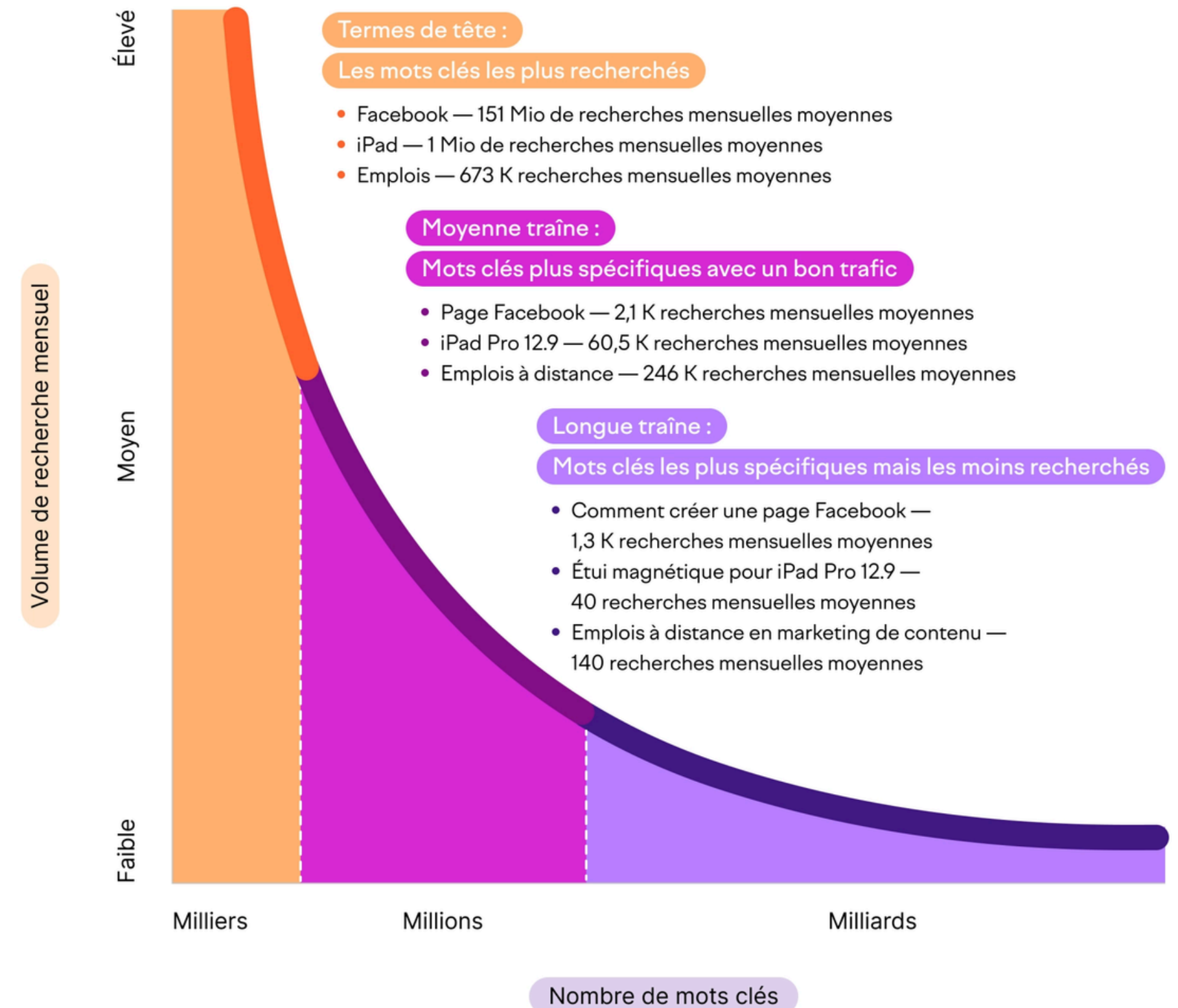
Audience extensible

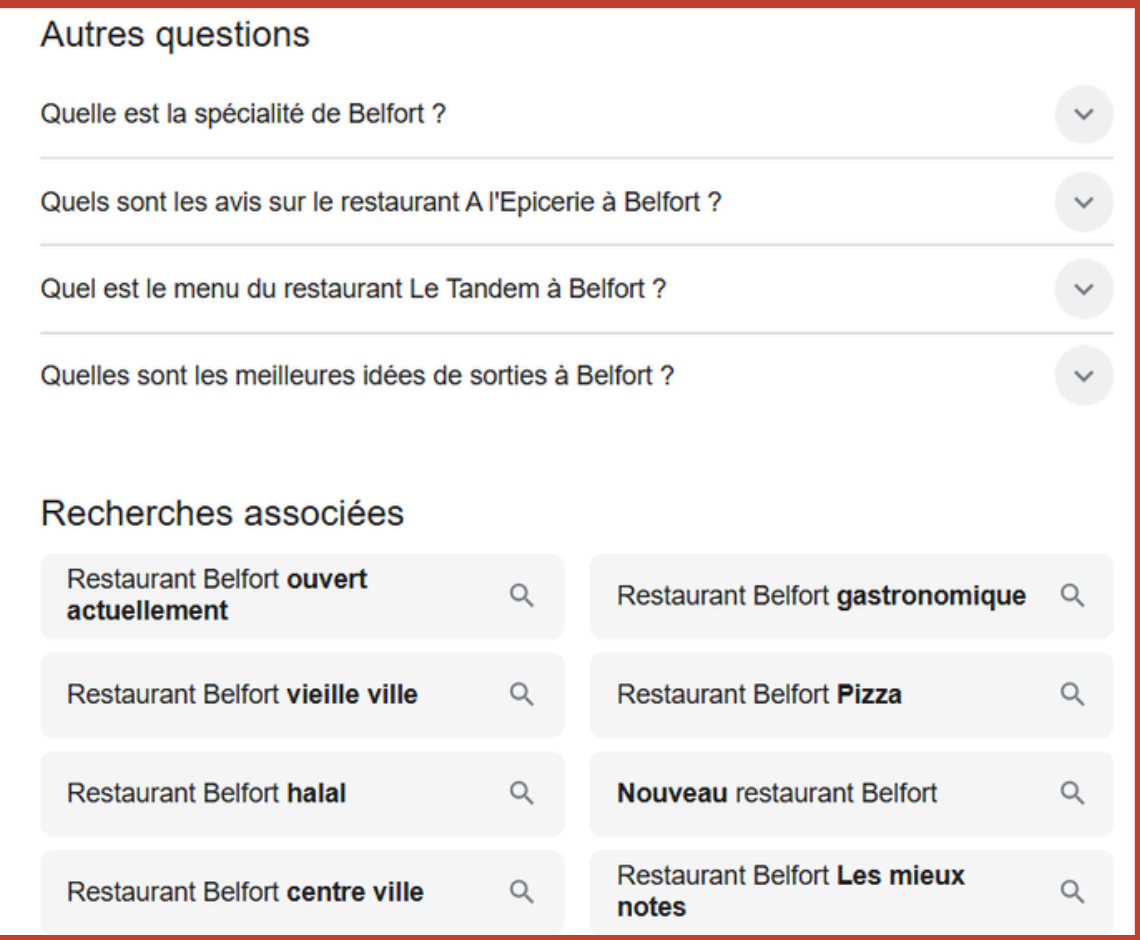
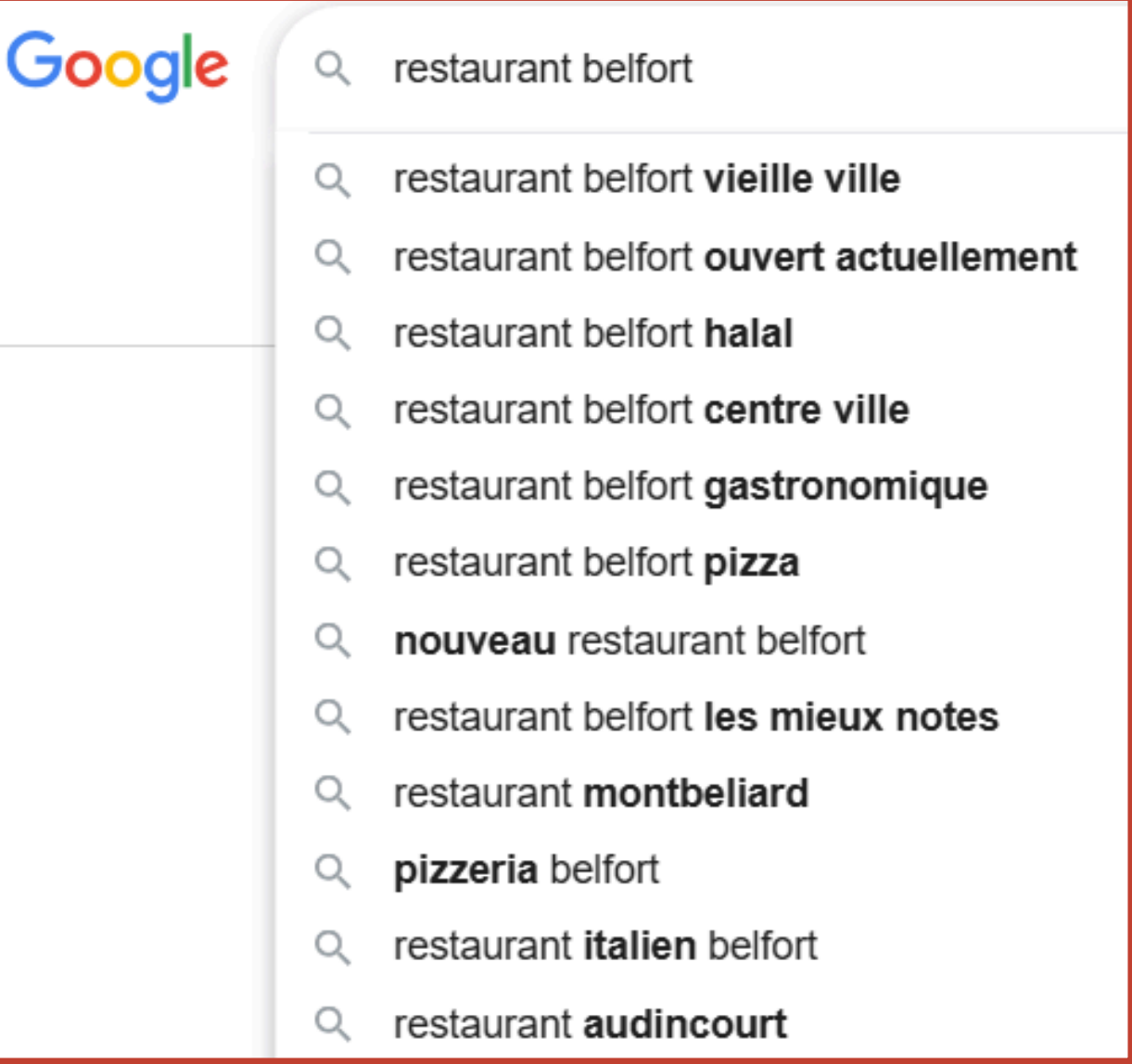
Les combinaisons de mots-clés longue traîne sont quasi infinies : vous pouvez étendre votre audience à l'infini, avec du contenu ciblé (*qui répond aux problèmes que rencontre votre cible*).





Recherches de mots clés dans Google





MÉTHODE

Comment trouver les bons mots-clés

Pas besoin d'être expert pour commencer. Ces méthodes concrètes vous permettent d'identifier les mots-clés que vos clients utilisent réellement.



Suggestions automatiques de Google

Tapez votre activité dans Google et observez les suggestions : ce sont les vraies requêtes de vos clients.
La section "Autres questions posées" est une mine d'or.



Apprendre de la concurrence

Analysez les titres et sujets des articles de vos concurrents bien positionnés. Sur quels sujets rédigent-ils ? Quels mots utilisent-ils dans leurs titres ?



Forums & questions de vos clients

Parcourez les forums de votre thématique et les sites de questions-réponses (Reddit, Quora...). Notez le vocabulaire exact qu'emploient les gens.

Pour aller plus loin : des logiciels SEO permettent de mesurer les volumes de recherche mensuels et d'affiner la stratégie. Outils & méthode disponibles en annexe.

Annexes :



Sources récentes sur les statistiques SEO/search/GEO 2026:

<https://aioseo.com/fr/seo-statistics/>

<https://www.incremys.com/ressources/blog/statistiques-seo>

<https://webnyxt.com/statistiques-seo-2026-chiffres-cles-strategies/>

<https://www.sitew.com/Comment-optimiser-son-referencement/tendances-seo>

<https://www.blogdumoderateur.com/etude-position-1-google-clics-ai-overviews/>

<https://www.blogdumoderateur.com/ai-overviews-google-taux-clics-premieres-positions-chute/>

<https://fr.semrush.com/blog/ai-seo-statistics/>

<https://www.incremys.com/ressources/blog/taux-de-conversion-seo>

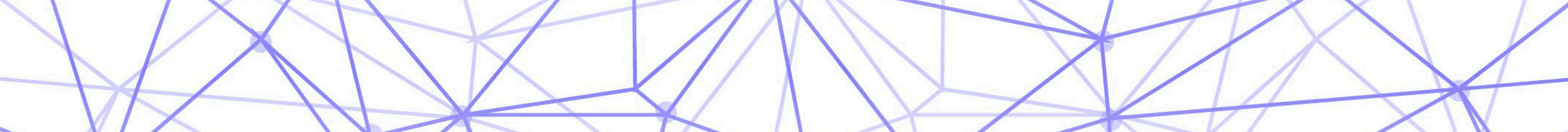
<https://www.noiise.com/ressources/seo/boostez-taux-conversion-grace-seo/>

<https://www.blogdumoderateur.com/etude-traffic-genere-ia-conversion/>

Ces liens couvrent les stats SEO/GEO 2026, taux de conversion, impact IA sur le trafic, et tendances zero-click.

**FIN 1ÈRE PARTIE :
VOS QUESTIONS ?**





**Passons maintenant
à la partie 2 :**

Les cas clients

Lien à suivre : <https://chk.me/ObvhFix>

Suivez-moi sur
LinkedIn



Merci

**pour votre
attention**



www.linkedin.com/in/sandra-stoltz/

