



PROGRAMME DE FORMATION **GEO**

"Du SEO au GEO : Adapter sa stratégie de marque à l'ère de l'IA"

Le 01/01/2026

Prérequis :

- Avoir des connaissances de base en SEO ou marketing digital.
- Connaître les fondamentaux d'un site web et de ses contenus.
- Avoir une visibilité (même partielle) des actions SEO/PR déjà menées.

Aucun prérequis technique avancé n'est nécessaire (concepts et outils expliqués pendant la formation).

Public ciblé :

- Directeurs marketing et communication.
- Responsables de la stratégie digitale ou multicanale.
- Chefs de marque et brand managers.
- C-level impliqués dans la stratégie de visibilité (CMO, DG, etc.).
- Responsables innovation ou transformation digitale.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les enjeux et spécificités du **Generative Search Optimization (GEO)**.
- Identifier les différences et complémentarités entre SEO et GEO.
- Comprendre l'importance de **mettre en place une stratégie GEO** combinant technique et notoriété.
- Découvrir les leviers techniques clés (crawlabilité, indexabilité, récupérabilité).
- Comprendre le rôle des **mentions externes et RP** dans la visibilité auprès des LLM.
- Découvrir les outils existants pour **monitorer la présence et l'autorité de marque** dans les moteurs IA et LLM.

Aptitudes & compétences visées :

- Capacité à **diagnostiquer la présence d'une marque** dans les résultats génératifs.
- Aptitude à **identifier les sources clés d'autorité et les optimiser** (SEO + RP).
- Compréhension des **indicateurs de visibilité et d'autorité dans les LLM**.

- Être en mesure de comprendre l'importance d'intégrer le GEO comme **pilier stratégique du marketing digital**.

Modalités d'évaluation :

- Le formateur évalue la compréhension des participants au moyen d'un QCM (Kahoot).
- Un formulaire de satisfaction complété par les participants sera recueilli pour mesurer leurs satisfactions et la qualité de la formation assurée.

Durée :

- 1 jour de formation de 6h

Tarifs :

- 1 300€ HT / participant pour une journée de formation

Délais d'accès :

- Renseigner l'analyse des besoins pour validation des pré-requis
- Validation des dates de formation intra en fonction de la demande et de la disponibilité du formateur.
Les dates que vous nous communiquez sont à titre informatif sur la demande d'informations de notre page internet. Nous reviendrons vers vous pour valider celles-ci en fonction des disponibilités de nos formateurs.
- Délai de réponse en fonction du retour des financeurs si il y a une demande de financement de la formation
- Accès à la formation dès lors que le participant aura signé et renvoyé la convention et le devis

Pédagogie :

Méthodes mobilisées :

- Formation délivrée en présentiel en priorité. Possibilité de dispenser les formations à distance sur demande
- Alternance de théorie et de mise en pratique sur des cas concrets
- Travaux dirigés et exercices d'analyse de données
- Glossaire
- Carnet pour prise de notes
- Initiation avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées
- Exercices et simulations avec débriefing
- Se munir d'un ordinateur portable pour pouvoir faire les différents exercices, QCM, cas pratique ...
- Connexion internet stable

Modalités d'évaluation :

- En amont : un questionnaire d'analyse des besoins, auto-évaluation des acquis sera envoyé aux participants pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie.

- Pendant la formation : le formateur évaluera le participant à chaque fin de chapitre pour évaluer sa compréhension du sujet par un exercice, un QCM ou un cas pratique.
- En fin de formation : un questionnaire d'évaluation des acquis est renseigné par les participants pour mesurer l'acquisition des compétences.
- Un formulaire de satisfaction complété par les participants sera recueilli pour mesurer leurs satisfactions et la qualité de la formation assurée.
- Post formation : un questionnaire de satisfaction à froid sera envoyé au client ou commanditaire dans les 3 mois.

Intervenant :

Formateur de haut niveau professionnel, doté d'un véritable sens de la pédagogie.

Accessibilité :

Nos formations et nos salles sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous disposons d'un ascenseur desservant les différents étages de notre site.

Lors de votre inscription, merci de nous informer de votre situation de handicap.

Pour toutes questions, merci de nous contacter à campus@ads-up.fr

Lors de votre inscription, merci de nous informer de votre situation de handicap.

Pour toutes questions, merci de nous contacter à campus@ads-up.fr

Déroulé de la formation

1ère matinée (3h) :

Module 1 – Comprendre le GEO et ses enjeux (45 min)

- Contexte : l'évolution du search vers les modèles génératifs.
- Différences fondamentales entre SEO, SEA, GEO et GEO.
- Pourquoi les LLM transforment la visibilité des marques.
- Analyse d'exemples concrets de résultats génératifs et des sources exploitées.

Module 2 – Les leviers techniques du GEO (45 min)

- Audit technique pour les LLM : crawlabilité, indexabilité, données structurées, robots.txt, sitemap.
- Optimisation de la structure de contenu pour la lecture et la compréhension IA.
- Checklist technique pour garantir la récupérabilité des contenus stratégiques.

Module 3 – Les leviers de notoriété et d'autorité (45 min)

- Comprendre l'impact des mentions externes sur la visibilité IA.
- Identifier les sites, médias et sources influentes exploitées par les LLM.
- Stratégies de contenus et **relations médias ciblées pour les LLM**.
- Méthodes pour **multiplier les signaux de confiance et de crédibilité**.

Module 4 – Monitoring et pilotage du GEO (45 min)

- Définir les indicateurs de performance GEO.
- Outils de monitoring de la visibilité dans les résultats génératifs.
- Comment interpréter les citations et ajuster la stratégie.
- Exemple de tableau de bord de suivi et plan d'action.

2ème matinée (3h) :

Atelier pratique – Passer du concept à l'action (3 h)

Module 5 – Diagnostic technique & signaux IA (45 min)

- Analyse de crawl (Screaming Frog, Sitebulb) : détection des freins à la récupérabilité (robots.txt, sitemap, balisage, Core Web Vitals).
- Lecture des signaux LLM : exploitation des exports Profound/Peec pour identifier pages/entités déjà citées.
- Mini-atelier : chaque participant liste 3 actions techniques prioritaires.

Module 6 – Monitoring & identification d'opportunités (45 min)

- Navigation dans Profound : lecture des dashboards, filtres par prompts, analyse des citations et du sentiment.
- Repérage des quick wins : pages sous-représentées, prompts à fort volume, concurrents dominants.
- Atelier : extraction de 3 leviers immédiats (page à renforcer, prompt à viser, signaux d'autorité à booster).

Module 7 – Off-site & signaux d'autorité (45 min)

- Recherche de partenariats / netlinking.
- Détection de discussions clés via RedditMentions (subreddits, fréquence, tendances),

- Repérage de forums, médias et influenceurs pertinents.
- Atelier roadmap : mini-plan de netlinking + contenus UGC ou vidéos YouTube à lancer.

Module 8 – Contenu IA-friendly & conclusion (≈30 min)

- Principes essentiels : structuration sémantique, entités nommées, données structurées.
- Démo rapide : génération d'un brief "prompt-first" avec ChatGPT/Claude.
- Exercice flash : rédaction en binôme d'un mini-brief IA réutilisable.