

WEBINAIRE

hikoo

Intégrer et développer le GEO dans votre agence

Mardi 29 septembre 2026, 14h

Avec Manon Masa, Nathan Trouillet et Gabriel Toledano

Au programme

-
- | | |
|----|--------------|
| 01 | Introduction |
|----|--------------|
-
- | | |
|----|--------------------------------------|
| 02 | GEO vs SEO, ce qui change réellement |
|----|--------------------------------------|
-
- | | |
|----|------------------------------------|
| 03 | Intégrer le GEO à une offre agence |
|----|------------------------------------|
-
- | | |
|----|--|
| 04 | À quoi ressemble concrètement le travail |
|----|--|
-
- | | |
|----|---------------------|
| 05 | Mesure et reporting |
|----|---------------------|
-
- | | |
|----|--|
| 06 | Tendances terrain, ce qui semble fonctionner |
|----|--|
-

Questions en fin de session, posez-les dans le chat au fil de l'eau.

02

GEO vs SEO, ce qui change réellement

Vous savez déjà faire l'essentiel du GEO.

Un site techniquement propre, bien structuré et qui a de l'autorité est déjà une excellente base. Le GEO déplace la cible de l'optimisation, de la page vers le passage cité.

Sept différences qui changent la façon de travailler

CRITÈRE	SEO	GEO
Ce que l'on optimise	La page	Le passage, ou chunk
Objectif	Le clic	La citation
Cible d'une requête	Un mot-clé	Plusieurs sous-requêtes, le fan-out
Zone critique	Tout le contenu	Le haut de page
Signal d'autorité	Backlinks, autorité de domaine	Mentions et citations tierces
Définition du succès	La position 1	Une présence récurrente, partout
Rythme de pilotage	Trimestriel	Mensuel, voire hebdomadaire

Une question, plusieurs recherches en arrière-plan

PROMPT UTILISATEUR

Quel aspirateur robot pour un appartement avec un chat ?



best robot vacuum 2026 review

EN

robot vacuum pet hair comparison

EN

robot aspirateur appartement chat 2026

FR

43%

des sous-requêtes de ChatGPT partent en anglais, quand le prompt est posé dans une autre langue

2,2 à 7,6

sous-requêtes par prompt en moyenne, de 2025 aux modèles ChatGPT de 2026

Présent partout en moyenne bat premier nulle part

PAGE ÉVALUÉE

Meilleur aspirateur pour poils d'animaux 2026

best robot vacuum 2026	Rang 5
------------------------	--------

pet hair vacuum comparison	Rang 4
----------------------------	--------

aspirateur appartement chat	Rang 6
-----------------------------	--------

Des rangs moyens, mais sur trois sous-requêtes. Ce cumul peut la faire passer devant une page classée première sur une seule.

CE QUE CELA IMPLIQUE

Aligner H1, H2 et titles sur les variantes de sous-requêtes.

Couvrir plusieurs angles d'un même sujet, chaque variante renforce la page.

Prévoir une version anglaise des contenus clés.

Viser une présence régulière sur plusieurs requêtes.

Le haut de page décide

300

premiers mots

Le modèle lit le HTML de haut en bas, avec un budget de tokens limité. Il ne lit jamais la page entière.

DES BLOCS QUI SE COMPRENNENT SEULS

Réponse directe en 40 à 60 mots

Dès l'introduction, sans mise en contexte longue.

Encadré à retenir en tête d'article

Les informations clés, dans un format facile à extraire.

Questions et réponses

Le titre pose la question, le paragraphe suivant y répond.

Tableaux et listes

Chaque bloc doit rester compréhensible hors de la page.

L'autorité passe par la citation

HIER, EN SEO

Le lien

Un lien depuis un média à forte autorité

Tous les médias se valent, ou presque

Mesure en DR, DA, TF et CF

L'ancre est centrale



AUJOURD'HUI, EN GEO

La citation

Être mentionné dans les sources que les IA lisent

Tous les médias ne se valent pas pour les IA

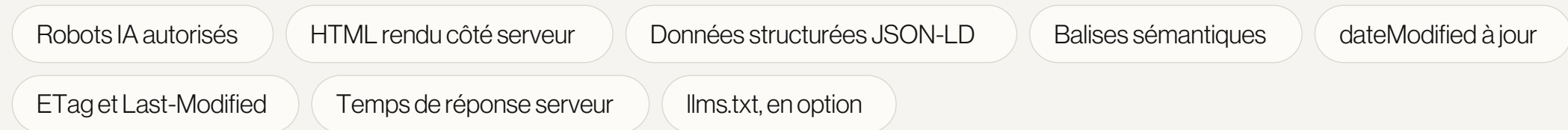
Mesure en citations et en part de voix IA

L'auteur identifié et la donnée originale priment

Le moteur doit d'abord pouvoir vous lire

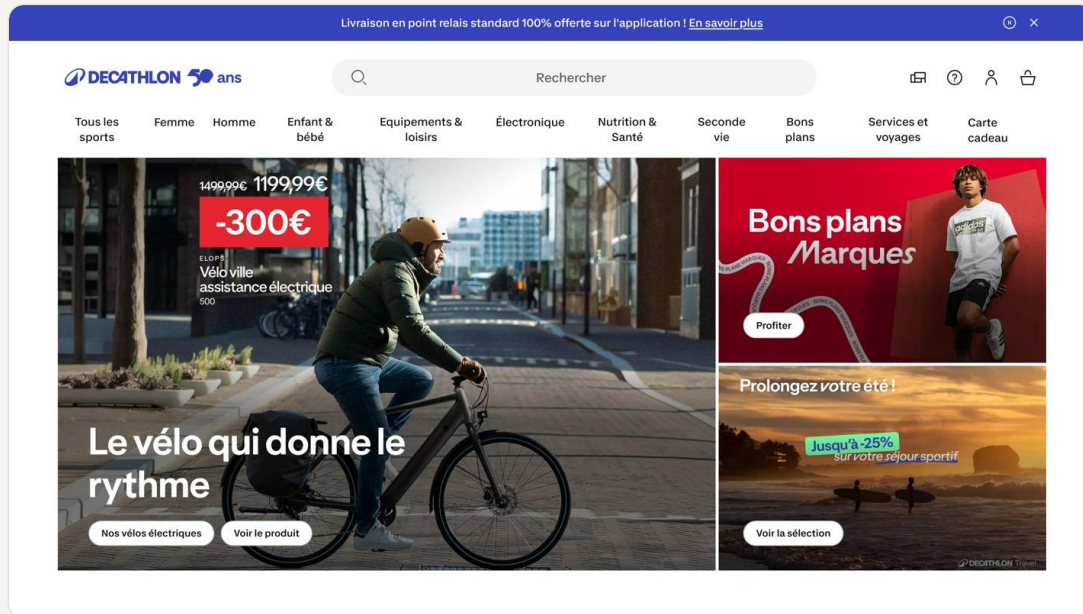


CE QU'IL VÉRIFIE

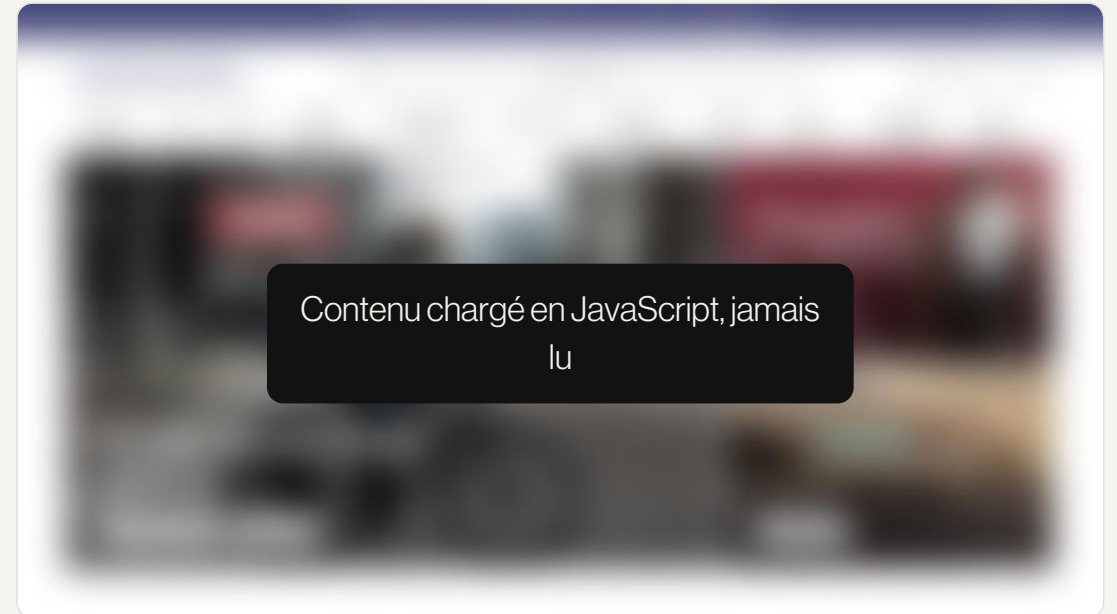


Sans HTML serveur, pas de citation

Ce que voit un visiteur



Vu par un robot IA, si tout passe par JS



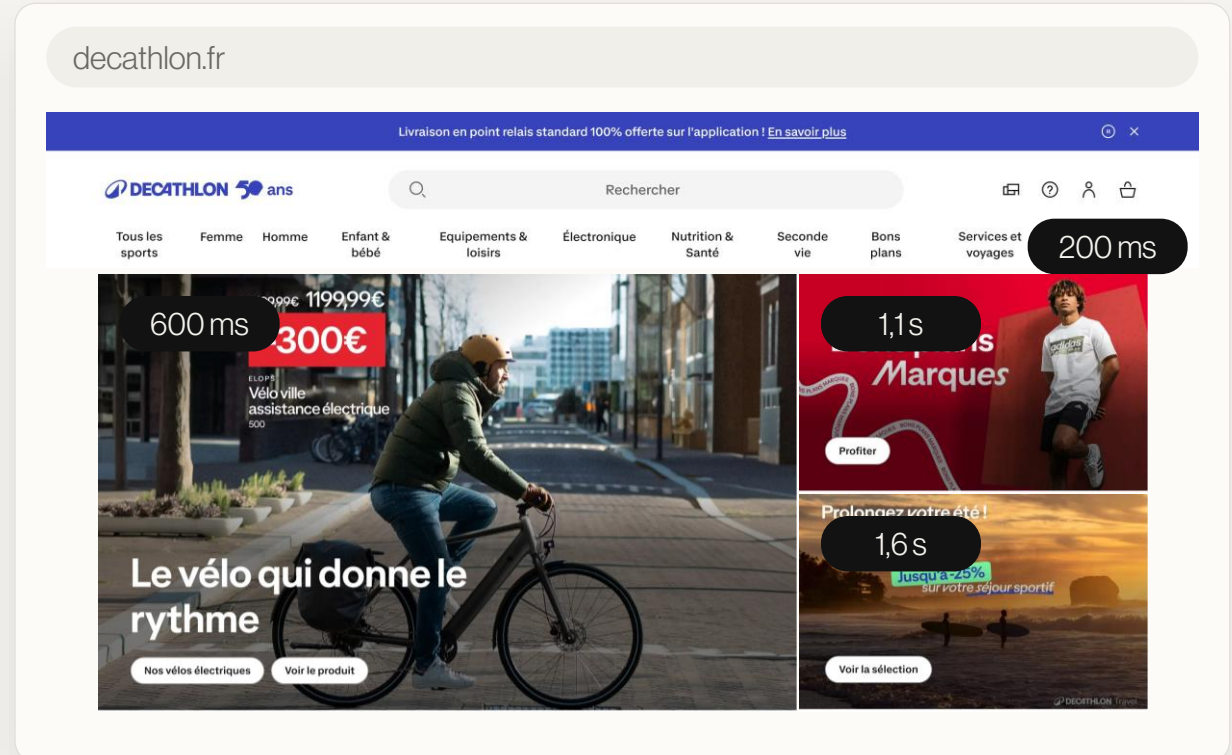
Réflexe à prendre, tester chaque template sans JavaScript, par exemple avec curl et le user-agent GPTBot.

TTFB, le temps avant le premier octet

Le temps entre la requête d'un robot et le premier octet renvoyé par votre serveur. Trop lent, et le robot peut abandonner la page avant de l'avoir lue.

< 200 ms	Optimal
200 à 500 ms	Bon
500 à 800 ms	Limite
> 800 ms	Risqué

Objectif de travail, moins de 500 ms sur chaque template.



03

Intégrer le GEO à une offre agence

Ce qui change dans vos process

01

Construire une liste de prompts

Une centaine pour commencer. Des prompts qui déclenchent une recherche web, comparatifs, tops, meilleur produit pour tel usage.

02

Choisir un outil de monitoring

Selon vos besoins et votre budget, pour suivre les prompts de chaque client dans la durée.

03

Auditer, puis proposer une stratégie

Un audit GEO et un plan d'action, validés par le client avant de lancer la production.

Éditorial, le brief SEO s'enrichit

OPTION 1

Des briefs GEO dédiés

Vendus comme les briefs SEO. Par exemple 4 briefs GEO par mois, soit 4 prompts travaillés.

Adapter au type de page

Tableau comparatif et encadré à retenir sur un article de blog, pas sur une page collection ou une landing page.

OPTION 2

Un brief deux en un

La trame SEO habituelle, avec les éléments GEO en plus, listes, FAQ à la première personne, réponse en premier.

Une nouvelle roadmap éditoriale

Des articles pensés pour les sous-requêtes des prompts suivis, afin d'y être cité.

Technique, compléter la roadmap existante

Les éléments GEO s'ajoutent à la roadmap technique SEO du client.

Certains chantiers se traitent sur plusieurs mois, avec l'équipe technique du client.

À AJOUTER SI ABSENT

Accès des robots IA dans le robots.txt

Contenus clés en HTML serveur

Balises Last-Modified et ETag

Données structurées par type de page

Temps de réponse serveur

Notoriété, des mentions là où les IA lisent

1. REPÉRER

Les sources citées sur vos prompts

Le plus simple, un outil GEO qui remonte les sources utilisées par les IA.



2. OBTENIR

Une mention de la marque

Via une plateforme de mentions type Getfluence, ou le formulaire de contact du média.



3. DIMENSIONNER

Selon le budget du client

Une stratégie d'achat de mentions, construite comme une stratégie de netlinking.

Construire l'offre et son prix

CE QUE PEUT CONTENIR UNE OFFRE TYPE

Set-up de l'outil de monitoring

Suivi de X prompts par mois

Audit et stratégie GEO

Briefs et contenus GEO

Stratégie off-site et mentions

Analyse intégrée au reporting mensuel

Fixer le prix

Le coût de l'outil, qui varie avec le nombre de prompts suivis, plus le temps de production valorisé au TJM du consultant.

Jamais de garantie de citation

Les réponses des IA ne sont pas déterministes.
L'engagement porte sur un dispositif et une tendance.

Devenir source, puis vendre des mentions

Pour les annonceurs qui hésitent encore, une autre option, faire d'un site éditorial une source des IA.



04

À quoi ressemble concrètement le travail

Aspirateurs robots spécial animaux

Socle SEO

Ajout GEO

Hors page

SEO Ce qui ne change pas

MOT-CLÉ PRINCIPAL

aspirateur robot poils animaux

TITLE

Aspirateur robot spécial poils d'animaux,
chat et chien

STRUCTURE

H1 Aspirateurs robots pour animaux

Intro, grille produits, filtres

H2 Choisir selon son animal

H2 FAQ

MAILLAGE

Sous-collections, 3 best-sellers

GEO Les 6 ajouts au brief

1 Prompt cible

Le prompt suivi et ses sous-requêtes, dont une en anglais.

2 Réponse en premier

40 à 60 mots en HTML, au-dessus de la grille.

3 Attributs identiques

Mêmes unités sur les cartes, les fiches et le flux.

4 Données structurées

Product, Offer, avis et flux Merchant Center à jour.

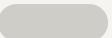
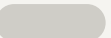
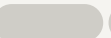
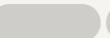
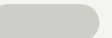
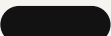
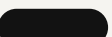
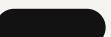
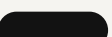
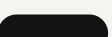
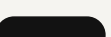
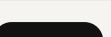
5 Articles sur les sous-requêtes

Comparatif et guide, sur le blog ou un site partenaire.

6 FAQ et réassurance

Réponses courtes, avis, garantie et retours visibles.

Roadmap technique, six mois

Chantier	Action	Qui	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Févr.	Mars
Robots IA	Autoriser les robots IA (robots.txt)	Agence						
	Suivre les robots IA dans les logs	Agence						
Rendu HTML	Tester chaque template sans JavaScript	Agence						
	Contenus clés en HTML serveur	Dev client						
	TTFB sous 500 ms sur chaque template	Dev client						
Données structurées	Définir un schema par type de page	Agence						
	Implémenter et valider le JSON-LD	Dev client						
Fraîcheur	Aligner les trois dates de mise à jour	Dev client						
	Créer puis tenir à jour le llms.txt	Agence						

Roadmap notoriété, six mois

Chantier	Action	Qui	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Févr.	Mars
Sources citées	Configurer l'outil de monitoring	Agence						
	Exporter et classer les sources citées	Agence						
	Sans outil, 20 à 30 requêtes sur 4 IA	Agence						
Mentions	Contacter les médias les plus cités	Agence						
	Répondre sur les forums, en expert	Client						
Réseaux sociaux	Repérer les réseaux cités	Agence						
	YouTube, 2 vidéos par mois	Client						
Wikidata, Wikipédia	Créer la fiche Wikidata	Agence						
	Vérifier l'admissibilité Wikipédia	Agence						

Sur le site, et en dehors

CÔTÉ CONTENU, SUR LE SITE

Briefs SEO et GEO sur les pages clés

Articles sur les sous-requêtes

Comparatifs et FAQ

Version anglaise des contenus clés

Chantiers techniques de la roadmap

OFF-SITE, EN DEHORS DU SITE

Mentions dans les médias cités

Réponses d'expert sur les forums

Vidéos YouTube sur les prompts suivis

Réseaux sociaux, s'ils ressortent dans les sources

Fiche Wikidata, page Wikipédia

05

Mesure et reporting

4 KPIs, pas 15

❶ Taux de présence

La part des prompts suivis où la marque est citée, et son évolution dans le temps.

❷ Part de voix IA

La marque face à 3 à 5 concurrents nommés, sur les mêmes prompts.

❸ Sentiment

Les points forts et les réserves que les IA associent à la marque, le ton, et sa place face aux concurrents.

❹ Trafic et conversions IA

GA4 filtré sur chatgpt.com, perplexity.ai, gemini et copilot. Search Console en signal complémentaire.

Le reporting mensuel, dans cet ordre

- | | | | |
|---|---|---|--|
| 1 | Les actions GEO du mois
Wikidata, RP, mentions obtenues, balises techniques. | 4 | Un zoom par thématique
Évolution, meilleurs prompts, sources qui ont fait citer la marque. |
| 2 | La visibilité globale
Prompts hors marque, toutes IA confondues, puis par thématique. | 5 | Le sentiment
Points forts et points de vigilance, tels que les IA les formulent. |
| 3 | Le benchmark concurrents
Visibilité, nombre de mentions, position moyenne, dynamique. | 6 | L'impact business
Trafic et chiffre d'affaires venant des IA, face à N-1 et au démarrage. |

06

Tendances terrain, ce qui semble
fonctionner

Ce qui semble fonctionner aujourd'hui

Les comparatifs

Sur son blog, ou sur un site tiers quand on ne veut pas citer ses concurrents chez soi.

Le site qui porte les comparatifs devient souvent le premier levier de citation.

YouTube et les sources tierces

Des vidéos qui reprennent les prompts travaillés, avec titres et descriptions explicites.

N°1

YouTube, plateforme la plus citée par les IA en août 2026

L'on-page structuré

FAQ, réponse en premier, données structurées, E-E-A-T, contenu lisible sans JavaScript.

97 %

des réponses People Also Ask de Google sont désormais des AI Overviews

Surévalué, ou à déprioriser

Le fichier lms.txt

Rapide à mettre en place, mais pas un levier décisif à ce jour.

Les meta descriptions

À bien faire une fois, sans y repasser du temps. Un peu plus utiles en GEO qu'en SEO, jamais prioritaires.

Tout miser sur Reddit

Longtemps une source majeure, devenue volatile et difficile à travailler sans se faire bannir.

À garder en réserve. Ce qui ne marche pas aujourd'hui peut marcher demain.

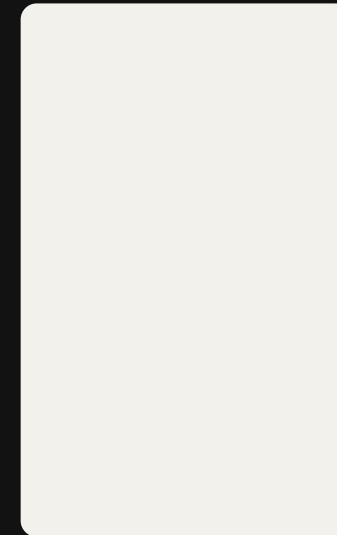
Les sources des IA bougent vite

-86 %

de part pour Reddit dans les citations de ChatGPT Search, en quelques jours

Une pratique qui fonctionne aujourd'hui peut devenir secondaire en quelques mois. D'où un pilotage mensuel.

3,83 %



18 juillet au 7 août

0,52 %



14 au 17 août

QUESTIONS

hikoo

Vos questions

Gabriel Toledano, co-fondateur et CEO de Hikoo

gabriel.toledano@tryhikoo.com

tryhikoo.com