

webloom

webloom

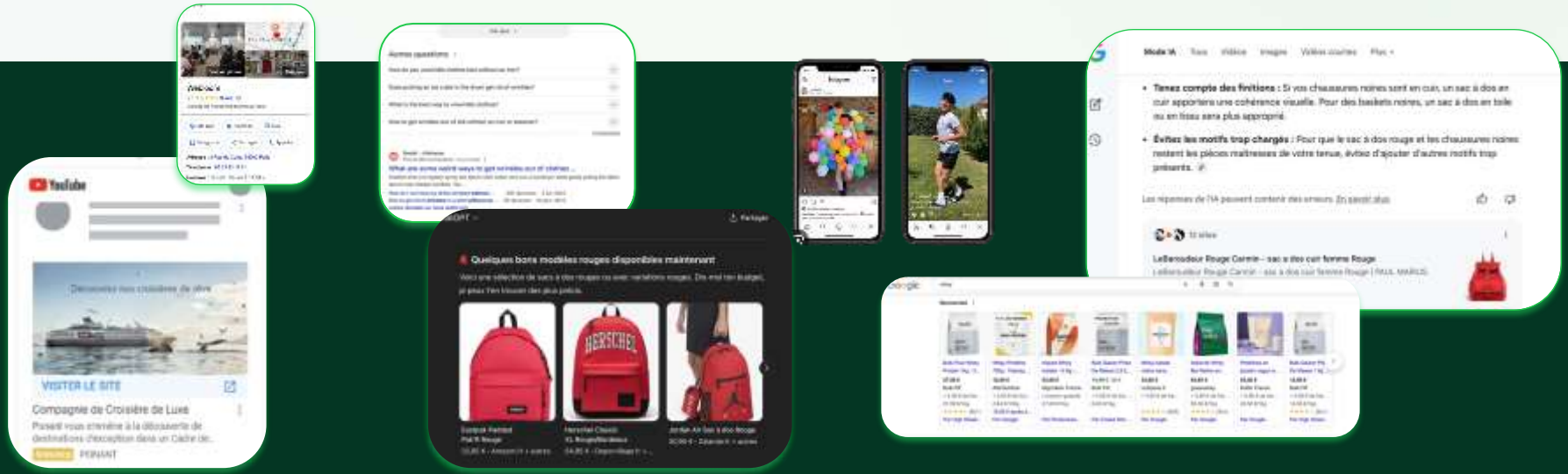


François Dragon
Président de webloom depuis 2018
20 ans d'ancienneté SEO
3 ans d'ancienneté GEO

webloom

Google, Bing, ChatGPT, Youtube, Reddit, Meta, ...

Aligner les **meilleurs consultants** avec les **meilleurs agents IA** au service de **votre acquisition**



webloom

Comment augmenter votre visibilité IA ?

François Dragon
webloom
14 septembre 2026

webloom

Aujourd'hui : 3 idées, pas un tour d'horizon

🎯 On garde ça **concret et actionnable**

1️⃣ **GEO vs AIO** : deux mondes, une seule question de visibilité

2️⃣ Les **faux-semblants** à laisser tomber

3️⃣ Les **leviers concrets** qui comptent — applicables dès demain

1. GEO vs AIO

Deux mondes, une seule question de visibilité

webloom

Même mécanisme, surfaces différentes

GEO — Visibilité dans les assistants IA

ChatGPT · Perplexity · Claude · Gemini

Lorsqu'ils s'appuient sur le web (Google, Bing ou Brave) : ils récupèrent des sources d'autorité, puis synthétisent une réponse. Ils s'adaptent à chaque utilisateur.

Objectif : être une marque ou une source retenue, citée ou recommandée.

AIO — Visibilité tout en haut de la SERP Google

Une réponse générative intégrée à la SERP Google.

Très liée au socle SEO et au Top 10 sur Google : crawl, indexation, pertinence et autorité.

Objectif : rendre sa page éligible comme source d'une réponse Google.

webloom

“RAG” et Index : deux tech complémentaires

“RAG” = *Retrieval Augmented Generation* : l’IA récupère des contenus externes, puis génère une réponse à partir d’eux. C’est le petit temps d’attente *“recherche web”* avant une réponse chatGPT ou AI Overviews.

🔎 **Index = une source possible**
Google, Bing, Brave, crawlers ou partenaires : chaque plateforme utilise un index différent. AIO = évidemment uniquement Google. Les autres dépendent du bon vouloir ou de contrats tiers.

⚠️ **GEO = pas que l’index**
La différence se fait sur le reste du contexte = votre historique de conversation, votre organisation, l’entraînement du modèle.

2. Chasser les faux-semblants

Désamorcer les idées reçues

webloom

Ce qu'on entend trop souvent

❌ **"Le SEO est mort"** — faux : c'est le socle de l'AIO et un pilier de crédibilité en GEO (Google, Bing et désormais Brave, et chatGPT va s’y mettre)

❌ **"Un fichier llms.txt suffit"** — aucun moteur ne s'y engage officiellement aujourd'hui, c’est une légende urbaine

❌ **"L'IA invente ses réponses"** — non, elle cite des sources qu'elle a trouvées ; le travail consiste à être cette source

❌ **"C'est un sujet réservé aux experts tech"** — c'est avant tout une question de **contenu** et de **réputation** en ligne

3. Les leviers concrets

Ce qui fait vraiment bouger l'aiguille

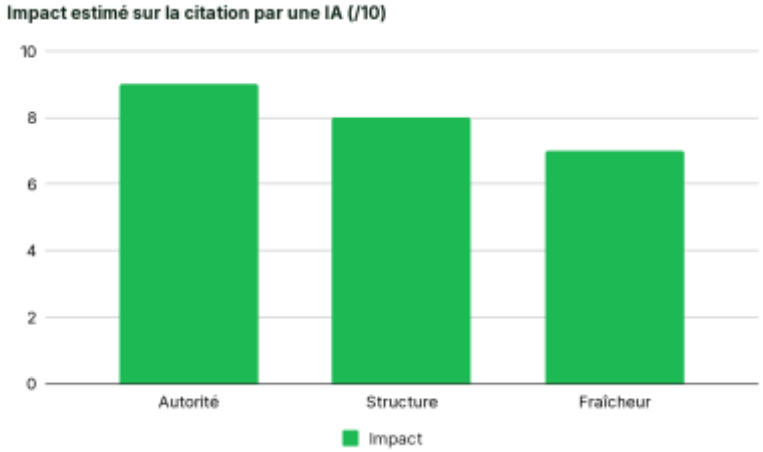
webloom

Les leviers : devenir la réponse attendue

Votre marque doit être légitime
Couvrez les questions avant la décision : cas d'usage, alternatives, comparatifs, critères de choix, chiffres sourcés, auteur/date.

Votre marque doit être mentionnée
Avis, médias, partenaires et retours clients confirment la marque au-delà de son propre site.

Votre site doit être accessible et frais
Bots encouragés + une intention par page : réponse directe, tableau si utile, contenu frais et mis à jour souvent



webloom

Votre marque doit être légitime





webloom

Votre marque doit être mentionnée



webloom

Votre site doit être accessible et frais

```
User-agent: WRTNBot
User-agent: YaK
User-agent: YandexAdditional
User-agent: YandexAdditionalBot
User-agent: YouBot
User-agent: ZanistaBot
Disallow: /

User-agent: *
Crawl-delay: 5
```

webloom

Plan d’action GEO/AIO

DEMAIN — CARTOGRAPHIEZ

✓ Testez 10 prompts sur un outil GEO : « meilleur », « alternative », « comment choisir », « pour [cas d’usage] ».
✓ Notez les marques et sources citées.

CETTE SEMAINE — ACTIONNEZ

✓ Créez/rafraichissez 3 pages : cas d’usage, comparatif, guide de choix.
✓ Ajoutez preuve, date, auteur et résultat vérifiable.

SOUS 30 JOURS — AMPLIFIEZ

✓ Corrigez l’indexation et les contenus faibles.
✓ Obtenez 2–3 mentions indépendantes là où vos prospects se renseignent.

webloom

Le double effet : GEO et SEO se renforcent

🔁 Chaque action pour la visibilité IA **renforce aussi le SEO classique** : contenu de meilleure qualité, mieux structuré, mieux cité, meilleure autorité = **meilleur ranking Google et meilleure présence dans les réponses IA.**

🎯 Il n'y a pas deux stratégies séparées : il y a **une seule stratégie de contenu et de réputation**, avec deux terrains d'expression

webloom

Votre pré audit GEO/AIO

📎 Une ressource à emporter : **workflow gratuit "Suis-je visible sur les IA ?" sur notre outil IA interne**

🔗 webloom.fr

💬 francois@webloom.fr **ou Linkedin François Dragon** pour un diagnostic personnalisé

Merci !

Des questions ?

francois@webloom.fr