



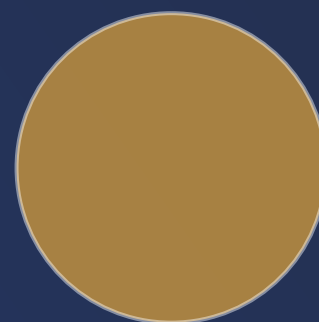
Centauri — Studio IA souverain

Visibilité IA pour les PME

SEO, GEO et AEO : exister dans Google et dans ChatGPT, Perplexity et les AI Overviews

Type
Édition
Pour

Guide
Édition 2026
PME, e-commerce, éditeurs de contenu



Centauri

Visibilité IA — SEO, GEO, AEO

SOCIÉTÉ CENTAURI

Sommaire

- Pourquoi la visibilité a changé de terrain 3**
 - Du référencement Google à la citation par les moteurs IA 3
 - Les symptômes que ce guide adresse 3
- Les fondations SEO qui tiennent encore 4**
 - Données structurées : parler la langue des moteurs 4
 - Maillage interne : ne pas laisser de page orpheline 4
- GEO et AEO : exister dans les réponses IA 5**
 - Ce que les moteurs génératifs valorisent 5
 - Construire des pages « réponse » 5
- Industrialiser sans sacrifier la qualité 6**
 - Un pipeline de production de contenu 6
 - Mesurer pour piloter 6
- Par où commencer 7**
 - La checklist de démarrage 7
 - Travailler avec Centauri 7

Pourquoi la visibilité a changé de terrain

Du référencement Google à la citation par les moteurs IA

La recherche d'information ne passe plus uniquement par une liste de liens bleus. Une part croissante des requêtes reçoit une réponse synthétisée directement par un moteur IA : les AI Overviews de Google, les réponses de ChatGPT, celles de Perplexity. Pour une PME, la question n'est plus seulement « est-ce que mon site est bien classé ? » mais aussi « est-ce que ma marque est citée quand un moteur IA répond à la place de l'utilisateur ? ».

Ce guide distingue trois leviers complémentaires, que nous pratiquons en production sur nos propres sites et pour nos clients :

- **SEO** (Search Engine Optimization) : être bien positionné dans les résultats de recherche classiques.
- **GEO** (Generative Engine Optimization) : optimiser pour que les moteurs génératifs s'appuient sur votre contenu.
- **AEO** (Answer Engine Optimization) : structurer votre contenu pour qu'il soit repris comme réponse, avec citation de la source.

Sur le marché français, moins de 5 % des agences proposent une prestation AEO structurée. C'est un segment rare, et c'est aussi un avantage de premier entrant pour les PME qui s'y positionnent tôt.

Les symptômes que ce guide adresse

Si vous vous reconnaissez dans l'une de ces situations, ce guide est fait pour vous :

- La production de contenu est trop lente ou trop chère pour tenir un rythme régulier.
- Les données structurées (balisage de vos pages) sont absentes, incomplètes ou cassées.
- Vous êtes invisible dans les réponses des moteurs IA, même quand votre site existe.
- Le maillage interne de votre site est défaillant : des pages importantes sont mal reliées.

Les fondations SEO qui tiennent encore

Données structurées : parler la langue des moteurs

Les moteurs de recherche et les moteurs IA lisent mieux un contenu balisé avec des données structurées (le standard schema.org en JSON-LD). C'est ce balisage qui permet d'obtenir des résultats enrichis (Rich Results) dans Google et qui aide les moteurs IA à comprendre la nature de votre contenu.

Les types de balisage utiles selon votre activité :

- **Article et BlogPosting** : pour les contenus éditoriaux, avec les signaux d'expertise, d'autorité et de confiance (E-E-A-T).
- **FAQPage** : pour les pages questions-réponses, particulièrement adaptées à l'AEO.
- **BreadcrumbList** : pour le fil d'Ariane, qui clarifie l'arborescence aux moteurs.
- **Recipe, Product, Service** : selon votre domaine.

Un balisage testé et cohérent entre toutes vos pages évite les divergences qui font perdre les résultats enrichis. Nous maintenons une bibliothèque de balisage JSON-LD multi-site, dont la cohérence est vérifiée automatiquement à chaque mise en production.

Maillage interne : ne pas laisser de page orpheline

Le maillage interne, c'est la manière dont vos pages se relient entre elles par des liens. Un maillage défaillant laisse des pages importantes mal reliées, donc mal explorées et mal valorisées par les moteurs.

Un audit de maillage utile croise trois sources :

1. La structure réelle des liens de votre site.
2. Les données d'audience (par exemple Google Analytics 4).
3. Les données de recherche (par exemple Google Search Console).

Le livrable d'un tel audit est une liste de corrections priorisées — PO (critique), P1 (important), P2 (souhaitable) — avec un plan chiffré, et non une liste de recommandations vagues.

GEO et AEO : exister dans les réponses IA

Ce que les moteurs génératifs valorisent

Les moteurs génératifs s'appuient sur des contenus clairs, structurés et vérifiables. Quelques principes pratiques :

- **Répondre à une question précise par page**, avec la réponse en début de contenu.
- **Structurer en sections courtes** avec des titres explicites, faciles à extraire.
- **Citer des faits vérifiables** plutôt que des affirmations générales.
- **Maintenir une cohérence de marque** (nom, description, coordonnées) sur l'ensemble du site et des données structurées.

Construire des pages « réponse »

Une page pensée pour l'AEO commence par formuler la question telle qu'un utilisateur la poserait, puis y répond directement, avant de développer. Le balisage FAQPage renforce ce signal. L'objectif : que le moteur reprenne votre réponse et cite votre source.

Industrialiser sans sacrifier la qualité

Un pipeline de production de contenu

Produire du contenu régulièrement, à coût maîtrisé, suppose un processus reproductible plutôt qu'un effort artisanal à chaque article. Le pipeline que nous opérons en production suit six étapes :

1. Recherche de mot-clé.
2. Extraction des termes sémantiquement liés (LSI).
3. Rédaction d'un brief.
4. Rédaction de l'article.
5. Mise au format de publication (MDX).
6. Corrections et contrôles qualité.

Ce pipeline tourne aujourd'hui sur quatre sites, à un coût de l'ordre de quelques dizaines de centimes d'euro par article, avec une machine à états qui garantit l'idempotence (pas de double traitement), des reprises sur erreur et une surveillance. Les visuels sont produits par un pipeline image multi-fournisseur, avec une économie mesurée d'environ 72 % par rapport à une production manuelle équivalente.

Transparence : la soumission automatique d'URL à l'Indexing API de Google n'est pas automatisée chez nous ; elle reste effectuée manuellement via la Search Console. Nous le disons d'entrée — c'est une limite réelle, et c'est aussi une marque de sérieux.

Mesurer pour piloter

Un dispositif de visibilité IA sans mesure est un pari. Le suivi s'appuie sur des données réelles : Google Analytics 4 pour l'audience, Google Search Console pour la recherche, et un suivi mensuel des positions et des citations. L'objectif est un retour sur investissement observable, pas une promesse.

Par où commencer

La checklist de démarrage

Étape	Action	Bénéfice
1	Audit analytics GA4 + GSC priorisé	Savoir où vous perdez du trafic
2	Audit de maillage interne (PO/P1/P2)	Relier les pages qui comptent
3	Balisage JSON-LD multi-type, testé	Résultats enrichis et lisibilité IA
4	Pages « réponse » + FAQPage	Être cité par les moteurs IA
5	Pipeline de production régulière	Tenir le rythme sans surcoût
6	Suivi mensuel GA4 / GSC	Piloter sur des données réelles

Travailler avec Centauri

Centauri est un studio IA qui opère sa propre infrastructure de production. Nous ne vendons pas une démonstration : nous livrons en production, avec des contrôles qualité, de l'observabilité et des preuves. Pour la visibilité IA, deux formats : un audit AEO et maillage en forfait, puis un accompagnement mensuel de production et de suivi.

Pour échanger sur votre contexte : projetcentauri.com/contact.