L’AKADÉMIE DU DIGITAL · PROGRAMME DE FORMATION Certification Qualiopi en cours de préparation

SEO, SEA & GEO

FOR-MKT-M2-A · Marketing Digital & Communication

Être visible sur Google et dans les réponses des IA : référencement naturel, payant et génératif

DURÉE
7 h

TARIF
450 € HT

PUBLIC
Entreprises & particuliers

DÉLAI D’ACCÈS
Accès sous 2 jours ouvrés après validation du besoin et des prérequis.

Tarifs indiqués « à partir de », hors devis spécifique et promotions. Prix HT, à partir de 2 participants. TVA 20 %.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et les principes du référencement naturel (SEO)
- Maîtriser les bases du référencement payant (SEA) : Google Ads, enchères, structure de campagne
- Comprendre le GEO (Generative Engine Optimization) : être cité par ChatGPT, Perplexity, Gemini, Google AI Overviews
- Distinguer SEO, SEA et GEO et comprendre leur complémentarité dans une stratégie de visibilité
- Optimiser un contenu pour les moteurs et pour les IA génératives (structure, autorité, densité factuelle)
- Mesurer la visibilité (positions, trafic, citations IA) et piloter une stratégie

Public concerné

- Entrepreneurs, indépendants, responsables marketing/communication
- Personnes en charge d'un site web ou d'une stratégie de contenu
- Toute personne souhaitant améliorer sa visibilité en ligne et dans les IA

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur, un navigateur web et les outils en ligne.
- Connaître les fondamentaux du marketing digital (module 5.1 conseillé).
- Disposer d'un site web ou d'un projet à optimiser (un atout).
- Aucune compétence technique avancée n'est exigée.

Programme

THÉORIE Module Théorique — SEO, SEA & GEO : les trois leviers de la visibilité

Ce module explique le fonctionnement des moteurs de recherche et les trois piliers du SEO (technique, sémantique, popularité), la recherche de mots-clés et les intentions de recherche, puis le SEA (enchères, Google Ads, structure de campagne, budget, Quality Score). Il introduit le GEO (Generative Engine Optimization) : pourquoi la recherche évolue (déclin du clic, réponses directes des IA), comment les IA citent leurs sources (RAG, query fan-out) et les bonnes pratiques (structure claire, densité factuelle, autorité, données structurées, « share of model »). Il conclut sur la complémentarité SEO / SEA / GEO.

Objectif : comprendre et distinguer les trois leviers de visibilité (SEO, SEA, GEO) et savoir les articuler dans une stratégie cohérente.

- Les trois leviers expliqués clairement : naturel, payant, génératif.
- Volet GEO à jour : mécanismes de citation par les IA et bonnes pratiques.
- Vision stratégique : complémentarité et arbitrages SEO/SEA/GEO.

Évaluation : QCM sur les trois leviers, exercice d'analyse d'une page ou d'une requête.

Accueil & présentation	15 min	Présenter le programme, les objectifs et le déroulé. Présentation orale, support visuel (slides), tour de table.	
Moteurs & SEO	55 min	Fonctionnement des moteurs ; SEO technique, sémantique, popularité ; mots-clés et intentions. Exposé interactif, exemples, analyse de pages.	Questions orales ; QCM sur le SEO.
SEA & Google Ads	45 min	Enchères, structure de campagne, budget, Quality Score. Exposé, exemples d'annonces, démonstration.	QCM sur le SEA.
GEO : se faire citer par les IA	1h00	Déclin du clic, réponses directes ; RAG et query fan-out ; bonnes pratiques (structure, densité factuelle, autorité, données structurées, share of model). Exposé illustré, démonstration sur ChatGPT/Perplexity/Gemini, panorama (illustratif).	QCM sur le GEO.
SEO vs SEA vs GEO	40 min	Complémentarité et arbitrages dans une stratégie de visibilité. Exposé comparatif, tableau de synthèse, échanges.	Exercice d'analyse d'une page / requête.
Synthèse	10 min	Résumer les points clés et préparer l'atelier. Récapitulatif, feedback des participants.	QCM rapide de fin de module.

ATELIER **Atelier Pratique — Optimiser sa visibilité**

À partir d'un site ou d'un projet réel, les participants réalisent un audit express (SEO de base, repérage des freins), recherchent des mots-clés et optimisent un contenu (structure, balises, intention), puis réalisent un test GEO en interrogeant ChatGPT/Perplexity/Gemini sur leurs requêtes cibles pour observer les citations et ajuster leur contenu. Ils ébauchent enfin une campagne SEA simple et construisent un plan de visibilité priorisé SEO + SEA + GEO.

Objectif : optimiser concrètement un contenu pour le SEO et le GEO, ébaucher une campagne SEA et bâtir un plan de visibilité priorisé.

- Travail possible sur le site/projet réel du participant.
- Optimisation de contenu et test GEO sur les IA génératives.
- Ébauche de campagne SEA.
- Plan de visibilité priorisé combinant les trois leviers.

Évaluation : production des livrables (contenu optimisé, test GEO, ébauche SEA, plan de visibilité), restitution orale courte et revue collective.

Lancement de l'atelier	15 min	Présenter l'objectif et choisir son site/projet. Présentation, constitution des groupes.	
Audit & mots-clés	45 min	Auditer un site et rechercher des mots-clés. TP guidé, grille d'audit, outils de mots-clés.	Livrable : audit + mots-clés.
Optimisation de contenu	55 min	Optimiser un contenu (structure, balises, intention). TP, optimisation on-page, accompagnement.	Livrable : contenu optimisé.
Test GEO & ébauche SEA	45 min	Tester sa visibilité dans les IA et ébaucher une campagne SEA. TP, requêtes sur IA génératives, maquette de campagne SEA.	Livrables : test GEO + ébauche SEA.
Plan de visibilité & restitution	25 min	Construire un plan priorisé SEO+SEA+GEO et le présenter. Modèle de plan, présentations courtes, feedback.	Évaluation sommative : plan de visibilité + QCM final.
Enquête de satisfaction	10 min	Recueillir la satisfaction à chaud. Questionnaire de satisfaction.	Enquête de satisfaction.

Modalités et moyens pédagogiques

Formation en présentiel dans nos locaux ou dans vos locaux, en groupe restreint. Alternance d’apports théoriques, d’ateliers pratiques et de mises en situation.

Matériel requis :

8 Go de Ram

Modalités d’évaluation

Évaluation des acquis en cours et en fin de formation, attestation de fin de formation remise à chaque stagiaire.

Accessibilité

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez-nous avant l’inscription pour étudier les aménagements nécessaires.

Financement

Devis ou convention de formation sur demande. La certification Qualiopi est en cours de préparation : l’éligibilité aux financements OPCO sera ouverte après son obtention.

Audit de certification prévu au T1 2027. Aucune éligibilité OPCO avant l’obtention.