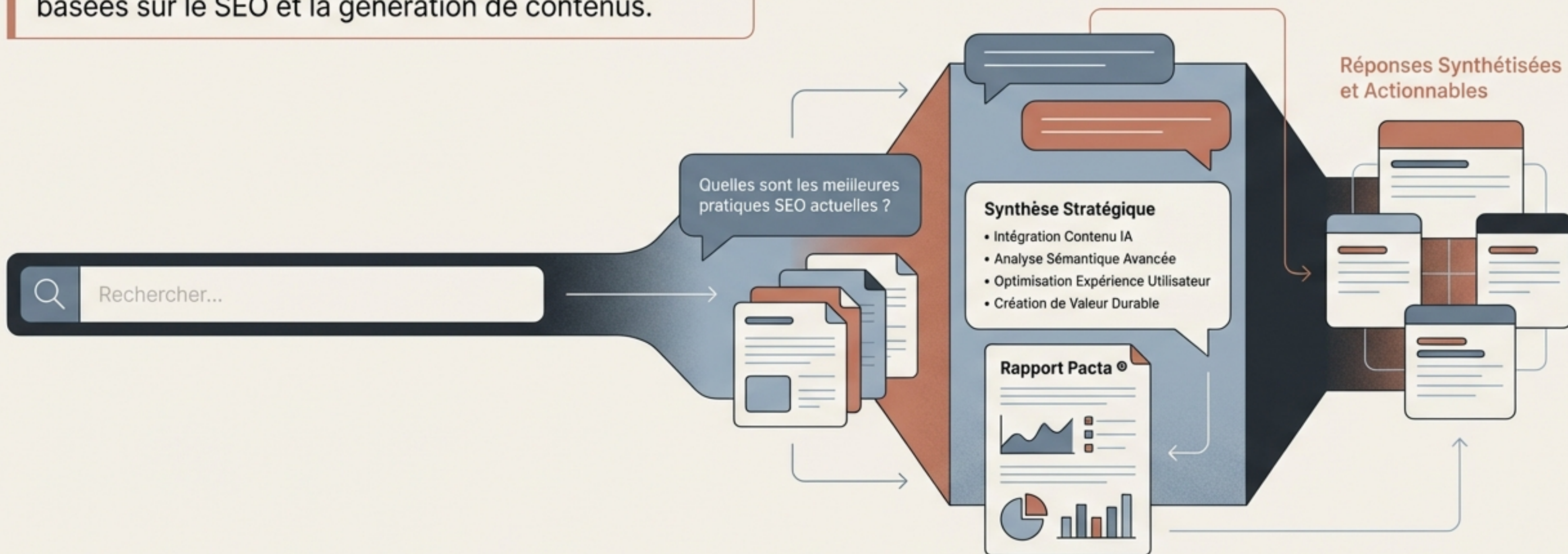


Au-delà du SEO classique

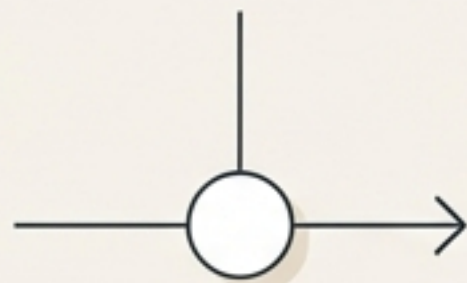
Le système Pacta © - Des solutions de référencement basées sur le SEO et la génération de contenus.



Le référencement ne se limite plus aux moteurs classiques

Hier :

Optimiser pour être indexé
par des robots.



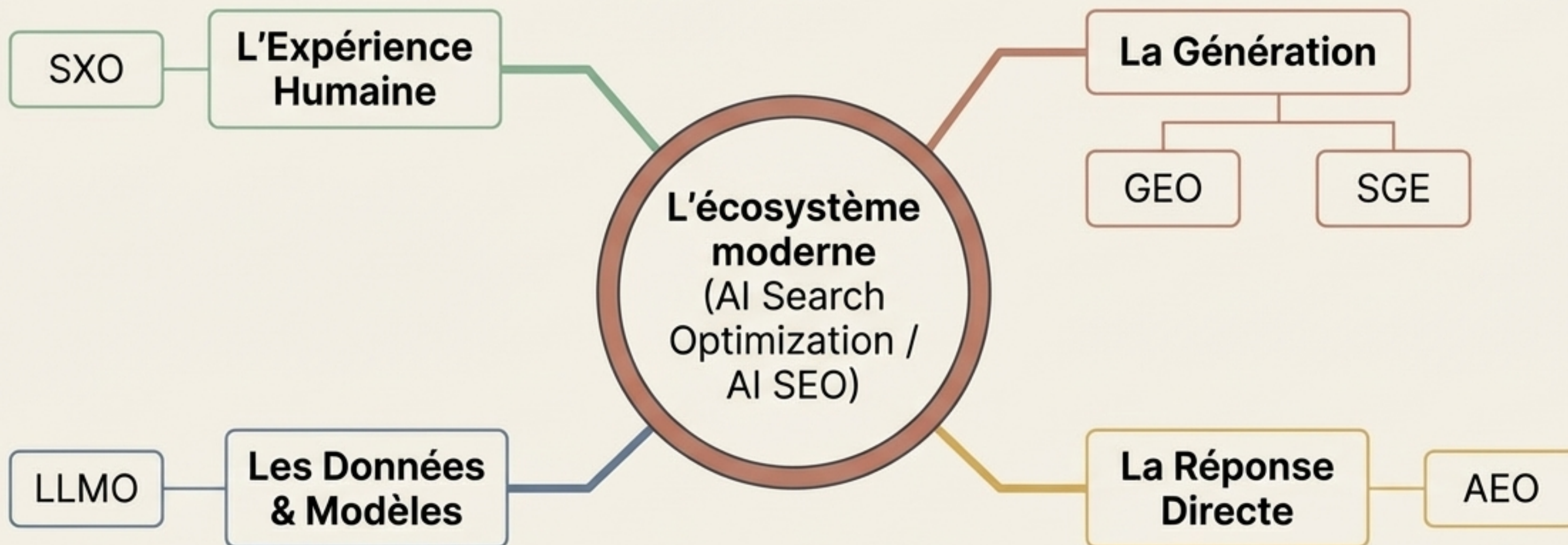
Aujourd'hui :

Produire des contenus
compréhensibles par les systèmes d'IA.



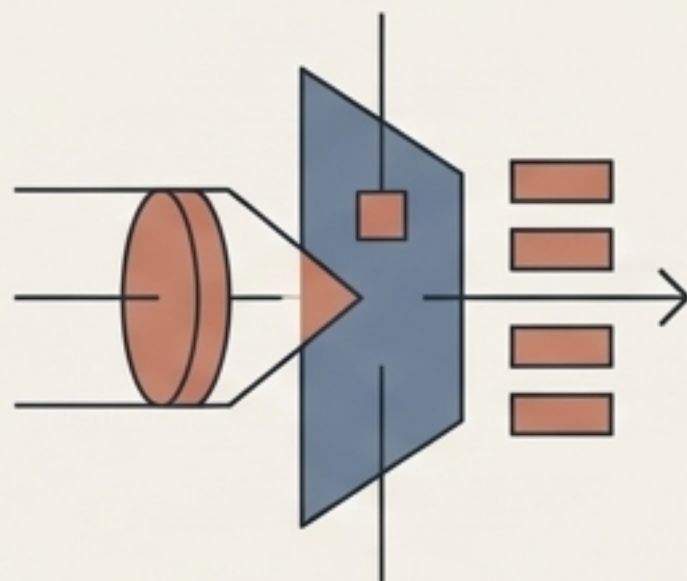
L'évolution des moteurs et assistants IA impose une nouvelle
cartographie de la visibilité en ligne.

La nouvelle cartographie de la recherche



Une multitude de termes pour un objectif unique : adapter votre contenu aux environnements enrichis.

Le GEO prépare vos contenus pour l'IA générative



L'IA génère une réponse synthétisée à partir des données traitées, fournissant une explication claire et concise sur le sujet. Elle attribue les informations à des sources vérifiables.

📖 Source: Rapport d'Analyse GEO, 2024.

Le concept :

Optimisation pour les moteurs qui génèrent des réponses synthétiques au lieu d'indexer des liens classiques.

Les moteurs concernés :

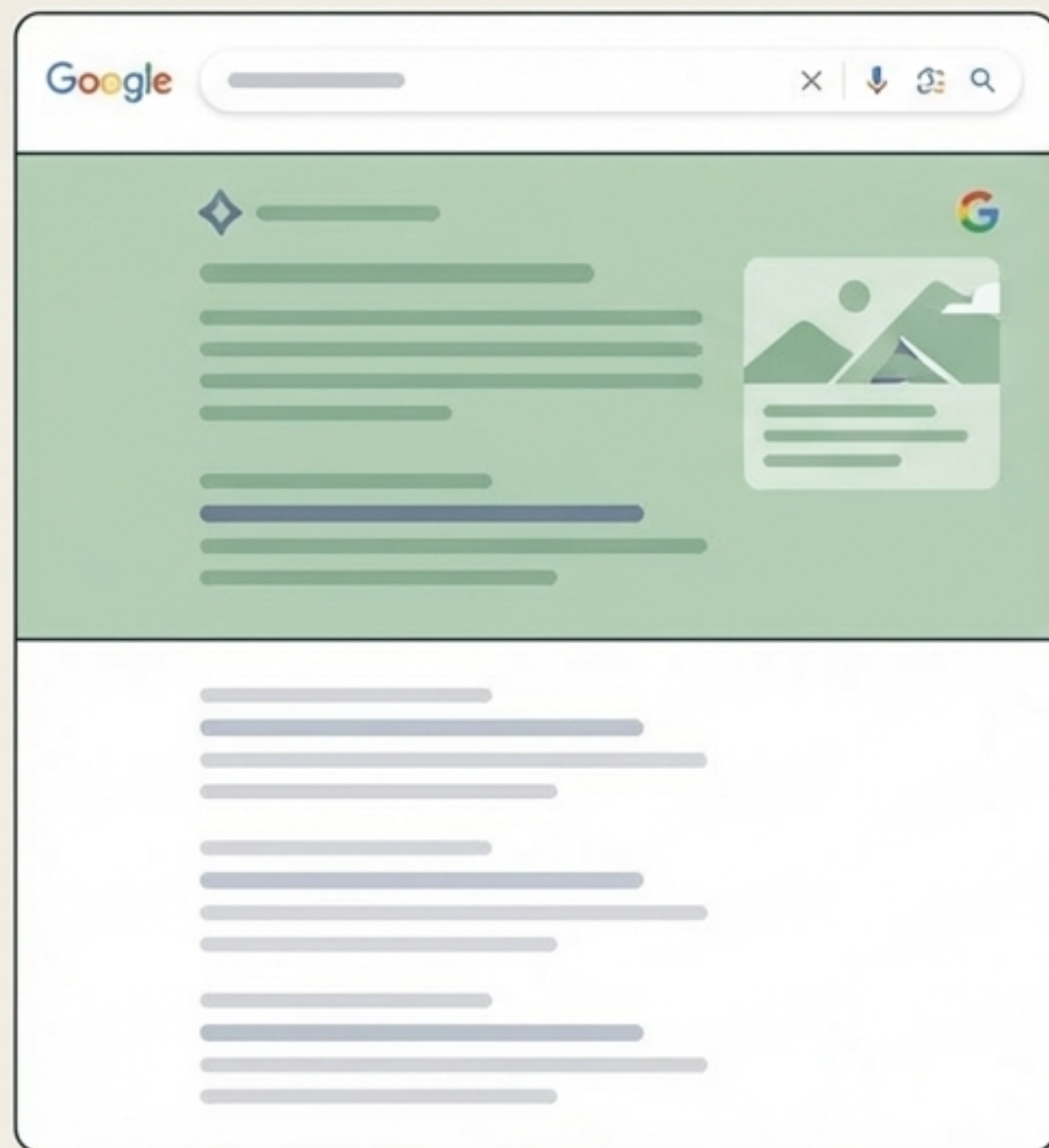
- ChatGPT
- Perplexity
- Gemini
- Copilot

L'objectif technique :

Les systèmes d'IA doivent pouvoir comprendre l'information, la synthétiser et citer la source.

Les contenus doivent être structurés, explicatifs et fiables.

La SGE intègre la génération au cœur des résultats Google



La définition : Les résultats enrichis par l'intelligence artificielle introduits par Google (Search Generative Experience).

Critères d'intégration :



Structuré



Pédagogique



Crédible



Rédigé de
manière claire

L'AEO cible la réponse directe et précise

Le contexte : Apparu avant l'IA générative. Fournit directement une réponse plutôt qu'une liste de liens.

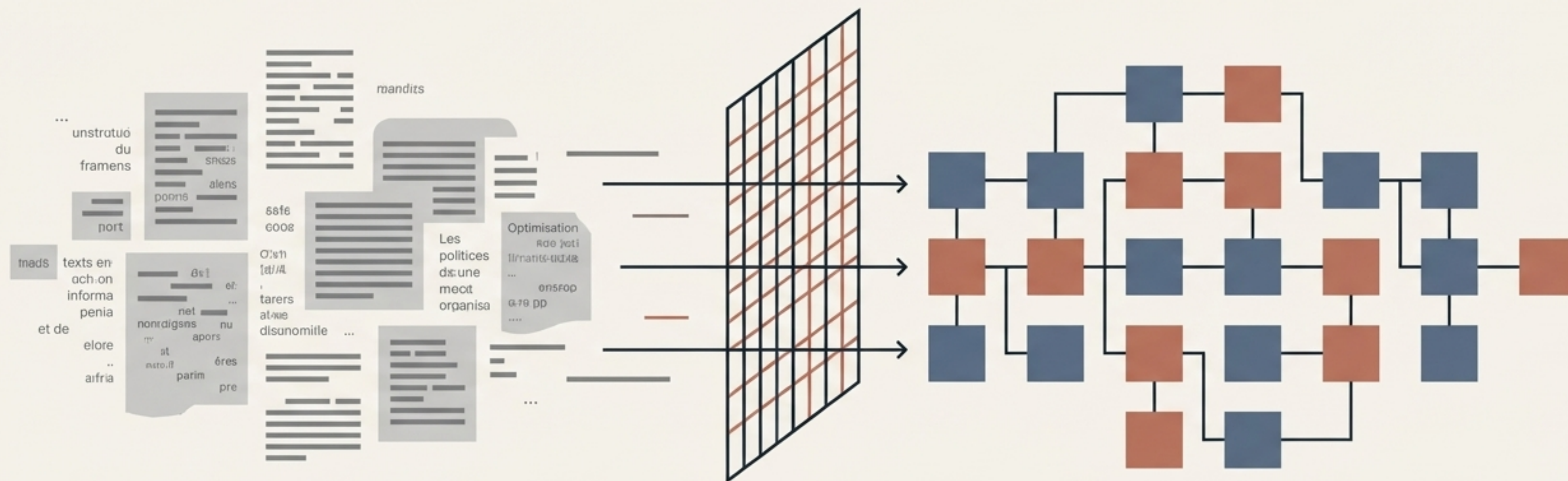
Les formats : Google featured snippets, assistants vocaux, résultats enrichis.

L'arsenal technique

- ✓ Paragraphes courts et explicatifs
- ✓ Questions fréquentes (FAQ)
- ✓ Données structurées
- ✓ Définitions claires



Le LLMO structure la donnée pour les grands modèles



L'approche technique :

Optimisation spécifique pour les grands modèles de langage (Large Language Model Optimization).

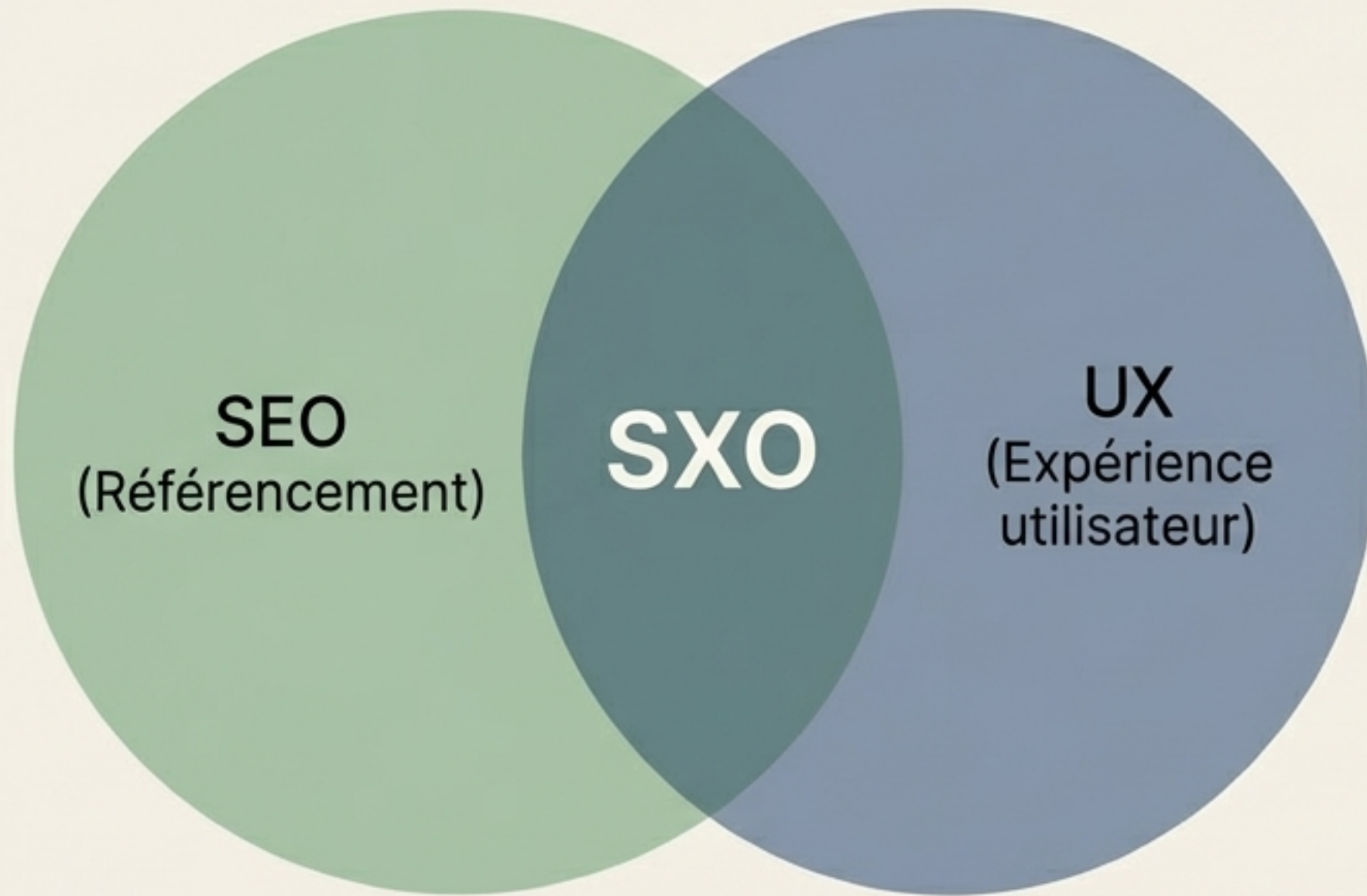
Les exigences du modèle :

- Factuel et citable
- Facilement interprétable par l'algorithme linguistique

La méthode :

Repose sur des textes explicatifs, une organisation logique de l'information, et des sources fiables.

Le SXO fait le pont entre la visibilité et l'humain

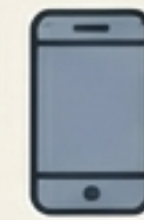


La philosophie : Optimiser la visibilité tout en garantissant la qualité de l'expérience proposée aux visiteurs.

Les critères évalués par les moteurs :



Vitesse
du site



Ergonomie
mobile



Qualité du
contenu



Comportement
des utilisateurs

Le changement de paradigme : SEO vs IA

SEO Traditionnel



- Optimisation pour les robots d'indexation
- Classement dans une liste de résultats
- Importance primordiale des backlinks

Optimisation pour IA



- Compréhension profonde du contenu
- Capacité à générer des réponses synthétiques
- Crédibilité et clarté de l'information

Les deux approches ne s'annulent pas, elles restent strictement complémentaires.

Le triptyque de la stratégie moderne



Visibilité Globale

Pilier 1 : Visible.

Maintenir la présence et les fondamentaux techniques pour Google.

Pilier 2 : Compréhensible.

Structurer l'information pour qu'elle soit ingérée et analysée par les moteurs IA.

Pilier 3 : Conversationnel.

Adapter le format pour répondre directement aux requêtes en langage naturel.

Le référencement évolue vers une approche beaucoup plus large.

L'anticipation comme avantage concurrentiel



Les entreprises qui anticipent ces évolutions améliorent leur visibilité simultanément dans les moteurs de recherche traditionnels ET dans les nouvelles interfaces basées sur l'intelligence artificielle.