



Eskimoz

# Baromètres GEO : les champions de la visibilité sur ChatGPT

02-10-2025

## Les speakers



Jeremy Lacoste

Directeur Général France

Eskimoz



Alexandre Courbin

Directeur Marketing Groupe

Eskimoz

Eskimoz



## NOTRE MISSION

Booster votre croissance en maximisant  
la performance de votre  
acquisition digitale

★ Trustpilot ★ 4,6

NPS Clients ★ 4,7

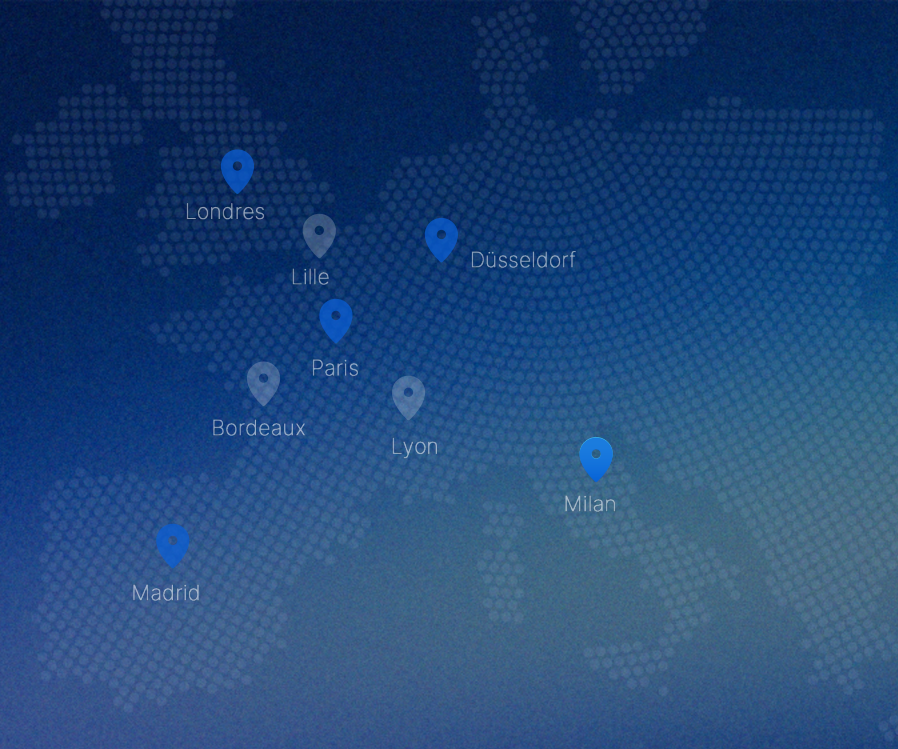
Trophées marketing 2024-2025 🏆 X10

Taux de rétention clients ❤️ 94%



# Agence d'acquisition

## Global Search



 SEO

 SEA

 Social Media & Créa

 Content

 Data

 IA & GEO

 Formation

 TikTok

 Amazon

 Eskimoz  
ACADEMY

 neads  
by Eskimoz

 deeploy  
by Eskimoz

15 ans

d'expérience

250

consultants

1 000

clients actifs

10

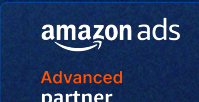
langues parlées

35M€

de CA en 2024

 Bing  
Partner

 Meta  
Business Partner

 amazon ads  
Advanced partner

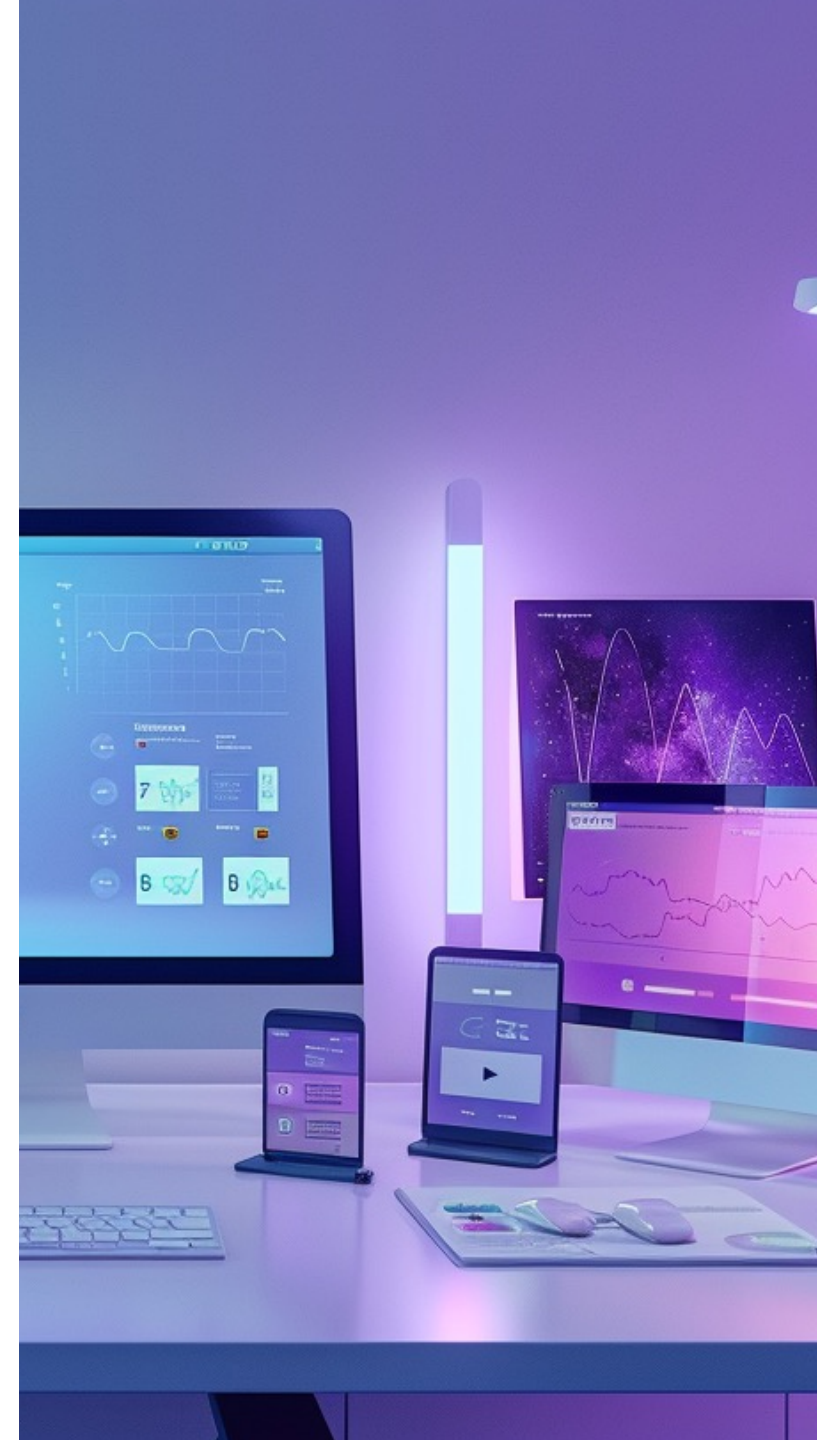
 TikTok  
Marketing Partner

 PREMIER  
Google  
Partner



# • Sommaire

- 01. Etat des lieux du marché : où en est le GEO ?
- 02. Comment sont construits les baromètres GEO ?
- 03. Présentation des baromètres GEO by Eskimoz
- 04. Best practices : comment ranker sur ChatGPT ?
- 05. Conclusion + Q&A : posez vos questions en live !



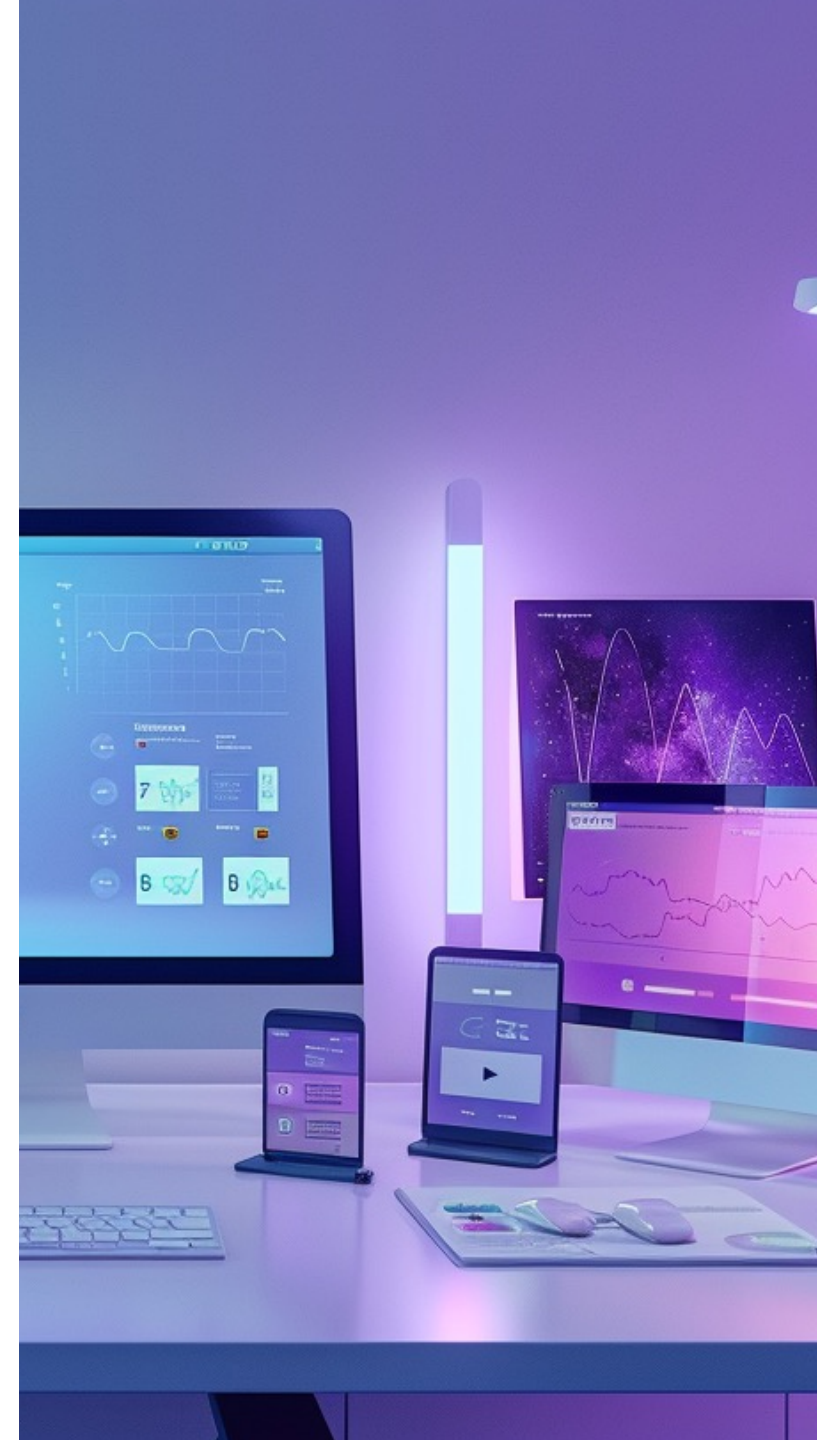


Restez jusqu'à la fin pour  
une surprise !



# • Sommaire

- 01. Etat des lieux du marché : où en est le GEO ?
- 02. Comment sont construits les baromètres GEO ?
- 03. Présentation des baromètres GEO by Eskimoz
- 04. Best practices : comment ranker sur ChatGPT ?
- 05. Conclusion + Q&A : posez vos questions en live !





# Interro surprise



QUIZZ

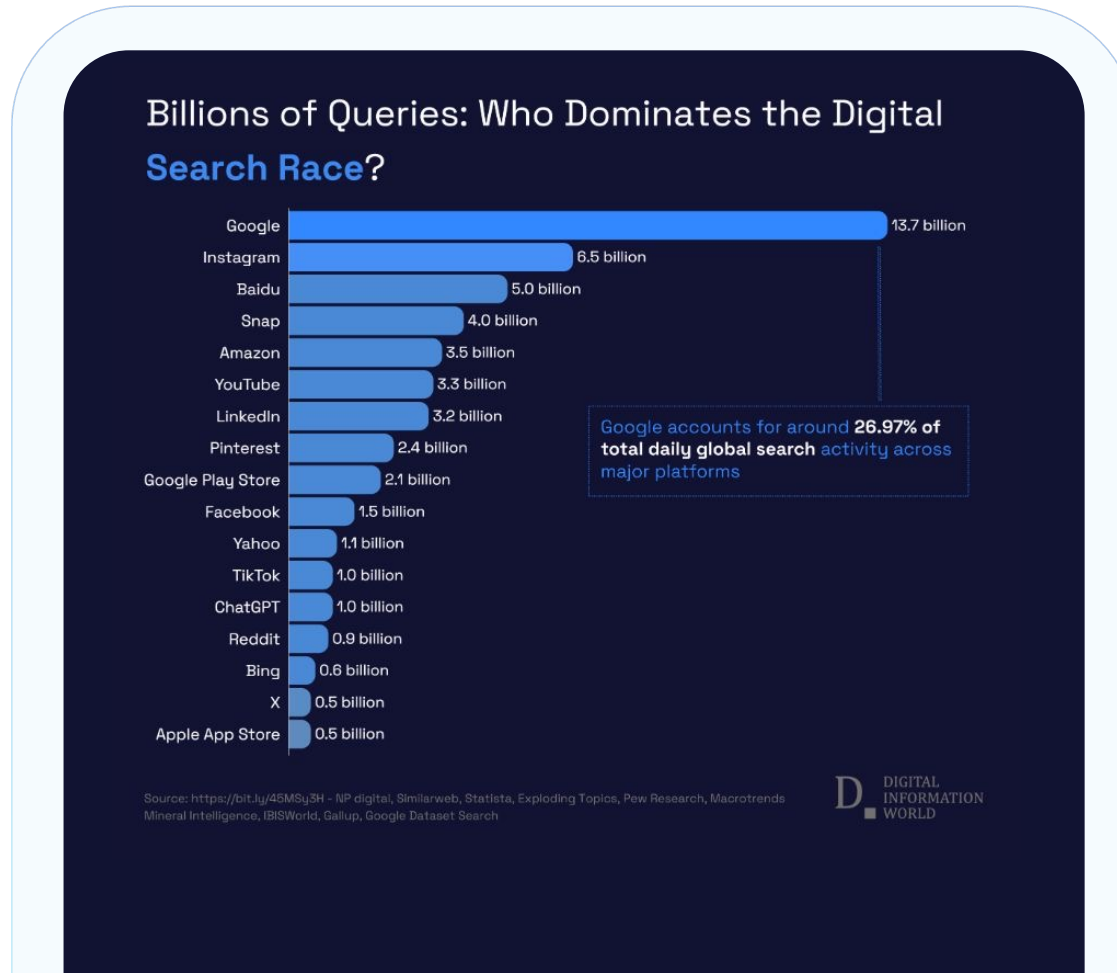
## 5 questions pour comprendre le GEO (1/5)

**Quel % des recherches mondiales  
ont lieu sur Google ?**



QUIZZ

## Quel % des recherches ont lieu sur Google ?





QUIZZ

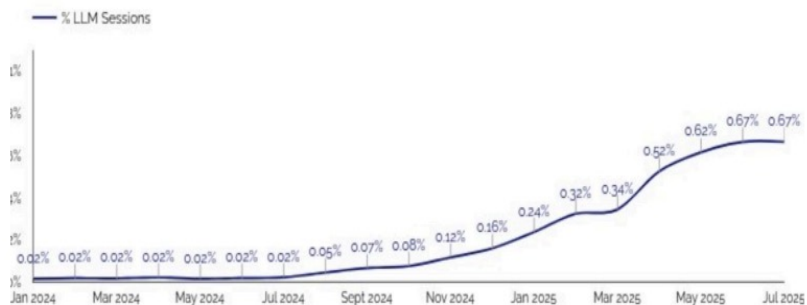
## 5 questions pour comprendre le GEO (2/5)

**Comment a évolué le trafic issu des moteurs LLM entre 2024 et 2025 ?**



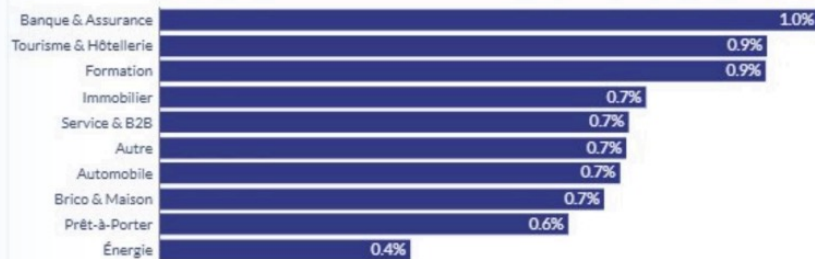
## QUIZZ

# Comment a évolué le trafic issu des moteurs LLM entre 2024 et 2025 ?



Source de données : Google Analytics 4, panel de plus de 170 sites, contenant chacun un minimum de 3 000 sessions mensuelles sur du SEO (ou organic). L'ensemble des données sont anonymisées et collectées après consentement.

## Part du trafic LLM par secteur vs trafic organique



Source de données : Google Analytics 4, panel de plus de 170 sites, contenant chacun un minimum de 3 000 sessions mensuelles sur du SEO (ou organic). L'ensemble des données sont anonymisées et collectées après consentement.



QUIZZ

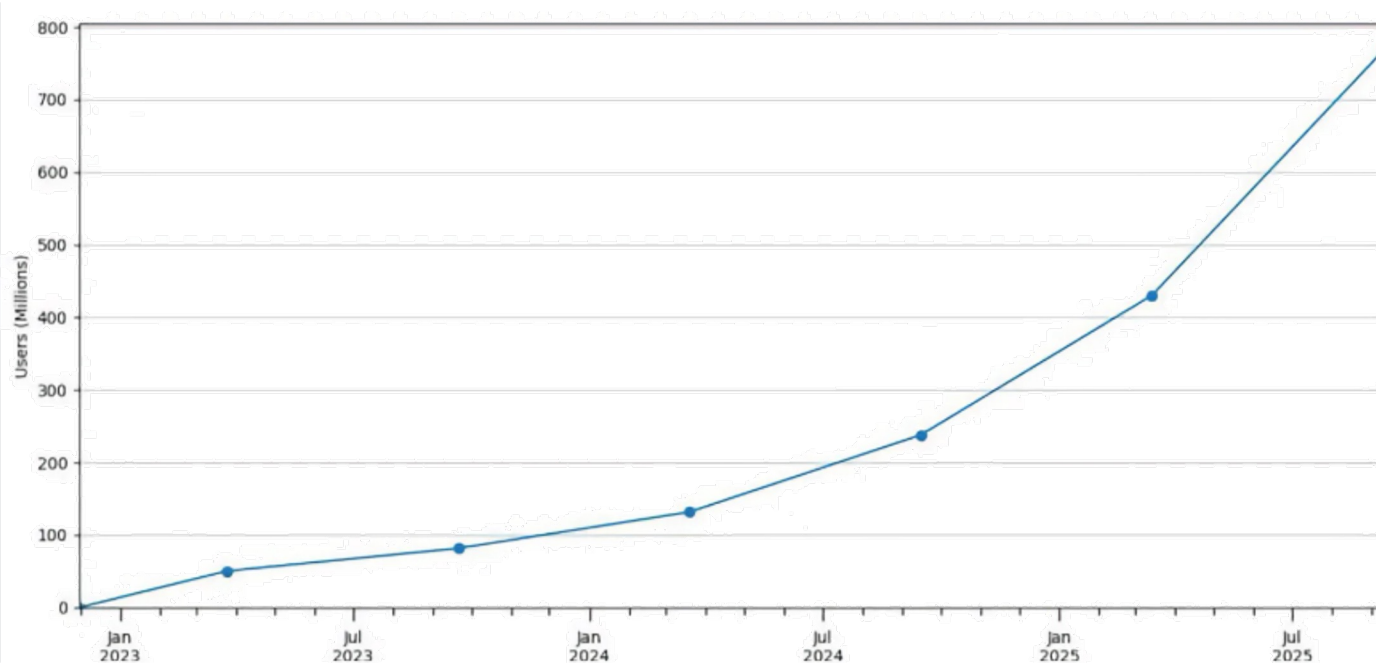
## 5 questions pour comprendre le GEO (3/5)

**Combien y a-t-il d'utilisateurs actifs sur ChatGPT?**



QUIZZ

## Combien d'utilisateurs actifs sur ChatGPT ?





QUIZZ

## 5 questions pour comprendre le GEO (4/5)

**Quelle est la hausse du volume de requêtes shopping sur ChatGPT sur 6 mois ?**

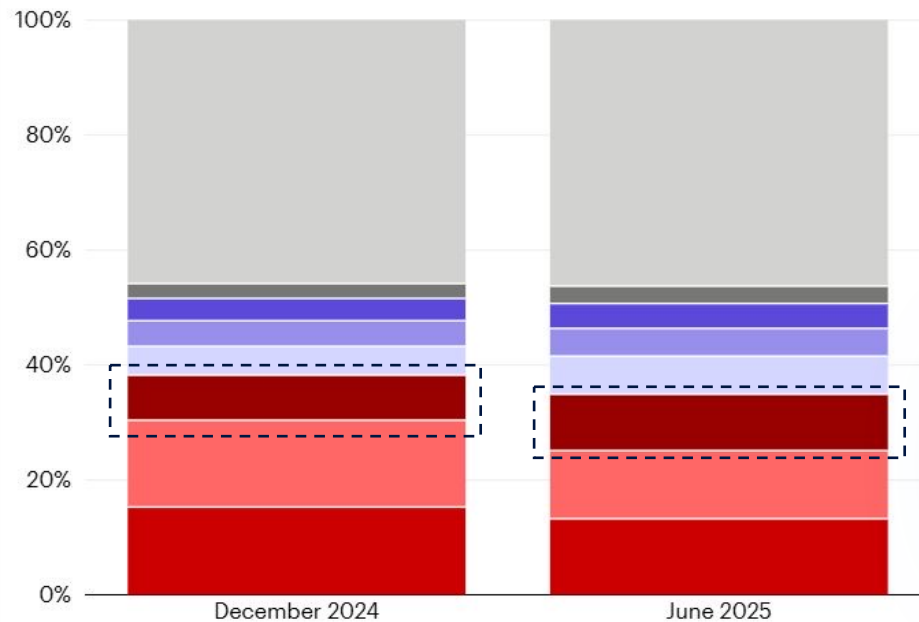


QUIZZ

## Quelle est la hausse du volume de requêtes shopping sur ChatGPT sur 6 mois?

ChatGPT prompt category trends

■ Messaging ■ Coding ■ Shopping ■ Health/wellness ■ Media/entertainment ■ Finance  
■ Therapy ■ Other



Volume de requêtes global : +70%  
Part des requêtes shopping : de 8 à 10%  
(+25%)  
➔ Total = +110%

QUIZZ

## 5 questions pour comprendre le GEO (5/5)

**ChatGPT prend-il des parts de marché à Google?**



QUIZZ

## ChatGPT prend-il des parts de marché à Google?

### ChatGPT Is Not Replacing Google —It's Expanding Search

|                             | Before Using ChatGPT | After Using ChatGPT |
|-----------------------------|----------------------|---------------------|
| Google Search sessions/week | 10.5                 | 12.6                |
| ChatGPT sessions/week       | 0                    | 5                   |

semrush.com



QUIZZ

## Interro réussie ?





A RETENIR



**En seulement 2 ans,  
le GEO est devenu une  
discipline à part entière**



A RETENIR



**Travailler votre visibilité IA est  
fondamental pour éviter d'être  
invisibilisé par vos concurrents**



G E O

## Les 3 changements majeurs

- Les équipes search ne vont plus seulement optimiser le site de la marque, **mais tous les points de mention**
- Passage d'une concurrence verticale à horizontale : les cartes sont redistribuées **avec la fin des top requêtes**
- La fin du standard : **l'evergreen va perdre en efficience**. Les marques devront choisir leurs combats



# Nos 5 paris chez Eskimoz

1

**Dépréciation du clic.**  
Et retour au marketing tel qu'il aurait dû rester

2

**Google et ChatGPT vont se compléter.**  
Et se spécialiser par type de requêtes

3

**De nouveaux modèles économiques publicitaires vont émerger**

4

**SEO et GEO ne sont pas la même chose - mais les 2** seront gérés par les équipes search

5

**Google, leader du GEO dans les 3 ans.**  
Ralentissement progressif de l'adoption



02-10-2025

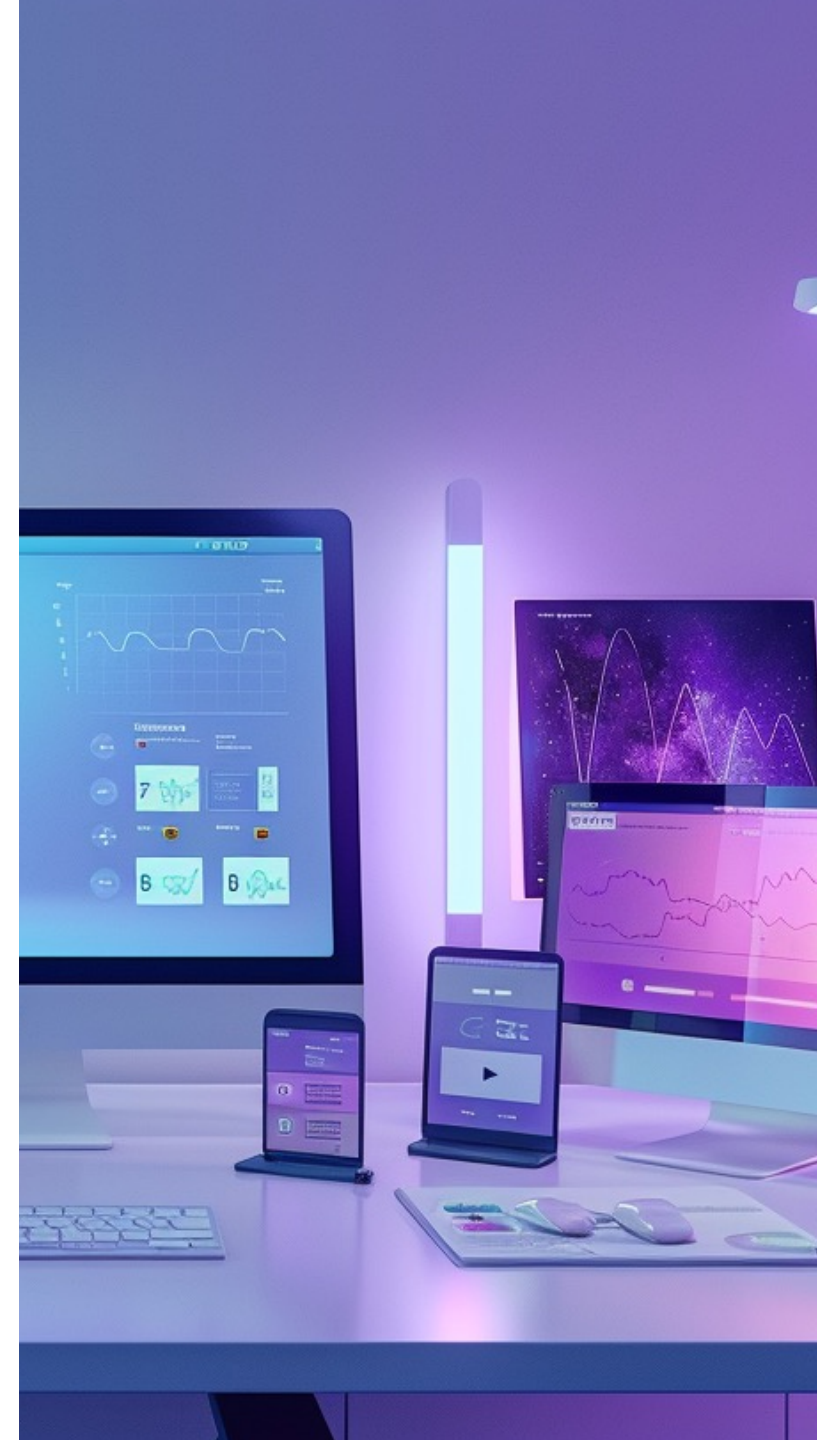
## Q&A

**Posez vos questions  
dans le chat  
(pas celui de Mistral 😊) !**



# • Sommaire

- 01. Etat des lieux du marché : où en est le GEO ?
- 02. Comment sont construits les baromètres GEO ?
- 03. Présentation des baromètres GEO by Eskimoz
- 04. Best practices : comment ranker sur ChatGPT ?
- 05. Conclusion + Q&A : posez vos questions en live !





## Pourquoi créer des baromètres **GEO** ?

1

**Identifier** les acteurs les plus visibles par secteur

2

**Etudier** la corrélation entre visibilité et trafic généré

3

**Créer** un complément aux baromètres du Search

4

**Exploiter** la technologie propriétaire d'Eskimoz



## Méthodologie

# Qui sont les champions de la visibilité LLM dans chaque secteur ?

### Les baromètres Eskimoz :

Paramétrage du tracking **fin juin 2025**

**1200 sites** analysés

**50 000 prompts** monitorés

Données collectées pendant **60 jours**



### Secteurs étudiés

- Automobile
- Banque –assurance
- Énergie
- Luxe
- Tourisme
- Maison – brico
- Media
- Prêt à porter
- Santé



## Outil LLM ranking

✓ + 30% de mentions en plus

Optimisez votre visibilité dans les moteurs de gen IA (ChatGPT, Perplexity...)

### Analyse de visibilité IA

Suivi des mentions et indice de visibilité dans les réponses générées

### Veille concurrentielle

Benchmark précis face à vos concurrents sur les mêmes requêtes/prompts

### Sources & recommandations

Identification des sources citées + recommandations SEO actionnables

### Pourquoi c'est puissant ?

- Trackez votre présence sur les moteurs de Gen AI
- Décisions data-driven pour orienter votre stratégie GEO
- Identification des patterns de visibilité pour devenir leader GEO

### Fonctionnalités incluses

Suivi des évolutions dans le temps

Classement des tops positions sur prompts stratégiques

Extraction de données sur mesure

Recommandations pour améliorer la visibilité IA

Monitoring sur 3 IA génératives

Analyse des sources

Dashboard  
Prompts  
Sources

Jun 12, 2025 - Jun 19, 2025

#### Votre visibilité globale vs concurrence

Comparer l'évolution de votre visibilité par rapport à celle de vos concurrents

Télécharger en CSV



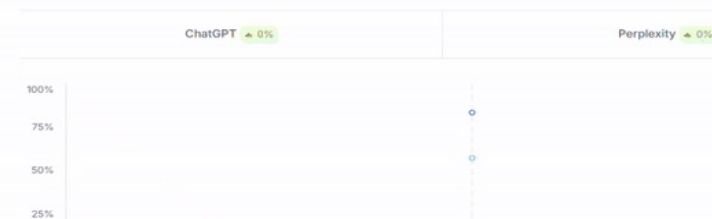
#### Meilleure visibilité par marque

Classement des marques en fonction de leur visibilité

| # | Marques          | Visibilité |
|---|------------------|------------|
| 1 | Orange           | 69,2%      |
| 2 | Sosh             | 61,5%      |
| 3 | SFR              | 46,2%      |
| 4 | Bouygues Telecom | 30,8%      |

#### Votre visibilité par LLM

Analyse de la visibilité sur différents LLM et évolution des tendances





## Exemple de prompts analysés

Prompt 1 Quelle est la meilleure solution d'épargne retraite en France ?

Prompt 2 Quelle mutuelle propose le meilleur rapport qualité-prix ?

Prompt 3 Quels sont les meilleures assurances 100% en ligne ?

Prompt 4 Quelle est la meilleure banque pour assurer à la fois son logement et sa voiture ?

Prompt 5 Quel est le meilleur comparateur d'assurances en ligne pour trouver une offre pas chère ?

Prompt 6 Quels sont les sites les plus utilisés pour comparer les prix des assurances ?

## A noter



**Une requête moyenne sur ChatGPT compte 23 mots, contre 2 sur Google**

→ les requêtes se concentrent dans la longue traîne et ne peuvent pas être étudiées avec la même exhaustivité que sur Google

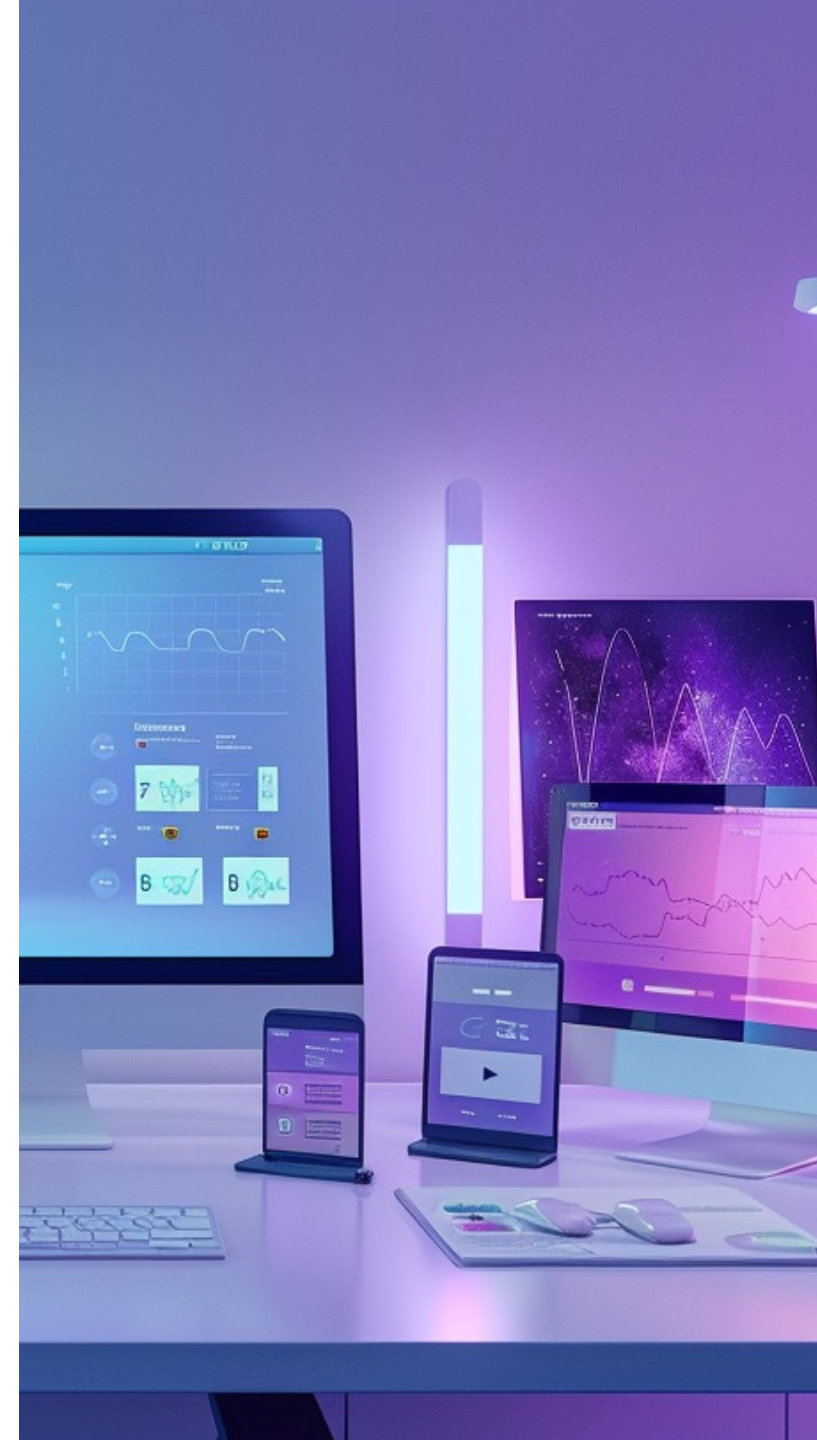


**Contrairement à Google, un moteur LLM ne renverra jamais deux fois la même réponse**

→ évaluer la visibilité en GEO demande de s'appuyer sur un agrégat de prompts pour obtenir une estimation précise

# • Sommaire

- 01. Etat des lieux du marché : où en est le GEO ?
- 02. Comment sont construits les baromètres GEO ?
- 03. Présentation des baromètres GEO by Eskimoz
- 04. Best practices : comment ranker sur ChatGPT ?
- 05. Conclusion + Q&A : posez vos questions en live !





GEO

Découvrez le baromètre  
de votre secteur

Maison et  
Bricolage

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans  
les Médias

GEO = [Generative Engine Optimisation](#)

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans le  
Prêt-à-porter

GEO = [Generative Engine Optimisation](#)

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO du  
Tourisme

GEO = [Generative Engine Optimisation](#)

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans  
l'automobile

GEO = [Generative Engine Optimisation](#)

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans  
l'Assurance

GEO = [Generative Engine Optimisation](#)



GEO

# Une analyse détaillée par sous-secteur

BAROMETRE GEO  
Agences de  
voyage

BAROMETRE GEO  
Campings

BAROMETRE GEO  
Centrales de  
réservations



GEO

Toutes les infos utiles :  
visibilité, trafic, sources

## Les acteurs les plus visibles sur ChatGPT

Taux de mention sur les prompts étudiés

|    |               |                                                                                     |
|----|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 03 | TotalEnergies |     |
| 04 | EDF           |    |
| 05 | Ohm Energie   |   |
| 06 | Engie         |  |
| 07 | Vattenfall    |  |
| 08 | Mint Energie  |  |
| 09 | Happ-e        |  |
| 10 | Eni           |  |

Source : LLM Ranking est un outil intégré propriétaire développé par l'équipe R&D d'Eskimoz, qui permet de suivre l'évolution de sa visibilité sur les moteurs LLM tels que ChatGPT. Les données présentées ont été recueillies en juillet et août 2025.

0,4%

du trafic sur les sites des clients Eskimoz est issu des LLM, un chiffre en hausse constante<sup>1</sup>

12%

des recherches Google déclenchent l'affichage d'un aperçu IA<sup>2</sup>

### ❄️ Actions à prendre :

- Optimiser les pages Wikipédia des fournisseurs
- Structurer des contenus pédagogiques et comparatifs (guides "comment choisir un fournisseur ?", simulateur de consommation, FAQ sur réglementés vs offres d'urgence)
- Multiplier les parutions presse grand public et économique afin de renforcer la visibilité médiatique.



# Les acteurs les plus visibles sur ChatGPT

Taux de mention sur les prompts étudiés

|    |                           |                                                                                       |        |
|----|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 01 | Enedis                    |    | 61,6 % |
| 02 | RTE                       |    | 31,1 % |
| 03 | GRDF                      |    | 11,6 % |
| 04 | Electricité de Strasbourg |    | 1,6 %  |
| 05 | GEG                       |    | 1,6 %  |
| 06 | Sorégies                  |    | 0,5 %  |
| 07 | GRT Gaz                   |    | 0,2%   |
| 08 | Teréga                    |    | 0,1%   |
| 09 | Enercal                   |  | 0,09%  |
| 10 | Régaz                     |  | 0,07%  |



# Qui capte le plus de trafic depuis ChatGPT ?

*Trafic estimé sur les 6 derniers mois*

|    |            |                                                                                      |        |
|----|------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 01 | Enedis     |   | 33,2 K |
| 02 | RTE France |   | 14,8 K |
| 03 | GRDF       |   | 9,2 K  |
| 04 | Terega     |   | 301    |
| 05 | GRT Gaz    |  | 200    |



APPRENTISSAGES

# L'écrasante supériorité de Wikipedia parmi les sources valorisées par les LLM

| Source                                                                                                     | Type  | Mention |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|
|  wikipedia.org/         | Autre | 27      |
|  rivluxe.fr/            | Autre | 4       |
|  royalemerchant.com/    | Autre | 3       |
|  miller.fr/             | Autre | 3       |
|  ft.com/                | Autre | -       |
|  hauthentic.com/        | Autre | -       |
|  galerieslafayette.com/ | Autre | 2       |

Dans le **luxe**, Wikipedia ressort 4x plus souvent comme source par rapport aux autres médias de niche et grand public

## APPRENTISSAGES

# De fortes disparités dans la part de voix des acteurs selon le secteur

|    |                 |                                                                                     |        |
|----|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 01 | Crédit Agricole |  | 53,3 % |
| 02 | LCL             |  | 37,8 % |
| 03 | Fortuneo        |  | 33,3 % |

Les **banques** les plus visibles apparaissent dans >50% des requêtes...

|    |          |                                                                                     |        |
|----|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 01 | Santiane |  | 11,8 % |
|----|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|

... contre à peine 12% pour les **courtiers**



## APPRENTISSAGES

Les acteurs les plus visibles sur les LLMs ne génèrent pas toujours le plus de trafic : **l'intention de recherche** reste fondamentale !

|    |                         |                                                                                     |         |
|----|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 01 | Journal des Femmes      |  | 198,1 K |
| 02 | Elle                    |  | 77,7 K  |
| 03 | L'Equipe                |  | 57,8 K  |
| 04 | M6 Distribution Digital |  | 54,2 K  |
| 05 | Marmiton                |  | 25,5 K  |

|    |                    |                                                                                       |        |
|----|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 01 | Elle               |    | 13 %   |
| 02 | Femme Actuelle     |    | 10,8 % |
| 03 | Journal des Femmes |   | 7,4 %  |
| 04 | Marmiton           |  | 0,9 %  |
| 05 | Télé-Loisirs       |  | 0,9 %  |

APPRENTISSAGES

**Les acteurs les mieux classés sur Google ne sont pas toujours premiers sur ChatGPT !**

Résultats de ChatGPT dans Google



Dans les SERPs

16,61 %

Résultats dans les SERPs de Google



Pas dans les SERPs

83,39 %

Résultats pas dans les SERPs de Google



GEO

Téléchargez le  
baromètre de  
votre secteur

Maison et  
Bricolage

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans  
les Médias

GEO = [Generative](#) Engine Optimisation

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans le  
Prêt-à-porter

GEO = [Generative](#) Engine Optimisation

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO du  
Tourisme

GEO = [Generative](#) Engine Optimisation

Eskimoz

BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans  
l'automobile

GEO = [Generative](#) Engine Optimisation

Eskimoz

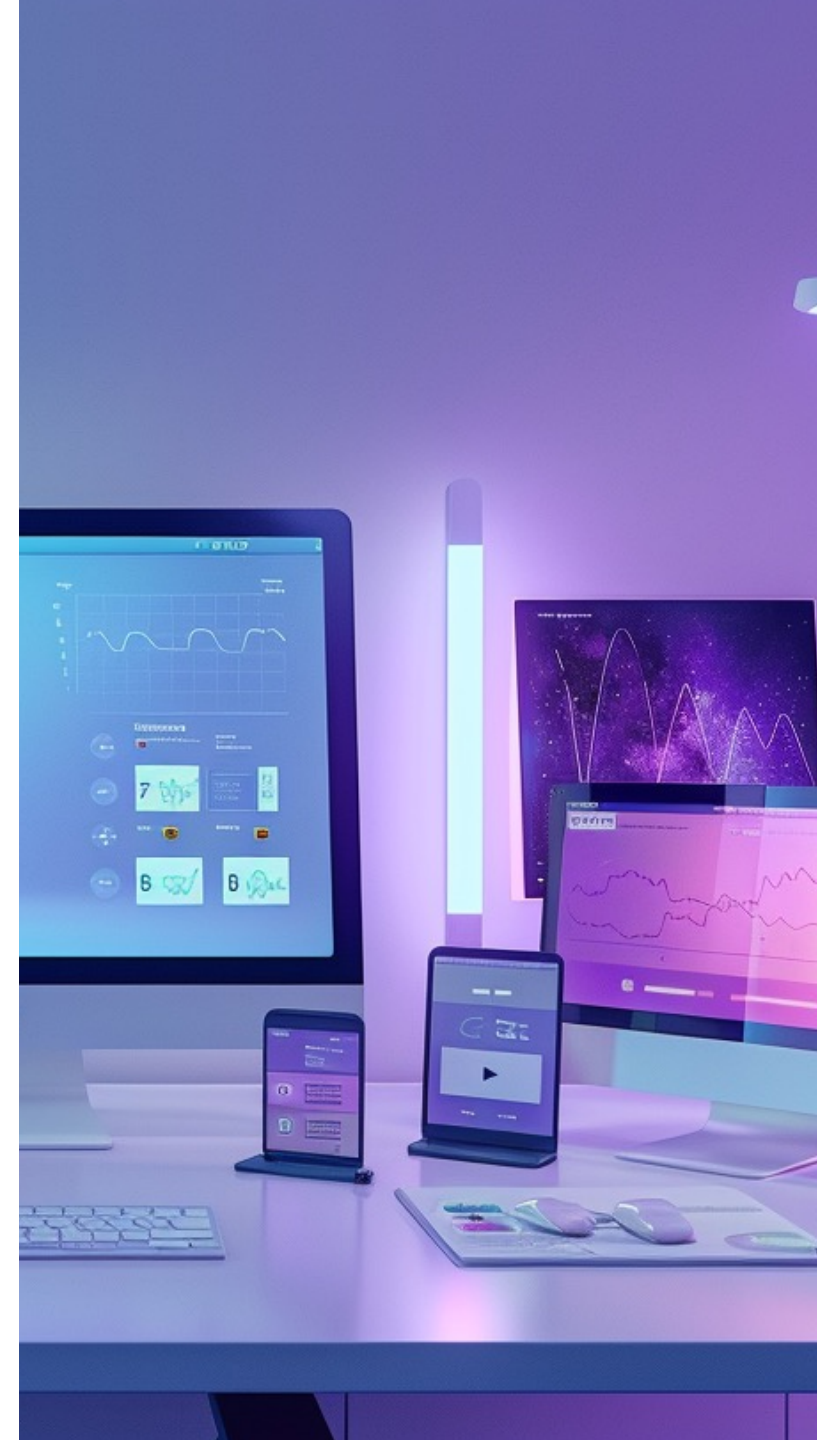
BAROMETRE  
Les champions  
du GEO dans  
l'Assurance

GEO = [Generative](#) Engine Optimisation



# • Sommaire

- 01. Etat des lieux du marché : où en est le GEO ?
- 02. Comment sont construits les baromètres GEO ?
- 03. Présentation des baromètres GEO by Eskimoz
- 04. Best practices : comment ranker sur ChatGPT ?
- 05. Conclusion + Q&A : posez vos questions en live !





# Comment peut-on ranker sur les moteurs GenAI ?

## GEO technique

-  Indexation & découvrabilité
-  Schema Markup
-  Sémantique HTML

## GEO de contenus

-  Stratégies de contenus
-  Structure du contenu
-  Écriture optimisée pour LLM

## GEO off-site

-  Mentions et co-occurrence
-  Renforcement de l'EEAT
-  Présence dans médias nationaux

# 1. Optimisation des schémas

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                        |                            |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| WebPage                                       |                                                                                                                                                                                                                                        | 0 ERREUR 0 AVERTISSEMENT ^ |
| ID: https://ticketfleetpro.fr/notre-solution/ |                                                                                                                                                                                                                                        |                            |
| @type                                         | WebPage                                                                                                                                                                                                                                |                            |
| @id                                           | https://ticketfleetpro.fr/notre-solution/                                                                                                                                                                                              |                            |
| url                                           | https://ticketfleetpro.fr/notre-solution/                                                                                                                                                                                              |                            |
| name                                          | Carte carburant Ticket Fleet Pro : avantages et services                                                                                                                                                                               |                            |
| datePublished                                 | 2022-11-09T23:07:35+00:00                                                                                                                                                                                                              |                            |
| dateModified                                  | 2025-09-16T09:02:44+00:00                                                                                                                                                                                                              |                            |
| description                                   | Tous les avantages et services de la carte carburant multi-enseignes Ticket Fleet Pro : un réseau de plus de 5 000 stations services partout en France, outils de gestion de flotte et services additionnels de péage, parking, lavage |                            |
| inLanguage                                    | fr-FR                                                                                                                                                                                                                                  |                            |
| isPartOf                                      |                                                                                                                                                                                                                                        |                            |
| @type                                         | WebSite                                                                                                                                                                                                                                |                            |
| @id                                           | https://ticketfleetpro.fr/#website                                                                                                                                                                                                     |                            |
| url                                           | https://ticketfleetpro.fr/                                                                                                                                                                                                             |                            |

Globalement, les schémas des pages des sites doivent être optimisés :

- Cela favorise un meilleur SEO et un meilleur EEAT (Expertise, experience Authoritativeness (Autorité) et Trustworthyness (Fiabilité), donc une plus grande propension à être utilisé par AI Overview et AI mode.
- Cela permet au LLM qui explore la page de mieux comprendre son contenu et d'augmenter leur usage dans les réponses et de limiter les hallucinations.

Résultat : Optimiser au maximum l'ensemble des templates de pages avec des schémas poussés et compréhensible pour les robots

Enrichir les item « Author » avec les propriétés SameAs avec les profils linkedin pour crédibiliser



# 2 . IndexNow

Take control of your SEO game with real-time indexing

Don't wait for crawlers! Elevate your website's performance and visibility with immediate content updates in multiple search engines.

Get Started

| Type d'erreur de SEO | Gravité ↓ | Nombre de pages |
|----------------------|-----------|-----------------|
| IndexNow non adopté  | Élevé     | -               |

1 ligne

Gravité ↓

Élevé

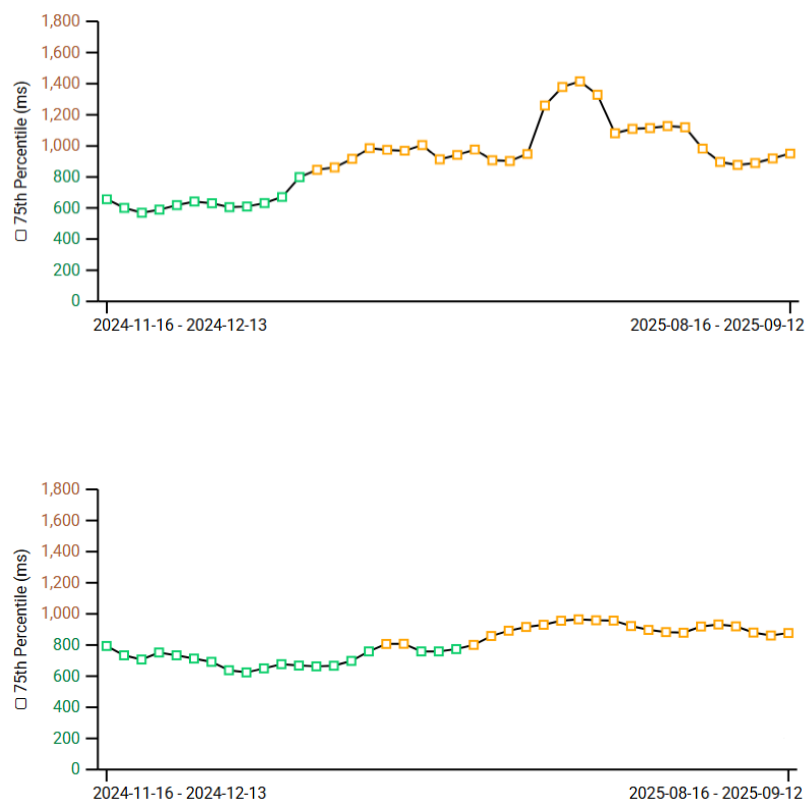
Aujourd'hui, publier un contenu ne suffit plus : il faut qu'il soit rapidement découvert et indexé par les moteurs.

Des outils comme l'API IndexNow permettent de notifier automatiquement les moteurs comme Bing dès qu'un contenu est publié ou mis à jour.

Résultat : une indexation accélérée et une meilleure visibilité, notamment dans les interfaces comme ChatGPT qui s'appuient sur Bing pour alimenter leurs réponses.



### 3. Améliorer le TTFB\*



Un TTFB élevé retarde la première réponse que peut générer le modèle. Il va donc privilégier les sources plus rapides s'il en trouve, et abandonner l'exploration des pages lentes.

Il est donc primordial de pouvoir livrer le contenu très rapidement aux bots des LLMs

Résultat :

- Utiliser des caches coté serveurs
- Limiter le poids de pages + compression
- OCSP Stapling...
- Utiliser le protocole HTTP3

\*Time to first byte, temps de chargement jusqu'au 1er octet



## 4 . Contenu - checklist GEO

- Title Optimisée → **KO**
- H1 Optimisé → **KO**
- Contenu bien structuré → **KO**
- Questions dans Hn → **KO**
- Réponses directes aux questions → **KO**
- Date de publication / mise à jour → **KO**
- Description / résumé claire et succinct → **KO**
- Section « En bref » → **KO**
- Section « à retenir » → **KO**
- Utilisation de listes ou/et de tables → **KO**
- Utilisation d'un sommaire → **KO**
- Utilisation de citations → **KO**
- Présence de contenu multi-modal (vidéo, galerie photo, infographies...) → **KO**
- Sources extérieures → **KO**
- Call-to-action → **À approfondir**
- Boutons « résumer avec » IA → **KO**

Si les bonnes pratiques SEO sont un pré-requis, ce n'est pas suffisant pour être repris sur les moteurs IA

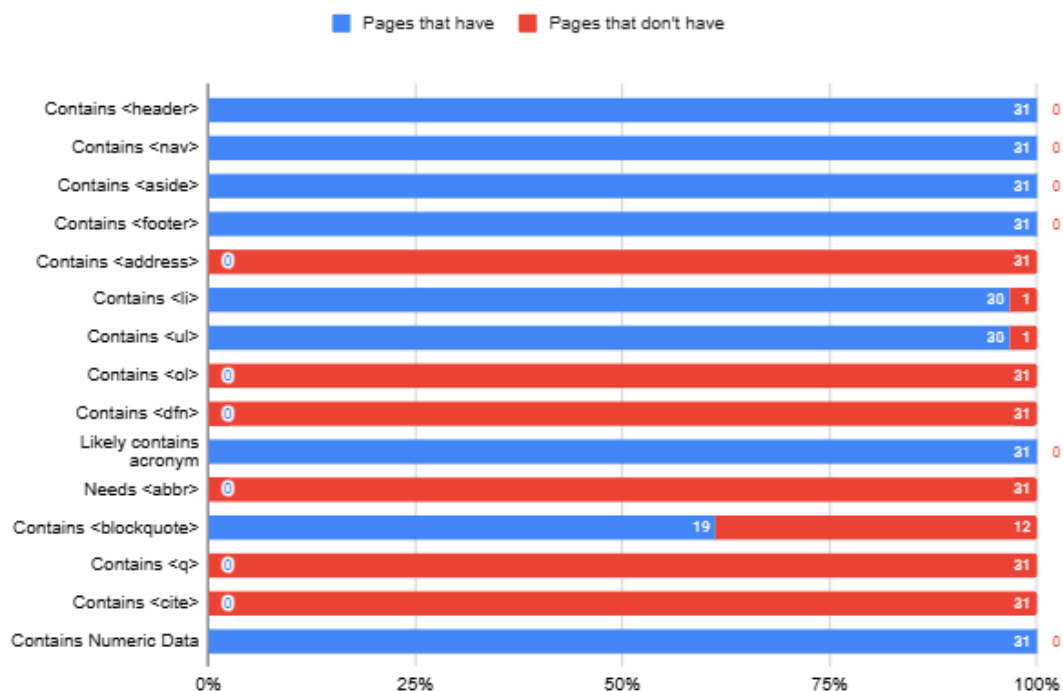
Il faut s'assurer d'optimiser ses méta données et structures Hn

Et proposer du contenu qui réponde aux types de requêtes



## 5. Rendez vos contenus lisibles... par l'humain et par l'IA

Pages that have and Pages that don't have



Les moteurs de GenIA n'analysent plus seulement les mots, ils cherchent à [comprendre](#).

Un HTML5 clair et bien organisé permet aux moteurs de GenIA de :

- Saisir la hiérarchie des informations
- Identifier les passages importants, les définitions, les citations, les sources.

Cela améliore non seulement la compréhension sémantique, mais augmente aussi les chances que votre contenu soit utilisé.

À l'inverse, un contenu mal balisé reste flou et perd en crédibilité notamment dans une [logique E-E-A-T](#).



# 6 . Comment transformer des mots-clés en requêtes Gen IA ?

| Choose a Keyword                | Monthly volume | Prompts                                                                                | Associated keyword |
|---------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| agence SEO                      | 2100           | Comment choisir la meilleure agence SEO pour mon site ?                                | agence SEO         |
| Agence de référencement naturel |                | Quelles sont les critères pour comparer différentes agences SEO en 2025 ?              | agence SEO         |
|                                 |                | Combien coûte en général une prestation SEO annuelle avec une agence professionnelle ? | agence SEO         |

Nous automatisons la transformation d'un mot-clé en plusieurs questions naturelles, en nous basant sur un profil type correspondant à notre audience cible.

L'idée est de reproduire la manière dont cet utilisateur **poserait réellement ses questions** à un moteur de GenIA, afin d'identifier les intentions de recherche concrètes et adapter nos contenus en conséquence.



# 7. Êtes-vous alignés avec les vraies questions que posent les utilisateurs ?

## Quelles sont les meilleures agences de SEO pour faire du GEO

| Adresse                                                                                                       | Titre                                                           | Score        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------|
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-geo/">https://www.eskimoze.fr/agence-geo/</a>                         | Agence GEO Generative Engine Optimization - Eskimoze            | 0.854423634  |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-bordeaux/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-bordeaux/</a>       | Agence SEO Bordeaux - Conseil en référencement naturel          | 0.801159935  |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/gestion-des-cookies/">https://www.eskimoze.fr/gestion-des-cookies/</a>       | Gestion des cookies -                                           | 0.8000776797 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-toulouse/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-toulouse/</a>       | Agence de Référencement Naturel SEO à Toulouse                  | 0.7998976205 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-espagne/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-espagne/</a>         | Agence SEO en Espagne : votre expert en référencement naturel   | 0.7969415511 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-italie/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-italie/</a>           | Agence SEO en Italie : votre agence de référencement naturel    | 0.7969415511 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-allemande/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-allemande/</a>     | Agence SEO en Allemagne : votre expert du référencement naturel | 0.7969415511 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-royaume-uni/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-royaume-uni/</a> | Agence SEO au Royaume-Uni : vos experts en référencement        | 0.7969415511 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/plateforme-netlinking/">https://www.eskimoze.fr/plateforme-netlinking/</a>   | Top 10 des meilleures plateformes de Netlinking !               | 0.7962294252 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/indexer-site-google/">https://www.eskimoze.fr/indexer-site-google/</a>       | Comment indexer son site sur Google ?                           | 0.7952543681 |

## Quelles sont les meilleures agences de référencement naturel en France ?

| Adresse                                                                                                                                       | Titre                                                              | Score        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------|
| <a href="https://www.eskimoze.fr/referencement-naturel/">https://www.eskimoze.fr/referencement-naturel/</a>                                   | Référencement naturel Google : comment référencer son site ?       | 0.7097703395 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-sea-lyon/">https://www.eskimoze.fr/agence-sea-lyon/</a>                                               | Agence SEA à Lyon - Eskimoze                                       | 0.6672757093 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/referencement-amazon/">https://www.eskimoze.fr/referencement-amazon/</a>                                     | Référencement Amazon : comment être bien référencé ?               | 0.6567077895 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-toulouse/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-toulouse/</a>                                       | Agence de Référencement Naturel SEO à Toulouse                     | 0.6537285264 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/agence-seo-reims/">https://www.eskimoze.fr/agence-seo-reims/</a>                                             | Agence de Référencement Naturel SEO à Reims                        | 0.6462741552 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/plateforme-netlinking/">https://www.eskimoze.fr/plateforme-netlinking/</a>                                   | Top 10 des meilleures plateformes de Netlinking !                  | 0.6438286614 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/signification-des-couleurs/">https://www.eskimoze.fr/signification-des-couleurs/</a>                         | La signification des couleurs appliquée au marketing !             | 0.6421649197 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/contact/">https://www.eskimoze.fr/contact/</a>                                                               | Nous contacter -                                                   | 0.6413764662 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/author-rank-lavenir-defini-par-google/">https://www.eskimoze.fr/author-rank-lavenir-defini-par-google/</a>   | L'Author Rank : La réputation d'un auteur et son impact sur le SEO | 0.6383731204 |
| <a href="https://www.eskimoze.fr/google-my-business-referencement-local/">https://www.eskimoze.fr/google-my-business-referencement-local/</a> | Google My Business : Outil de référencement local pour les PME     | 0.6377060928 |

Avec l'IA générative, ce ne sont plus simplement les mots-clés qui comptent, mais la capacité d'un contenu à répondre de façon précise à une intention réelle.

Certaines pages dites "stratégiques" ne traitent pas suffisamment en profondeur les sujets ou manquent de fraîcheur perçue. À l'inverse, des pages moins visibles, parfois anciennes, peuvent mieux répondre à ces nouvelles requêtes... sans pour autant générer de trafic.

Il est donc devenu indispensable d'adapter vos contenus à ces nouvelles intentions.



## 8. Travaillez vos mentions pour exister dans les réponses IA

Les IA ne cliquent pas : elles citent. Pour être visibles, les marques doivent être mentionnées dans les bonnes sources.

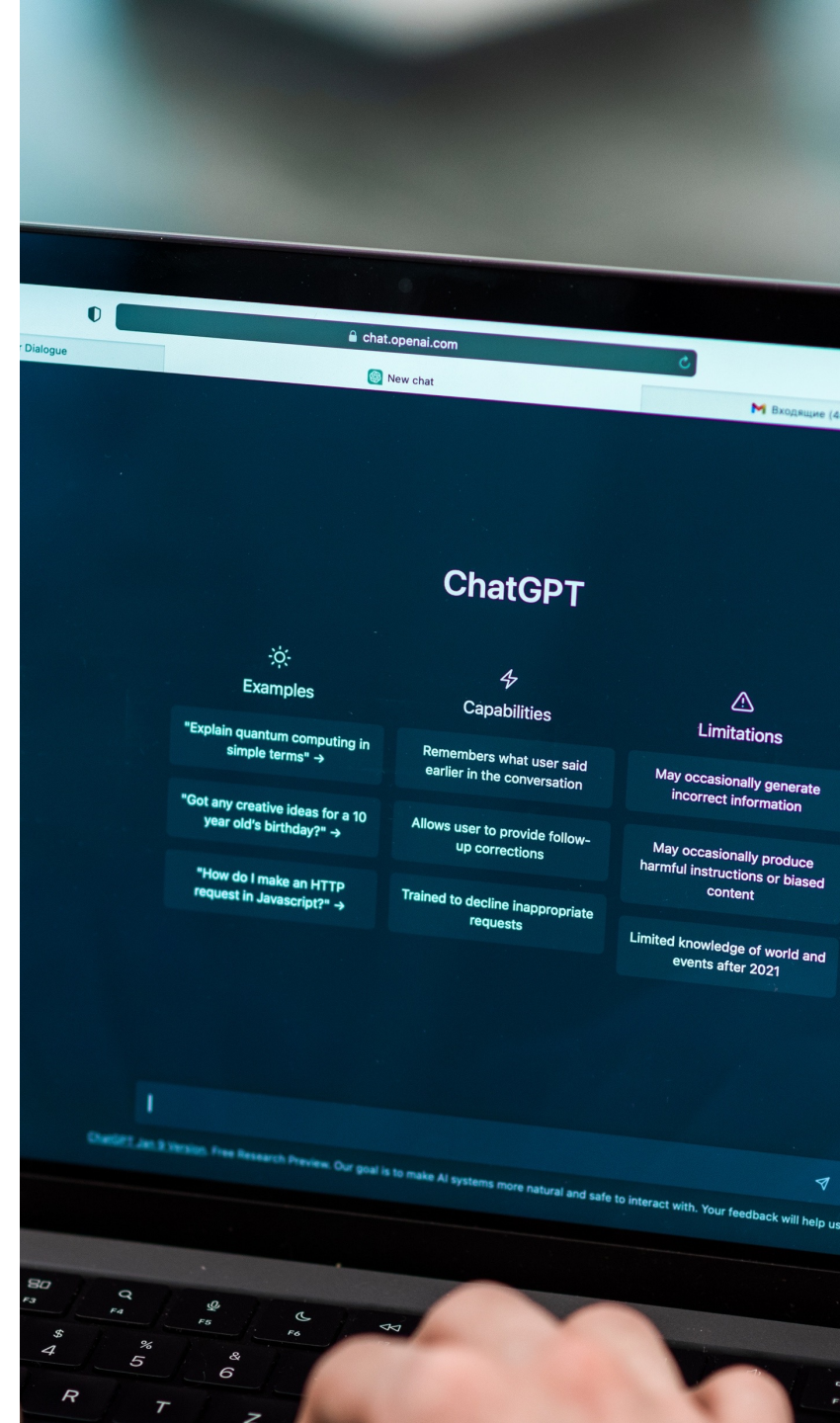
### Points clés :

- Être cité dans les médias, études et contenus d'expertise reconnus par les IA
- Produire des contenus à fort potentiel de reprise : guides, données exclusives, FAQ, schémas
- Miser sur des campagnes RP orientées notoriété et crédibilité sectorielle
- Faire de votre marque un réflexe dans les réponses générées par les IA
- C'est une opportunité de visibilité organique non dépendante du SEO classique.



### Recommandation

Ne misez plus uniquement sur votre site. Travaillez aussi votre présence dans les sources que les IA consultent pour devenir une réponse, pas juste un résultat.



## 9 . Devenez une source

**Agence GEO :**  
**Generative Engine**  
**Optimization à Paris**

Boostez dès aujourd'hui votre visibilité sur les moteurs de recherche IA comme ChatGPT et Perplexity.

[Parler à un expert GEO →](#)

anner MAISONS DU MONDE swile L'ORÉAL

Partager sur  
f t in

Résumer avec  
ChatGPT Perplexity Claude Mistral

5.0 ★★★★★  
28 avis

Si les moteurs de GenIA font la part belle aujourd'hui aux éditeurs et plateformes UGC, les marques peuvent également devenir des sources.

C'est l'idéal, car vous revenez la source d'autorité et maîtrisez ainsi le discours

- Reproduire le contenu qui est vue comme source par les LLM
- Travailler les occurrences de marques
- Ingérer son contenu dans ChatGPT et consort

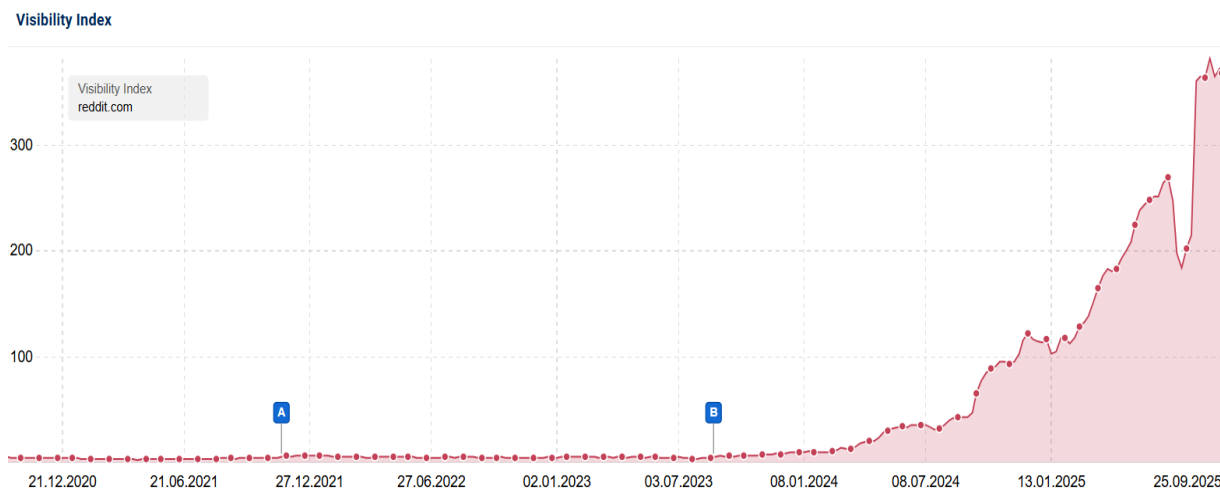


## 10 . Animer les communautés hors site: Reddit, site d'avis, RS etc?

Reddit a explosé en termes de visibilité SEO depuis son partenariat avec Google début 2024.

Reddit ressort énormément sur les moteurs LLM = double enjeu.

- Identifier les subreddits vous mentionnant et / ou vos concurrents
- Prendre la parole de manière officielle avec un ambassadeur identifié et identifiable
- Apporter une expertise sur la thématique des cartes de carburants...



GEO

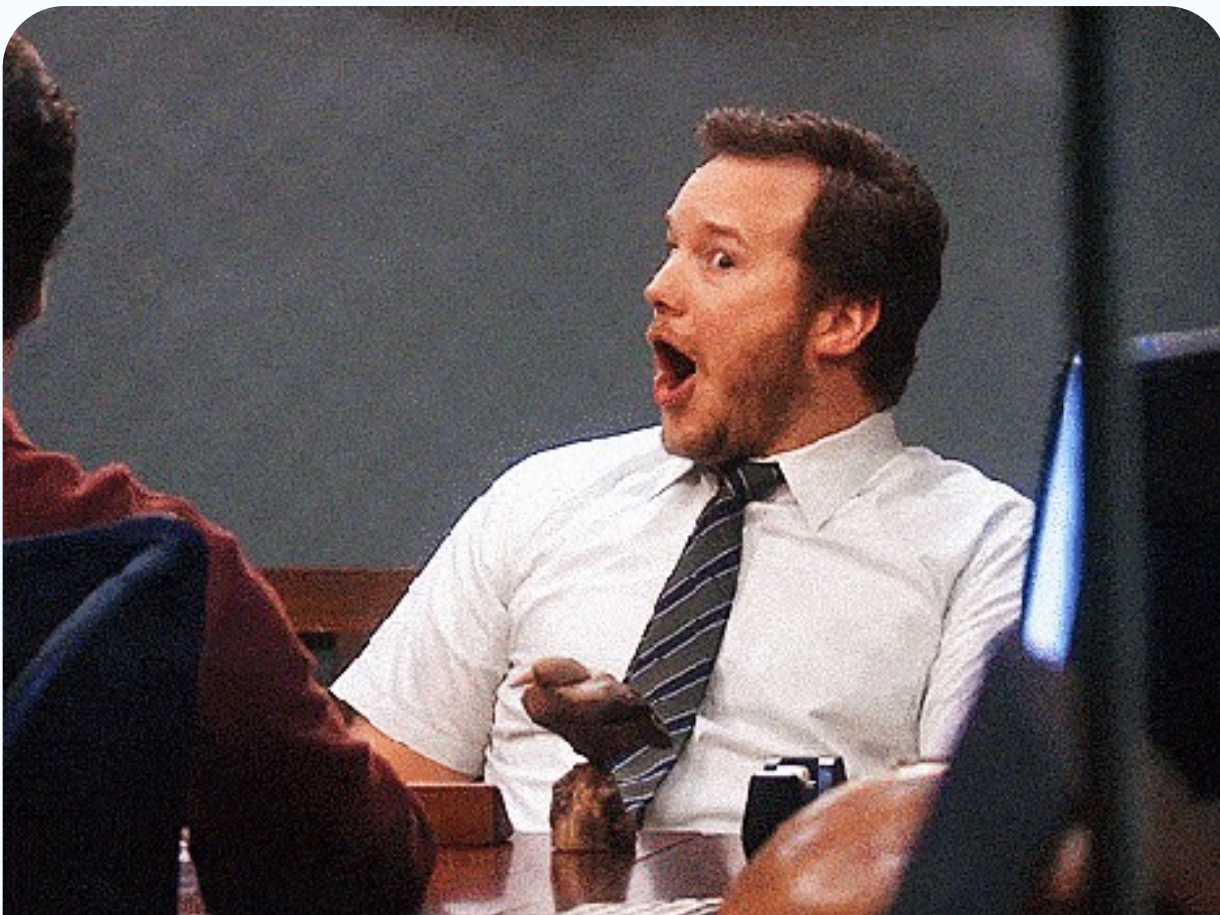
**Au fait...**

**Est-ce qu'on n'avait pas parlé d'une  
surprise ? ❄️**



GEO

## La surprise, la surprise !





LA SURPRISE



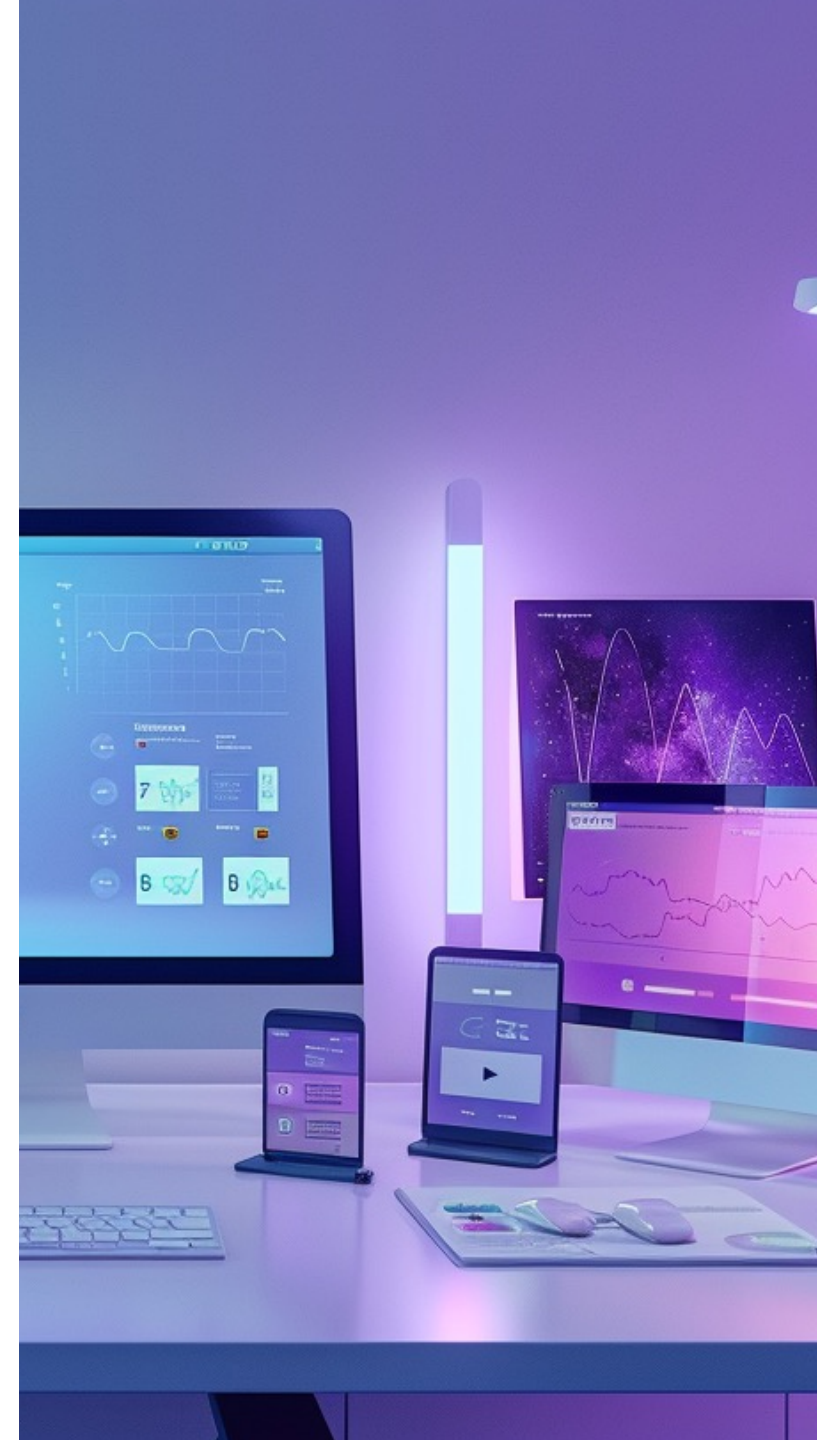
# Eskimoz lance son podcast Icebreaker ❄️





# • Sommaire

01. Etat des lieux du marché : où en est le GEO ?
02. Comment sont construits les baromètres GEO ?
03. Présentation des baromètres GEO by Eskimoz
04. Best practices : comment ranker sur ChatGPT ?
05. Conclusion + Q&A : posez vos questions en live !







Télécharger →



Télécharger →

## Comment adapter sa stratégie SEA face à la généralisation de l'IA

Participer →

## Et tous nos prochains événements !

- La semaine prochaine à l'EBG La Rochelle
- Le **23/10** à Lille pour une masterclass GEO
- Le 28/10 pour une grande keynote chez Google
- Le 6/11 à Bordeaux avec Cultura et ManoMano
- Et de nombreux autres encore !



G E O

# Envie d'aller plus loin ?

[Faire un audit GEO](#)[Augmenter votre trafic SEO](#)[Paramétrer un tracking fiable](#)[Externaliser votre studio créa...](#)[Voir l'outil LLM Ranking en action](#)[Améliorer votre ROAS](#)[Gagner des points de conversion](#)



POUR ALLER PLUS LOIN



Prenez RDV avec un expert  
de l'équipe **Eskimoz**

RDV sur [Eskimoz.fr/contact](https://Eskimoz.fr/contact)



G E O

## Q&A

**Posez-nous vos questions ! ❄️**



Three fluffy penguin chicks, likely Emperor penguins, are standing in a row on a snowy surface. They have white downy bodies, black heads with white eye-rings, and small black beaks. Their heads are topped with a dusting of snow. The background is a bright blue sky with wispy white clouds. The overall mood is serene and cold.

Merci et à bientôt !

PS : pensez à nous donner votre avis