

SEO, GEO & AEO

Comprendre la nouvelle visibilité digitale

Ce que tout dirigeant d'entreprise BTP doit savoir pour être trouvé par ses prochains clients — sur Google comme sur les moteurs à intelligence artificielle.

CONTEXTE

La façon de chercher a changé

— AVANT — SEO CLASSIQUE

- Le client tape « **maçon Mâcon** » dans Google
- Il obtient une **liste de liens bleus** — il clique, compare les sites
- Il appelle l'entreprise bien positionnée en page 1

Toujours valable pour les recherches locales urgentes



— AUJOURD'HUI — IA GÉNÉRATIVE

- Le client demande à **ChatGPT** ou **Google IA** : « Quel artisan pour une rénovation à Chalon ? »
- L'IA génère une **réponse directe** en citant 1 à 3 entreprises comme références
- **Pas de clic** sur d'autres sites — décision rapide, appel direct

Tendance croissante — ça s'accélère en 2025

Le SEO — votre présence sur Google

Le **Search Engine Optimization** (référencement naturel) regroupe toutes les techniques pour apparaître en bonne position dans les résultats Google.

01

Mots-clés locaux

"maçon Mâcon", "entreprise BTP Chalon-sur-Saône", "ravalement façade 71"... Vos clients tapent des requêtes précises — vous devez y répondre avec des pages dédiées.

Fondation du référencement local

02

Google My Business

Votre carte de visite digitale : horaires, photos de chantiers, avis clients, zone d'intervention. C'est ce que Google affiche en priorité pour les recherches locales.

Gratuit · Impact rapide

03

Contenu & avis clients

Des pages de qualité sur vos métiers (gros œuvre, rénovation, charpente...), des avis authentiques, des réalisations photographiées : c'est ce qui vous démarque durablement.

Délai : 3 à 12 mois

GEO & AEO — être cité par les IA

GEO — Generative Engine Optimization

Optimiser son contenu pour être **sélectionné et cité** dans les réponses générées par les IA conversationnelles : ChatGPT, Perplexity, Gemini. Ces moteurs synthétisent des informations et recommandent des sources.

AEO — Answer Engine Optimization

Optimiser pour obtenir la **réponse directe** affichée en tête de Google : position zéro, AI Overview, recherche vocale. L'utilisateur n'a plus besoin de chercher plus loin.

LES MOTEURS CONCERNÉS

- **Google AI Overview**
Réponse IA en tête des résultats Google
- **ChatGPT**
500 M d'utilisateurs hebdomadaires en 2025
- **Perplexity AI**
Moteur de recherche 100 % IA avec citations
- **Gemini · Bing Copilot**
IA de Google et Microsoft intégrées à la recherche

GEO et AEO représentent la même logique : devenir la source de référence que l'IA cite spontanément.

DONNÉES 2025

Les chiffres qui changent tout

39%

des Français utilisent déjà l'IA pour leurs recherches

Source : IPSOS France, 2025

+527%

de trafic référé par les IA en un an

Source : Previsible, 2025

69%

des recherches Google ne génèrent plus aucun clic vers un site

Source : Similarweb, mai 2025

−25%

de volume de recherche Google attendu d'ici fin 2026

Source : Gartner, 2025

COMPARATIF

SEO vs GEO / AEO

	SEO	GEO / AEO
Objectif	Apparaître en page 1 de Google	Être cité dans une réponse IA
Canal	Google Search (90 % du marché)	ChatGPT, Perplexity, AI Overview, Gemini
Résultat visible	Lien cliquable dans la liste de résultats	Réponse directe, parfois avec citation
Ce qui compte	Mots-clés, liens entrants, site technique	Contenu structuré, FAQ, autorité, avis
Délai de résultats	3 à 12 mois	1 à 3 mois
Priorité BTP local	Indispensable aujourd'hui	Croissant — investir dès maintenant

L'enjeu pour le BTP en Saône-et-Loire

Bonne nouvelle côté SEO local

Les recherches locales déclenchent **beaucoup moins** d'AI Overviews que les autres requêtes (7,9 % vs 22,8 %). Pour « plombier urgence Mâcon » ou « maçon 71 », Google affiche encore le pack local classique — vos fiches GMB et votre SEO conservent toute leur valeur.

Mais le GEO/AEO arrive vite

Avant d'appeler un artisan, vos clients font de plus en plus une **recherche de fond sur l'IA** : « Comment choisir une entreprise de rénovation ? Quel budget ? Quelles questions poser ? » — C'est là que vous pouvez être cité en premier.

REQUÊTES TYPES DE VOS CLIENTS

→ SEO LOCAL · GOOGLE

*"maçon Chalon-sur-Saône", "entreprise BTP 71",
"artisan ravalement Mâcon"*

→ GEO/AEO · IA

*"comment choisir une entreprise de rénovation",
"prix moyen ravalement façade", "quels artisans BTP
en Bourgogne"*

→ AI OVERVIEW · GOOGLE DIRECT

*"devis gros œuvre Saône-et-Loire", "rénovation
toiture prix 2025"*

RECOMMANDATION

La stratégie : combiner les deux

COUCHE 1

SEO

La fondation

- Fiche Google My Business complète et active
- Site rapide, mobile, pages métiers par ville
- Collecte régulière d'avis Google

Priorité immédiate

+

COUCHE 2

GEO / AEO

L'amplificateur

- Pages FAQ sur vos métiers (questions clients fréquentes)
- Études de cas chantiers avec données chiffrées
- Contenu structuré, informatif, vérifiable

Avantage concurrentiel durable

=

RÉSULTAT

Visibilité complète

Sur tous les canaux

- Visible sur Google aujourd'hui
- Cité par les IA demain
- Référence de confiance dans votre secteur local

Plan d'action en 5 étapes

01 Fiche Google My Business

Complétez et activez votre fiche : photos de chantiers, horaires, zone d'intervention, description des métiers. Répondez à chaque avis.

SEO · Impact rapide · Gratuit

02 Créer une page FAQ

Répondez aux 10 questions les plus fréquentes de vos clients sur votre site. Format structuré, idéal pour être cité par les IA.

GEO · AEO · Contenu structuré

03 Collecter des avis clients

Les avis sont un signal de confiance pour Google comme pour les IA. Demandez systématiquement un avis après chaque chantier terminé.

SEO · GEO · Autorité

04 Publier des études de cas

Une page par type de chantier : photos, description, surface, délai, résultat chiffré. Ce contenu riche est exactement ce que les IA citent.

GEO · Données · Crédibilité

05 S'assurer que votre site est rapide, mobile et à jour

Un site lent ou non adapté au mobile pénalise votre SEO et vos chances d'être indexé par les IA. Vérifiez Google PageSpeed Insights et assurez-vous que vos coordonnées et services sont à jour.

SEO · GEO · Technique · Prioritaire

Ce qu'il faut retenir

1

Le SEO reste indispensable

Google représente encore 90 % du marché de la recherche. Votre fiche Google My Business et vos pages locales sont votre priorité numéro un — elles restent la porte d'entrée principale de vos clients.

2

L'IA est déjà là

39 % des Français utilisent déjà l'IA pour leurs recherches. Vos futurs clients posent des questions à ChatGPT avant de vous appeler. Être cité dans une réponse IA, c'est être choisi avant même le premier contact.

3

Commencez maintenant

Les parts de marché GEO/AEO sont encore à conquérir en 2025. Agir maintenant offre un avantage concurrentiel durable sur les concurrents qui n'ont pas encore bougé.