

LUMINA · GEO

Comment être recommandé par ChatGPT en 2026

Le guide pour comprendre comment les IA choisissent
les entreprises qu'elles citent — et comment vous positionner

GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION

Guide pratique — Lumina-GEO

Le constat

Vos clients potentiels ne cherchent plus seulement sur Google. Une part croissante des dirigeants et particuliers pose désormais ses questions directement à une intelligence artificielle avant de chercher un prestataire.

32%

des PME et ETI françaises utilisent déjà ChatGPT dans leurs processus quotidiens (Médiamétrie / Sortlist, 2026).

44%

des cadres consultent une IA générative avant de choisir un prestataire (FEVAD / Odoxa, février 2026).

Concrètement, un dirigeant tape aujourd'hui : « quel expert-comptable recommandes-tu pour une TPE à Lyon » — et l'IA répond avec deux ou trois noms. Soit vous en faites partie, soit vous êtes invisible, même si votre site est parfaitement référencé sur Google.

La question n'est plus si vos clients utilisent l'IA. C'est si vous apparaissez dans la réponse.

Étude de cas — avant optimisation

Un cabinet d'expertise juridique de la région lyonnaise, en exercice depuis 25 ans.

Avant toute optimisation, nous avons testé sa visibilité sur des requêtes réelles que ses clients potentiels tapent chaque jour :

- « Quel avocat recommandes-tu à Lyon ? »
- « Quel avocat pour un licenciement abusif à Lyon ? »
- « Quel avocat pour un divorce à Lyon ? »

SCORE DE VISIBILITÉ IA — AVANT

44 /100

Le cabinet n'apparaissait dans aucune des réponses testées. Les causes identifiées étaient précises, pas vagues :

- aucune page ne présentait le titre professionnel ni le numéro d'inscription à l'Ordre du dirigeant
- les fiches sur les annuaires professionnels étaient incomplètes ou incohérentes entre elles
- le site ne répondait à aucune question précise que ses clients se posent réellement

Comment une IA décide de citer une source

Une IA générative ne fonctionne pas comme un moteur de recherche classique. Elle passe par deux étapes bien distinctes.

1. Être trouvée

Le contenu doit être structuré, à jour, et répondre clairement à une question précise que se pose un client potentiel.

2. Être citée

Une fois trouvé, le contenu doit contenir des faits précis et vérifiables, des signaux d'expertise clairs, et si possible des données propres à l'entreprise.

Un site peut être parfaitement trouvable et pourtant ne jamais être cité, parce qu'il manque de substance vérifiable. C'est l'erreur la plus fréquente que nous observons.

Les 4 piliers du GEO

1. Structure du site

Contenu en questions-réponses claires, cohérence du nom et de l'adresse partout, pages dédiées par service et par ville.

2. Présence tierce

Annuaire professionnels à jour, avis clients réels, mentions presse ou sectorielles.

3. Crédibilité

Expertise démontrée (titres, numéro d'inscription professionnelle), faits précis et vérifiables plutôt que des formules vagues.

4. Vérification continue

Tester régulièrement sa visibilité sur les principales IA — ChatGPT, Perplexity, Gemini — pas une seule fois.

Le même cabinet, trois mois plus tard

Après un travail ciblé sur les quatre piliers — contenu Q&A créé, annuaires corrigés, signaux d'expertise ajoutés — nous avons retesté les mêmes requêtes.

SCORE DE VISIBILITÉ IA — APRÈS

85 /100

Le cabinet apparaît désormais en première position sur deux des trois requêtes testées, avec une présentation exacte de ses services et de son positionnement.

+41 points en trois mois, sans changer de métier ni de clientèle — uniquement en rendant l'expertise déjà réelle du cabinet lisible par les IA.

5 signaux à vérifier vous-même, en 10 minutes

1

Tapez votre métier + votre ville dans ChatGPT ou Perplexity. Apparaissiez-vous ?

2

Votre fiche Google Business est-elle à jour et cohérente avec votre site ?

3

Une page de votre site répond-elle clairement à une question précise que vos clients se posent ?

4

Votre nom, votre titre professionnel et votre numéro d'inscription sont-ils visibles quelque part sur votre site ?

5

Avez-vous des avis clients récents et cohérents avec votre positionnement ?

Si vous avez répondu non à deux questions ou plus, votre visibilité IA est probablement à construire.

Passons à l'audit de votre cabinet

Nous proposons un audit de visibilité IA basé sur des requêtes réelles testées sur ChatGPT, Perplexity et Gemini, avec un diagnostic précis des causes et un plan d'action concret.

contact@lumina-geo.com