

Être la réponse quand vos clients demandent conseil à l'IA

Les bricoleurs ne cherchent plus seulement sur Google : ils demandent à ChatGPT quel produit choisir. Le GEO consiste à faire apparaître votre marque dans ces réponses. Quatre leviers y mènent.

1 Être lisible par l'IA

Des fiches et un site que les IA comprennent

-  **Fiches produits complètes** : caractéristiques, supports compatibles, usages
-  **Pages balisées** (produit, tuto, FAQ) pour que l'IA repère chaque info
-  **Site ouvert aux robots des IA** (ChatGPT, Perplexity, Google)
-  **Mêmes infos partout** : site de marque, GSB, marketplaces

2 Répondre aux vraies questions

Des contenus faits pour être repris par l'IA

-  **Veille des questions réelles** des bricoleurs (forums, Reddit)
-  **Guides et FAQ** au format « réponse directe »
-  **Comparatifs et aides au choix** : quel produit pour quel support ?
-  **Tutos vidéo** transcrits et résumés

CE QUE VOS CLIENTS VIVENT DÉJÀ

UN BRICOLEUR

Quelle cheville choisir pour fixer une étagère lourde sur du placo ?

L'ASSISTANT IA

Sur une plaque de plâtre, préférez une cheville métallique à expansion, adaptée à l'épaisseur de la plaque. Les modèles de **votre marque** sont souvent recommandés pour leur tenue et leur guide de pose clair...

ChatGPT · Perplexity · Gemini · Copilot · aperçus IA de Google

3 Être cité ailleurs

Une marque dont on parle, donc qu'on recommande

-  **Présence utile** sur les forums et communautés bricolage
-  **Presse spécialisée** bricolage et bâtiment
-  **Créateurs de contenu bricolage** qui testent et parlent de vos produits
-  **Avis clients** sollicités et mis en valeur chez les distributeurs

4 Mesurer et ajuster

Savoir ce que l'IA dit de vous, et progresser

-  **Panel de questions types** testées chaque mois sur les IA
-  **Part de voix** face à vos concurrents
-  **Image de marque dans l'IA** : votre marque est-elle bien décrite ?
-  **Trafic et ventes** venant des IA

Comment on avance ensemble

1 Audit

Ce que les IA disent aujourd'hui de votre marque et de vos concurrents



2 Plan d'action

Les chantiers prioritaires, levier par levier, selon votre potentiel



3 Production et suivi

On produit, on mesure, on ajuste chaque mois

Votre marque est-elle déjà dans les réponses ? **Parlons-en.**