

Être trouvé sur Google. Être cité par les IA.

Le guide pour que vos futurs clients vous trouvent, sur Google
comme dans ChatGPT.

🔍 Quel caviste à Annecy propose des vins du Jura et ouvre le samedi ?

● RÉPONSE DE L'ASSISTANT

Trois cavistes correspondent à votre recherche :

1

Votre cave

Vins du Jura, dégustations, ouverte le samedi

Source : votre site

2

3

Un plan concret, en 30 jours.

Des exemples pour votre métier.

Des actions à faire cette semaine.

1. Votre fiche Google.

Une fiche précise aide Google à comprendre votre métier, votre adresse et votre activité.¹

LES TROIS CRITÈRES DU CLASSEMENT LOCAL, SELON GOOGLE



Pertinence

Votre activité correspond à la recherche.



Distance

Votre emplacement compte dans la recherche.



Notoriété

Votre présence et votre réputation sont évaluées.

LES RÉGLAGES UTILES

- 1 **Catégories.** Une principale, puis les activités vraiment proposées.
- 2 **Description.** Vos spécialités et votre savoir-faire, en termes simples.
- 3 **Horaires.** L'ouverture habituelle, les dimanches et les jours exceptionnels.
- 4 **Produits et services.** Ce que vos clients peuvent demander.
- 5 **Photos et publications.** Des informations tenues à jour.

OÙ LA MODIFIER

Cherchez le nom de votre commerce sur Google ou sur Google Maps, connecté à votre compte, puis choisissez « Modifier le profil ». C'est gratuit.



Boucherie des Halles

★★★★★ 4,8 (126 avis)
Boucherie, Lyon

- | | | |
|---|-------------|--|
| 1 | Catégories | Boucherie, Traiteur |
| 2 | Description | Bœuf maturé, volailles fermières, plateaux sur commande. |
| 3 | Horaires | Dimanche : 8 h – 12 h |
| 4 | Services | Commandes, plateaux |
| 5 | Photos | Devanture, produits |

Cette semaine

À cocher une fois fait.



Vérifiez vos catégories, vos horaires et vos coordonnées.



Actualisez vos produits, vos services et vos photos.

2. Répondre aux questions

Avoir des articles de site qui répondent à des questions spécifiques.^{2, 3}

EXEMPLE POUR UNE BOUCHERIE



LES BASES D'UNE PAGE UTILE

- ✓ Un titre clair par prestation, et une page qui s'affiche vite sur téléphone.
- ✓ Les mêmes coordonnées que sur votre fiche Google, au caractère près.
- ✓ Le balisage LocalBusiness et Google Search Console, mis en place avec votre prestataire.³

EXEMPLE D'ARTICLE

Combien de viande prévoir par personne pour un barbecue ?

Comptez 200 à 250 g de viande par adulte, un peu moins si vous servez plusieurs accompagnements.



La réponse arrive dès la première phrase. Le détail vient ensuite.

Cette semaine

À cocher une fois fait.

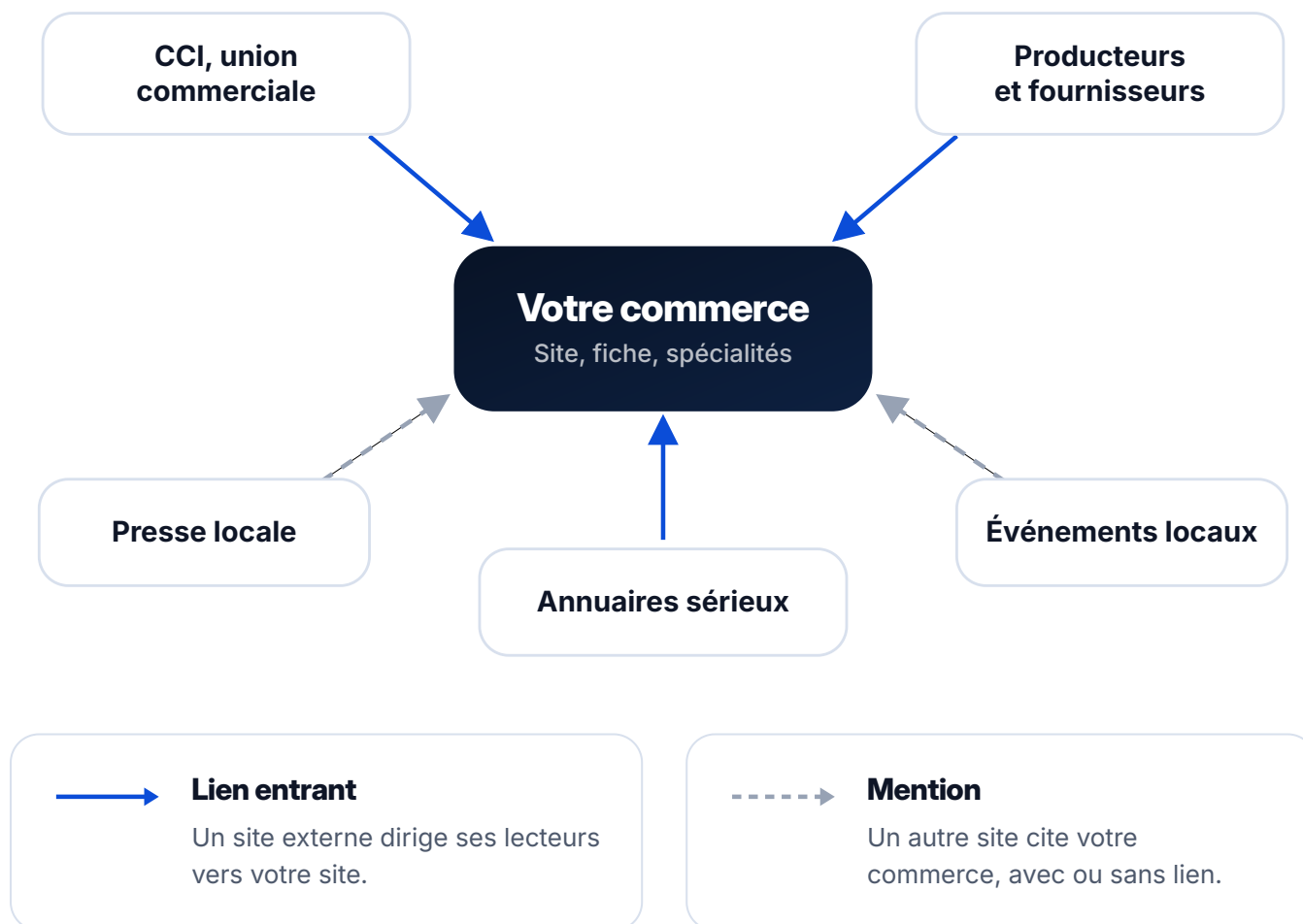
☐ Ouvrez votre site sur téléphone et contrôlez les informations pratiques.

☐ Préparez une réponse courte à une vraie question de client.

3. Les liens et les mentions.

Vos partenaires et vos sources locales peuvent confirmer votre présence sur le web.^{2, 4}

UNE PRÉSENCE LOCALE QUI SE RECOUPE



Exemples. Un fromager figure sur le site de son affineur. Un caviste apparaît dans le programme d'un salon des vins.

À éviter : acheter des liens pour manipuler le classement, ou passer par des réseaux de sites artificiels.⁴

Cette semaine

À cocher une fois fait.

☐

Repérez trois partenaires susceptibles de vous citer.

☐

Contrôlez vos coordonnées dans les annuaires existants.

1. Vos clients posent des questions plus précises.

Une recherche détaillée permet de mettre en avant une spécialité, un service ou un horaire.

FRANCE

48%

des Français ont utilisé une IA générative en 2025 pour des recherches locales, contre 20 % en 2023.⁵

FRANCE

56,6%

ont utilisé au moins un service d'IA en avril 2026.⁶

ÉTATS-UNIS

x3

Une recherche en Mode IA est en moyenne trois fois plus longue qu'une recherche classique.⁷

LA QUESTION DEVIENT PLUS PRÉCISE

Q Caviste à Annecy



Q Quel caviste à **Annecy** propose des **vins du Jura** et ouvre **le samedi** ?

Pour un commerce : indiquez la spécialité, la ville, la proximité et les horaires.⁸

RESSORTIR SUR GOOGLE

Le **SEO** rend votre site et vos informations plus faciles à trouver.

ÊTRE CITÉ PAR UNE IA

Le **GEO** facilite l'utilisation de vos informations comme sources pour les IA.

Cette semaine

À cocher une fois fait.



Repérez deux spécialités que vos clients recherchent.



Décrivez clairement vos horaires et vos prestations sur votre site.

2. Et si ChatGPT et Gemini citaient **votre commerce** ?

Des questions sur votre fiche Google, votre site et vos contenus doivent orienter les IA.⁹

● BOUCHER, FROMAGER

- Q Quelle boucherie à ville fait du bœuf maturé ?
- Q Quelle boucherie ouvre le dimanche matin à ville ?
- Q Où commander un plateau de fromages pour 10 personnes à ville ?
- Q Où trouver du comté 24 mois à ville ?

IDÉE D'ARTICLE

Combien de viande prévoir pour un barbecue ?

POUR ÊTRE CITÉ

Précisez vos produits, vos commandes et vos horaires.

● BOUTIQUE CBD

- Q Quelle boutique CBD conseille sur ses produits à ville ?
- Q Où acheter de l'huile de CBD à ville ?
- Q Quelle boutique CBD a des produits français à ville ?
- Q Quelle boutique CBD ouvre le dimanche à ville ?

IDÉE D'ARTICLE

Comment vérifier l'origine d'un produit CBD ?

POUR ÊTRE CITÉ

Décrivez votre gamme et publiez une FAQ réglementaire datée.

● CAVISTE

- Q Quel caviste organise des dégustations à ville ?
- Q Où trouver des vins nature à ville ?
- Q Quel caviste ouvre le dimanche à ville ?
- Q Quel caviste propose des vins du Jura à ville ?

IDÉE D'ARTICLE

Quel vin servir avec un plateau de fromages ?

POUR ÊTRE CITÉ

Présentez origines, cépages et informations pratiques, en restant factuel.²³

● ESTHÉTIQUE, COIFFURE

- Q Quel coiffeur travaille les cheveux bouclés à ville ?
- Q Quel est le prix d'un balayage à ville ?
- Q Quel coiffeur reçoit sans rendez-vous le samedi à ville ?
- Q Où réserver une épilation au fil à ville ?

IDÉE D'ARTICLE

Combien de temps tient une extension de cils ?

POUR ÊTRE CITÉ

Précisez tarifs, durées, réalisations et réservation.

Un seul exercice

Testez les IA, aujourd'hui.

1 Posez les quatre questions de votre métier à ChatGPT, Gemini, Claude et Copilot.

2 Notez si votre commerce apparaît, et quelles sources sont citées.

3. Ouvrir la porte aux IA.

Les IA consultent différentes sources. Votre site doit rester accessible à leurs robots de recherche.^{8, 11, 13, 14}

OÙ CHAQUE IA VA CHERCHER SES RÉPONSES

IA	RECHERCHE SUR LE WEB	CERTITUDE
Gemini et les Aperçus IA de Google	L'écosystème de recherche Google ²²	Confirmé
Copilot Microsoft	La recherche Bing et les services Microsoft ¹¹	Confirmé
ChatGPT OpenAI	Les robots d'OpenAI et Bing ¹³	Confirmé par OpenAI
Claude Anthropic	Les robots d'Anthropic ; Brave Search ¹⁴	Observé par des indépendants

VOS OUTILS, SANS TECHNIQUE

Bing Places

Complétez votre établissement, comme sur votre fiche Google.

Bing Webmaster Tools

Importez votre site depuis Google Search Console, puis suivez le rapport AI Performance.^{11, 12}

À TRANSMETTRE À LA PERSONNE QUI GÈRE VOTRE SITE

Autoriser ces robots IA dans le fichier robots.txt :

Googlebot

Bingbot

OAI-SearchBot

ChatGPT-User

Claude-SearchBot

Claude-User

Cette semaine

À cocher une fois fait.

☐

Vérifiez les informations de votre établissement dans Bing Places.

☐

Importez votre site dans Bing Webmaster Tools.

4. Écrire pour être cité.

Des réponses claires et vérifiables sont plus faciles à reprendre comme sources pour les IA.¹⁸

AVANT, APRÈS : LA PAGE PLATEAUX D'UNE FROMAGERIE

AVANT

« Nous proposons des plateaux de fromages variés, adaptés à toutes vos envies. Contactez-nous pour en savoir plus. »

Rien de précis qu'une IA puisse reprendre.

APRÈS

« Plateau pour dix personnes : huit fromages affinés dans notre cave, environ 70 €. Commande 48 h à l'avance, retrait en boutique du mardi au samedi. »

Quantité, prix indicatif, délai et retrait : la réponse se cite telle quelle.

JUSQU'À

+40%

de visibilité supplémentaire pour les sites ouverts aux IA.¹⁸

AUTRES REPÈRES

Une idée par paragraphe, une FAQ utile, des sources. Le fichier llms.txt reste facultatif.¹⁹

UNE PLACE À PRENDRE

Moins de la moitié des commerces en tête sur Google apparaissent aussi dans les recommandations des IA.²⁰

Cette semaine

À cocher une fois fait.

☐

Choisissez une page qui répond à une question fréquente.

☐

Placez la réponse et les informations pratiques dès le début.

5. Les avis, c'est aussi ce que les IA lisent pour vous **recommander**.

Faites-leur écrire vos spécialités avec leurs propres mots.^{9, 21}

97%

Des IA testées font leurs recommandations en lisant de vrais avis.⁹



J. M.

Avis Google, il y a 2 semaines



« Le bœuf maturé est exceptionnel, et les conseils de cuisson toujours justes. »



S. L.

Avis Google, il y a 1 mois



« Enfin un salon qui sait travailler les cheveux bouclés. Coupe parfaite, conseils précieux. »

47%

écartent un commerce qui a moins de 20 avis.

74%

privilégient les avis des trois derniers mois.

31%

choisissent seulement des commerces notés 4,5 étoiles ou plus.

89%

attendent une réponse du commerçant à leur avis.

Cette semaine

À cocher une fois fait.

☐

Répondez aux avis récents qui attendent une réponse.

☐

Invitez vos clients à partager un avis sincère, sans contrepartie.

6. Le plan Azureo pour augmenter votre visibilité.

Répétez chaque mois les quatre questions locales de votre métier, sur les mêmes outils.

SEMAINE 1

Fiche Google

Catégories, horaires, photos et coordonnées.

SEMAINE 2

Site et questions

Une page phare et une réponse claire à une question client.

SEMAINE 3

Bing et accès

Bing Places, import du site et contrôles techniques.

SEMAINE 4

Mentions et mesure

Partenaires, avis et premier bilan dans les IA.

VOTRE GRILLE DE SUIVI MENSUEL

Mois : _____

Vos quatre questions locales	ChatGPT	Gemini	Claude	Copilot	Mode IA Google
1 _____	☐	☐	☐	☐	☐
2 _____	☐	☐	☐	☐	☐
3 _____	☐	☐	☐	☐	☐
4 _____	☐	☐	☐	☐	☐

Cochez une case si votre commerce est mentionné, et notez les liens cités. Gardez les mêmes questions chaque mois.

Exemple : un salon suit « cheveux bouclés » et « prix balayage ». Il complète avec Google Search Console et le rapport AI Performance de Bing.¹¹

Cette semaine

À cocher une fois fait.

☐

Notez vos quatre questions dans la grille.

☐

Faites une première mesure et gardez les liens cités.

Soyez premier sur ChatGPT & Google avec **Azureo**.

Nous analysons avec vous, en direct, votre présence sur Google et dans les réponses des IA.

AZUREO C'EST :

- ✓ Une fiche Google complète et exacte.
- ✓ Un site web référencé SEO / GEO amélioré.
- ✓ Du contenu web en automatique
- ✓ Jusqu'à 70 avis Google par mois.
- ✓ En place en 48 heures et sans engagement.

Réserver mon audit gratuit

Développez votre chiffre d'affaires. Sans rien gérer de plus.
Redevenez commerçant.

Sources et méthodes.

Les références numérotées du guide. Chaque lien est cliquable.

1 Google Business Profile
Classement local

Documentation officielle : pertinence, distance, notoriété. Consultée le 13/10/2026.

<https://support.google.com/business/answer/7091?hl=fr>

2 Google Search Central
Guide de démarrage SEO

Documentation officielle : principes applicables aux sites publics. Consultée le 13/10/2026.

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=fr>

3 Google Search Central
Données structurées LocalBusiness

Documentation technique officielle, mise à jour le 12/09/2026.

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/local-business?hl=fr>

4 Google Search Central
Règles anti-spam

Documentation officielle : liens artificiels et achat de liens. Consultée le 13/10/2026.

<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies?hl=fr>

5 Arcep, Arcom, CGE, ANCT
Baromètre du numérique 2026

CRÉDOC, 09/02/2026. Enquête 2025 auprès de 4 145 résidents en France de 12 ans et plus.

https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/barometre-du-numerique-edition-2026_RAPPORT.pdf

6 Arcom, Médiamétrie
Baromètre d'audience des services d'IA

16/06/2026. Données Médiamétrie/NetRatings, audience française en avril 2026.

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/barometre-daudience-des-services-dintelligence-artificielle-1ere-edition>

7 Google
AI Mode in the U.S., one year on

19/05/2026. Données Google du Mode IA aux États-Unis : longueur des requêtes, planification.

<https://blog.google/products-and-platforms/products/search/ai-mode-us-insights/>

8 Google France
Aperçus IA et Mode IA

22/07/2026. Annonce officielle du lancement en France.

<https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-reponses/recherche-ia-aperçus-mode/>

9 BrightLocal
AI Trust, Local Consumer Review Survey

10/03/2026. 1 002 adultes américains, dont 455 utilisateurs d'IA pour le local.

<https://www.brightlocal.com/research/lcrs-ai-trust/>

10 BrightLocal
Consumer Search Behavior : Speed

24/06/2026. Étude auprès de plus de 1 200 consommateurs aux États-Unis.

<https://www.brightlocal.com/research/consumer-search-behavior-speed/>

11 Microsoft Bing
AI Performance, aperçu public

10/02/2026. Documentation officielle du rapport de citations IA de Bing.

<https://blogs.bing.com/webmaster/2026/2/Introducing-AI-Performance-in-Bing-Webmaster-Tools-Public-Preview/>

- 12 Bing Webmaster Tools**
Import depuis Search Console
Documentation officielle : import et vérification depuis Google. Consultée le 13/10/2026.
<https://www.bing.com/webmasters/help/add-and-verify-site-12184f8b>
- 13 OpenAI**
Overview of OpenAI Crawlers
Documentation officielle : OAI-SearchBot, ChatGPT-User, GPTBot. Consultée le 13/10/2026.
<https://developers.openai.com/api/docs/bots>
- 14 Anthropic**
Robots de Claude
07/04/2026. Documentation officielle : Claude-SearchBot et Claude-User.
<https://support.claude.com/en/articles/8896518-does-anthropic-crawl-data-from-the-web-and-how-can-site-owners-block-the-crawler>
- 15 IndexNow**
Présentation du protocole
Documentation officielle : moteurs participants et signalement des URL. Consultée le 13/10/2026.
<https://www.indexnow.org/>
- 16 Wix**
Fonctionnement d'IndexNow
Documentation Wix : fonction incluse automatiquement aux sites Premium. Consultée le 13/10/2026.
<https://support.wix.com/fr/article/comment-wix-utilise-indexnow-pour-informer-les-moteurs-de-recherche-des-changements-apport%C3%A9s-%C3%A0-votre-site>
- 17 Duda**
IndexNow
Documentation Duda : activation automatique sur les sites Duda. Consultée le 13/10/2026.
<https://support.duda.co/hc/en-us/articles/26519939343639-IndexNow>
- 18 Aggarwal et al.**
GEO : Generative Engine Optimization
KDD 2024. Banc d'essai expérimental, sans démonstration pour des commerces français.
<https://arxiv.org/abs/2311.09735>
- 19 llms.txt**
Proposition de format
Proposition communautaire, sans statut de standard officiel pour les moteurs. Consultée le 13/10/2026.
<https://llmstxt.org/>
- 20 SOCi**
Local Visibility Index 2026
29/07/2026. 2 751 enseignes et environ 350 000 établissements aux États-Unis.
<https://www.soci.ai/blog/local-listings-benchmarks-for-franchises/>
- 21 BrightLocal**
Local Consumer Review Survey 2026
11/02/2026. Enquête représentative auprès de 1 002 adultes aux États-Unis.
<https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>
- 22 Google Search Central**
Fonctionnalités d'IA et votre site
Documentation officielle : intégration Google et exigences de référencement. Consultée le 13/10/2026.
<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=fr>
- 23 Légifrance**
Code de la santé publique, art. L3323-4
Texte officiel : conditions de publicité pour les boissons alcooliques et message sanitaire.
https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000049070860