GUIDES

Le bon SEO, c'est du bon GEO : ce que Google a dit en 2026

Par Erik Mäkitalo, fondateur de Mandalytics · Mis à jour le 3 novembre 2026 · 5 min de lecture

LA RÉPONSE COURTE

Google a indiqué que les AI Overviews et AI Mode utilisent la même exploration et le même index que la recherche classique, sans exigence technique supplémentaire. En clair : si vos pages sont utiles, exactes et faciles à lire, vous faites déjà l'essentiel de ce que récompense la recherche IA. Il n'y a pas de trucs secrets à acheter, et quelques « astuces IA » populaires ne méritent pas votre temps.

Qu'a réellement dit Google ?

À la Search Central Live 2026, les intervenants de Google ont avancé quelques points faciles à appliquer (d'après les notes d'Arvow depuis Barcelone) :

- **Le même socle.** Les AI Overviews et AI Mode reposent sur la même exploration et le même index que la recherche classique. Il n'y a aucun fichier ni réglage spécial à ajouter.
- **Une page solide vaut mieux que beaucoup de pages minces.** La recherche IA découpe une question en recherches plus petites (c'est le « query fan-out »). Une page qui répond aussi aux questions suivantes d'un acheteur correspond à davantage d'entre elles. Créer une page distincte pour chaque petite question est considéré comme du spam.
- **Des faits dans un texte lisible.** Prix, tailles, à qui cela convient, comparaisons honnêtes. La qualité des données produit a été relevée pour AI Mode.
- **L'effort, l'originalité et l'exactitude déterminent la qualité**, pas le fait qu'une personne ou un outil ait tapé les mots.
- **De la patience.** Une page mise à jour est réexplorée en 30 jours environ, et se remettre d'une mise à jour majeure prend de trois à six mois.



Google affirme que ses réponses IA utilisent la même exploration et le même index que la recherche classique : les mêmes bonnes pages servent donc les deux.

Que dois-je faire en conséquence ?

1. **Améliorez vos meilleures pages au lieu d'en ajouter.** Choisissez la page qui compte le plus pour votre entreprise. Ajoutez les réponses aux trois questions suivantes qu'un client poserait, avec de vrais détails : prix, étapes, à qui cela s'adresse.
2. **Soyez précis.** Faites le test de l'échange : un concurrent pourrait-il copier cette phrase telle quelle sur son site ? « Agréé et assuré » et « plus de 20 ans d'expérience » échouent. Des personnes nommées, des fourchettes de prix, des conditions de garantie et des zones desservies réussissent.
3. **Gardez les bases en bonne santé.** Des pages qui se chargent, des titres qui disent de quoi parle la page, des liens qui fonctionnent. C'est toujours ce que Google explore en premier.
4. **Mettez à jour avec une date.** Rafraîchissez vos pages importantes et affichez la date de mise à jour. Les outils d'IA préfèrent les pages plus récentes.

Que puis-je ignorer sans risque ?

Conseil populaire	Notre avis honnête
Ajouter un fichier llms.txt	Aucune entreprise d'IA n'a dit l'utiliser, et Google ne l'a pas mentionné. Sans danger, mais pas la peine d'y consacrer votre heure.
Ajouter du balisage schema comme raccourci IA	Les données structurées aident quand elles correspondent à ce que montre la page (produits, prix, avis). Seules, elles n'ont montré aucun gain mesurable en citations d'IA.
Écrire une page par question d'IA	Google considère comme du spam les pages conçues pour capter des questions de fan-out isolées. Écrivez plutôt une page solide.
Acheter ou échanger des liens, publier automatiquement des articles d'IA	Contraire aux règles de Google, et pas des démarches dont vous pourrez être fier.

Le GEO a-t-il quelque chose de différent ?

Oui, un peu. Les études sur les réponses d'IA suggèrent que les mentions par d'autres sites comptent beaucoup, que les contenus avec tableaux, listes et sources nommées sont davantage cités, et que chaque outil d'IA a ses sources favorites. Nous en parlons dans Comment les outils d'IA décident quels sites citer. Prenez les chiffres de ces études comme une tendance, pas comme une loi : la plupart viennent d'entreprises qui vendent des outils SEO.

Questions fréquentes

Ai-je besoin d'un autre site pour la recherche IA ?

Non. Les réponses IA de Google utilisent le même index que la recherche classique. Concentrez-vous sur des pages utiles, exactes et bien structurées.

Est-ce important qu'une personne ou une IA ait écrit le contenu ?

Google indique que la qualité se juge sur l'effort, l'originalité et l'exactitude, pas sur qui a tapé le texte. Le problème, ce sont les pages produites en masse qui n'ont rien de nouveau à dire.

Envie de recevoir ces étapes sous forme de liste de tâches hebdomadaire pour votre propre site ?

Si vous lisez ceci, vous avez déjà fait un pas en avant. Mandalytics analyse chaque semaine votre site dans Google et dans les outils d'IA, puis vous envoie les cinq tâches qui vous apporteront le plus de visiteurs, chacune avec la raison et les étapes pour la réaliser. Vous apprenez en avançant, et chaque petite victoire vous apporte plus de visiteurs, plus de clients et, au bout du compte, plus de chiffre d'affaires.

Découvrir Mandalytics

D'où vient cette information

- Arvow : ce qu'il faut retenir de la Search Central Live Barcelone 2026
- Arvow : SEO local pour les AI Overviews (le test de l'échange)
- Google : rapports de performance de l'IA générative dans la Search Console