

SCHOOL FOR MATE

LIVRET PÉDAGOGIQUE

SEO + GEO : visibilité web et optimisation IA génératives

CT10 · Module de spécialisation

Ce module de 21 heures permet à vos stagiaires d'améliorer la visibilité d'un site internet en combinant le référencement naturel (SEO) et l'optimisation pour les moteurs de réponse fondés sur l'IA générative (GEO). Construit sur les six capacités attestées de la certification RS7500, il mène de l'audit initial au pilotage de la performance, à travers un fil rouge professionnel suivi de bout en bout.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
21 h	7	3

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	SEO + GEO : visibilité web et optimisation IA génératives
Code	CT10
Type	Module de spécialisation
Certificateur	Hors répertoire
Durée	21 h, 7 cours
Modalité	Formation à distance (e-learning), tutorat assuré par l'organisme de formation
Formats	SCORM 1.2 / 2004, xAPI, sources éditables
Mise à jour	Novembre 2026

Le métier et les compétences visées

La compétence visée est celle du professionnel chargé de rendre un site internet visible, crédible et utile, aussi bien dans les résultats classiques des moteurs de recherche que dans les réponses produites par les interfaces d'IA générative (aperçus générés, assistants conversationnels). Concrètement, il audite un site sur les plans technique, éditorial et accessibilité. Il définit une stratégie éditoriale sobre et cohérente, structure l'arborescence et le maillage interne, puis rédige des contenus optimisés et réutilisables par les moteurs. Il renforce l'autorité du site selon les principes EEAT et pilote l'amélioration continue à l'aide d'indicateurs et d'outils adaptés. Cette compétence transversale s'exerce en entreprise, en agence, en collectivité ou en tant qu'indépendant.

Public visé

- Dirigeants de TPE et PME souhaitant gagner en visibilité en ligne
- Chargés de communication et de marketing digital
- Webmasters, gestionnaires et administrateurs de sites internet
- Rédacteurs web et créateurs de contenus professionnels
- Indépendants et porteurs de projet gérant leur propre site

Prérequis

- Disposer d'une expérience courante des outils numériques : navigation web, traitement de texte, messagerie, réseaux sociaux professionnels
- Avoir accès à un site internet (professionnel, associatif ou personnel) ou accepter de travailler sur le site support fourni dans le fil rouge
- Disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet permettant de consulter des vidéos et d'utiliser des outils en ligne

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, l'apprenant est capable de :

- Expliquer le fonctionnement des moteurs de recherche et des interfaces d'IA générative pour identifier leurs critères de sélection des contenus
- Réaliser un audit SEO et GEO d'un site internet couvrant la technique, les contenus, l'accessibilité et la présence dans les résultats
- Hiérarchiser les axes d'amélioration issus d'un audit dans un plan d'action priorisé
- Élaborer une stratégie éditoriale sobre et cohérente fondée sur les intentions de recherche et les requêtes conversationnelles
- Concevoir une arborescence hiérarchisée et un maillage interne favorisant la navigation et l'indexation
- Rédiger un contenu optimisé en positionnant le mot-clé principal, en développant le champ sémantique et en renseignant les métadonnées
- Mettre en œuvre des actions de renforcement de l'autorité selon les principes EEAT : auteurs, avis clients, backlinks, mentions
- Construire un tableau de bord d'indicateurs SEO et GEO et sélectionner les outils de suivi adaptés
- Organiser une veille et un cycle d'amélioration continue tenant compte des évolutions des moteurs

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

Maison Lavergne

Camille Ferrand

Chargée de communication et marketing digital

Menuiserie artisanale et mobilier sur mesure en bois local

Maison Lavergne est une entreprise familiale de 18 salariés installée en Limousin, qui conçoit des cuisines, bibliothèques et aménagements sur mesure en bois massif. Son site vitrine, refondu il y a cinq ans, génère peu de demandes de devis : les pages sont lentes, les contenus anciens et l'entreprise est absente des réponses des assistants conversationnels lorsque des particuliers demandent conseil pour un aménagement en bois. Le dirigeant, Henri Lavergne, confie à Camille Ferrand, récemment recrutée, la mission de rendre le site visible et crédible, à la fois sur les moteurs de recherche et dans les interfaces d'IA générative. Camille dispose d'un budget limité, d'un prestataire web joignable ponctuellement et de l'appui des artisans de l'atelier, dont le savoir-faire constitue une matière éditoriale précieuse encore inexploitée.

Chaque cours se termine par une mise en situation dans cette entreprise : l'apprenant accompagne Camille dans des situations professionnelles réalistes, de plus en plus complexes, jusqu'à la préparation des épreuves.

La progression

1. Bloc M1 : Camille découvre le fonctionnement des moteurs et des IA génératives, audite le site de Maison Lavergne et présente au dirigeant un diagnostic accompagné d'axes d'amélioration priorisés.
2. Bloc M2 : Camille construit la stratégie éditoriale, réorganise l'arborescence du site et rédige avec les artisans des pages et guides optimisés pour le SEO et le GEO.
3. Bloc M3 : Camille renforce l'autorité de l'entreprise (profils d'auteurs, avis clients, partenariats locaux) puis met en place un tableau de bord et un rituel mensuel de pilotage.

03 · ARCHITECTURE

Organisation du parcours

Le parcours est construit sur les compétences visées : chaque bloc regroupe les cours qui préparent à son évaluation.

N°	Bloc et cours	Durée
M1 · Comprendre et auditer la visibilité d'un site (SEO et GEO)		**6 h 30**
1	Fondamentaux du SEO et de la recherche générative	3 h
2	Réaliser l'audit SEO et GEO d'un site internet	3 h 30
M2 · Concevoir, structurer et rédiger des contenus visibles		**9 h 30**
3	Élaborer une stratégie éditoriale SEO et GEO	3 h
4	Structurer les contenus : arborescence et maillage interne	3 h
5	Rédiger un contenu optimisé pour le SEO et le GEO	3 h 30
M3 · Renforcer l'autorité et piloter la visibilité dans la durée		**5 h**
6	Renforcer la crédibilité et l'autorité d'un site (EEAT)	2 h 30
7	Piloter l'amélioration continue de la visibilité	2 h 30
Total du parcours		**21 h**

Répartition des modalités pédagogiques

Chaque sous-chapitre s'ouvre sur une vidéo de 3 à 5 minutes. La vidéo représente 30 % du volume horaire, complétée par du cours texte enrichi, des infographies, des études de cas, des mises en situation et des QCM.



- Vidéos : 6 h 30
- Cours texte et infographies : 6 h 30
- Études de cas et mises en situation : 5 h
- QCM et évaluations : 3 h

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

M1 · 6 h 30

Comprendre et auditer la visibilité d'un site (SEO et GEO)

Cours 1 · Fondamentaux du SEO et de la recherche générative

3 h

OBJECTIFS

- Décrire les étapes d'exploration, d'indexation et de classement d'un moteur de recherche
- Expliquer comment les interfaces d'IA générative sélectionnent et citent des sources
- Distinguer les leviers SEO et GEO et leurs points de convergence

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM de vérification des connaissances et fiche d'analyse comparative des résultats SEO et GEO

CONTENUS

- Fonctionnement d'un moteur de recherche : exploration, indexation, classement
- Anatomie d'une page de résultats : liens naturels, extraits enrichis, aperçus générés
- Moteurs de réponse et assistants conversationnels : logique de sélection et de citation des sources
- Du mot-clé à la question : évolution des comportements de recherche
- SEO et GEO : leviers communs et spécificités
- Vocabulaire et repères essentiels du référencement

Fil rouge · Camille interroge un moteur de recherche et plusieurs assistants conversationnels avec des questions de particuliers sur les cuisines en bois massif, puis relève quels sites sont affichés ou cités et pourquoi Maison Lavergne n'y figure pas.

Cours 2 · Réaliser l'audit SEO et GEO d'un site internet

3 h 30

OBJECTIFS

- Analyser les performances techniques, les contenus et l'accessibilité d'un site
- Évaluer la présence d'un site dans les résultats des moteurs et des interfaces génératives
- Prioriser les axes d'amélioration dans un plan d'action

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : production d'une grille d'audit renseignée et d'un plan d'action priorisé, corrigé type fourni

CONTENUS

- Méthodologie et grille d'audit : périmètre, critères, livrables
- Audit technique : vitesse, compatibilité mobile, indexabilité, sécurité, erreurs d'exploration
- Audit des contenus : pertinence, fraîcheur, duplication, pages faibles
- Accessibilité web : principes du RGAA et impacts sur la visibilité
- Analyse de la présence dans les résultats et de la citabilité par les IA génératives
- Analyse concurrentielle de la visibilité
- Prioriser les recommandations : matrice impact / effort et plan d'action

Fil rouge · Camille audite le site de Maison Lavergne à l'aide d'une grille fournie, compare sa visibilité à celle de deux menuiseries concurrentes fictives et rédige une note de synthèse priorisée pour Henri Lavergne.

M2 · 9 h 30

Concevoir, structurer et rédiger des contenus visibles

Cours 3 · Élaborer une stratégie éditoriale SEO et GEO

3 h

OBJECTIFS

- Identifier les intentions de recherche et les questions des publics cibles
- Construire une stratégie éditoriale cohérente, pertinente et sobre
- Planifier la production et la mise à jour des contenus

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation : rédaction d'une note de stratégie éditoriale et d'un calendrier, auto-évaluation guidée par grille de critères

CONTENUS

- Personas et parcours de recherche des utilisateurs
- Recherche de mots-clés, de questions et de requêtes conversationnelles
- Typologie des intentions de recherche : informationnelle, navigationnelle, transactionnelle
- Positionnement éditorial et ligne éditoriale
- Sobriété éditoriale : produire moins mais mieux, éviter le contenu redondant
- Calendrier éditorial et plan de mise à jour des contenus existants

Fil rouge · À partir de l'audit, Camille recense avec l'équipe commerciale les questions récurrentes des clients et construit une ligne éditoriale et un calendrier sur six mois pour Maison Lavergne.

Cours 4 · Structurer les contenus : arborescence et maillage interne

3 h

OBJECTIFS

- Concevoir une arborescence hiérarchisée répondant aux intentions de recherche
- Mettre en place un maillage interne pertinent
- Organiser les contenus pour faciliter l'indexation par les moteurs et les IA génératives

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : conception d'une arborescence et d'un plan de maillage, QCM de validation

CONTENUS

- Principes d'une arborescence hiérarchisée et profondeur de clics
- Regroupement thématique : pages piliers et contenus satellites
- Maillage interne : logique, ancres de liens, liens contextuels
- Structure HTML des pages : balises de titres, listes, tableaux
- Données structurées et balisage sémantique au service de l'indexation et de la citation
- Navigation, fil d'Ariane, plan de site et URL lisibles

Fil rouge · Camille redessine l'arborescence du site de Maison Lavergne autour de pages piliers (cuisines, bibliothèques, escaliers) et définit le maillage interne à transmettre au prestataire web.

Cours 5 · Rédiger un contenu optimisé pour le SEO et le GEO

3 h 30

OBJECTIFS

- Positionner le mot-clé principal dans le corps du texte et les métadonnées
- Développer le champ sémantique et contrôler la densité et le maillage du contenu
- Produire un contenu accessible et réutilisable par les interfaces génératives

ÉVALUATION FORMATIVE

Production écrite : rédaction d'une page optimisée évaluée à l'aide d'une grille de contrôle SEO et GEO, corrigé commenté

CONTENUS

- Placement du mot-clé principal : titre, introduction, intertitres, corps du texte
- Métadonnées : balise title, méta-description, attributs alternatifs des images
- Champ sémantique, entités et cooccurrences
- Densité, longueur et équilibre du contenu
- Rédiger pour être cité : réponses directes, définitions, formats questions-réponses
- Accessibilité rédactionnelle : lisibilité, structure, liens explicites
- Contrôle qualité avant publication : maillage, métadonnées, relecture

Fil rouge · Camille interviewe un ébéniste de l'atelier et rédige un guide sur le choix des essences de bois pour une cuisine, optimisé pour le référencement et structuré pour être repris par les assistants conversationnels.

M3 · 5 h

Renforcer l'autorité et piloter la visibilité dans la durée

Cours 6 · Renforcer la crédibilité et l'autorité d'un site (EEAT)

2 h 30

OBJECTIFS

- Expliquer les principes EEAT et leur rôle dans la visibilité SEO et GEO
- Mettre en œuvre des actions de valorisation des auteurs et de la preuve sociale
- Développer les backlinks et les mentions externes

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : élaboration d'un plan d'actions EEAT, QCM de validation

CONTENUS

- Principes EEAT : Expérience, Expertise, Autorité, Fiabilité
- Valorisation des auteurs : pages auteurs, biographies, signatures
- Avis clients : collecte, modération, réponse et mise en valeur
- Stratégie de backlinks : partenariats, annuaires qualifiés, relations presse
- Mentions de marque et présence sur des sites tiers
- Signaux de fiabilité : mentions légales, contact, transparence, sécurité

Fil rouge · Camille crée les pages auteurs des artisans, lance une campagne de collecte d'avis auprès des clients récents et identifie des partenaires locaux (architectes d'intérieur, office de tourisme) susceptibles de citer Maison Lavergne.

Cours 7 · Piloter l'amélioration continue de la visibilité

2 h 30

OBJECTIFS

- Identifier les indicateurs de performance SEO et GEO pertinents
- Sélectionner les outils de suivi adaptés au contexte
- Organiser une veille et un cycle d'amélioration continue

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation finale : construction d'un tableau de bord et présentation d'un bilan d'étape, grille d'évaluation fournie

CONTENUS

- Définir des indicateurs : positions, trafic naturel, clics, conversions, citations par les IA génératives
- Panorama des outils d'analyse et de suivi : critères de choix
- Construire un tableau de bord de pilotage
- Analyser les résultats et ajuster les actions
- Veille sur les évolutions des moteurs et de la recherche générative
- Ritualiser l'amélioration continue : revue mensuelle et plan d'action actualisé

Fil rouge · Camille construit le tableau de bord de Maison Lavergne, présente au dirigeant les premiers résultats après trois mois et ajuste le plan d'action en fonction des évolutions observées.

05 · CONFORMITÉ AU RÉFÉRENTIEL

Couverture des compétences

Correspondance entre les compétences visées et les cours du parcours.

Compétence	Bloc	Cours
C1. Auditer le référencement naturel d'un site internet en intégrant les enjeux SEO et GEO	M1	1, 2
C2. Élaborer une stratégie éditoriale combinant SEO et GEO	M2	3
C3. Structurer les contenus d'un site : arborescence, maillage interne, hiérarchisation éditoriale	M2	4
C4. Rédiger un contenu optimisé pour le SEO et les interfaces génératives	M2	5
C5. Renforcer la crédibilité et l'autorité d'un site selon les principes EEAT	M3	6
C6. Piloter l'amélioration continue de la visibilité d'un site web	M3	7

Évaluations formatives

Chaque cours se conclut par une évaluation formative adaptée à la compétence travaillée : QCM de vérification des connaissances, études de cas, exercices pratiques et productions écrites (grille d'audit, note de stratégie, arborescence, page rédigée, plan EEAT, tableau de bord). Chaque production est accompagnée d'un corrigé type ou d'une grille de critères permettant l'auto-évaluation, et peut être exploitée par le formateur de l'OF pour un retour individualisé. Les mises en situation construites autour de Maison Lavergne assurent une progression continue : les livrables d'un cours servent de point de départ au suivant, ce qui permet de mesurer l'acquisition des compétences tout au long du parcours.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
M1, M2, M3 (RS7500)	Les modalités d'évaluation de la certification RS7500 ne sont pas renseignées dans les données transmises. Elles sont définies par le certificateur WEB ASSOCIATION BERGERAC et doivent être consultées sur la fiche France Compétences en vigueur. L'organisme de formation reste responsable de l'organisation de la certification auprès du certificateur.
Hors périmètre (RS7564)	La certification RS7564, centrée sur l'évaluation et la valorisation de l'impact social, territorial et environnemental d'une organisation, ne relève pas du champ du référencement SEO et GEO. Ses capacités attestées ne sont pas couvertes par le contenu de ce module. Nous vous recommandons de vérifier ce rattachement : sa préparation nécessite un parcours dédié.

Le module est construit capacité par capacité sur le référentiel RS7500 : chacune des six capacités attestées (C1 à C6) fait l'objet d'au moins un cours dédié, comme le montre la matrice de couverture. Le fil rouge Maison Lavergne fait produire au stagiaire l'ensemble des livrables professionnels attendus d'un praticien du SEO et du GEO : audit et plan d'action priorisé, stratégie éditoriale, arborescence et maillage, contenu optimisé, plan EEAT, tableau de bord de pilotage. Ces productions constituent un entraînement direct aux épreuves et peuvent servir de base à un dossier ou à une étude de cas appliquée au site du stagiaire. Il appartient à l'OF de vérifier les modalités exactes d'évaluation auprès du certificateur et d'adapter l'accompagnement final en conséquence.

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning en marque blanche accessible 24 h/24, avec suivi de progression et traçabilité des connexions
- Vidéos pédagogiques de 3 à 5 minutes par sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire
- Cours textes enrichis, infographies et fiches synthèses téléchargeables
- Études de cas et mises en situation fondées sur le fil rouge Maison Lavergne
- Modèles et outils prêts à l'emploi : grille d'audit SEO et GEO, matrice de priorisation, calendrier éditorial, trame de tableau de bord
- QCM d'auto-évaluation avec corrections commentées à chaque fin de cours
- Grilles d'évaluation et corrigés types à destination des formateurs de l'OF

Débouchés et évolutions

- Chargé de communication ou de marketing digital
- Webmaster ou gestionnaire de site internet
- Rédacteur web spécialisé SEO et GEO
- Chargé de référencement naturel (consultant SEO junior)
- Dirigeant de TPE ou PME pilotant la visibilité en ligne de son entreprise

Accessibilité

Contenus sous-titrés en français, contrastes conformes WCAG AA, navigation au clavier sur les écrans interactifs. L'organisme de formation qui diffuse le parcours adapte les modalités d'accompagnement aux personnes en situation de handicap avec son référent handicap.

Livrables fournis à l'organisme de formation

- Package SCORM 1.2 / 2004 et xAPI, compatible avec les principaux LMS
- Sources éditables des cours, scripts vidéo et banques de QCM
- Livret apprenant et grilles d'évaluation
- Licence marque blanche à vie, stagiaires illimités, maintenance 24 mois

School For Mate
On crée vos formations, vous n'avez plus qu'à les diffuser.
contact@schoolformate.com · catalogue-2026-sfm.netlify.app

La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur et de l'organisme de formation habilité. Document non contractuel, susceptible d'évoluer avec le référentiel.