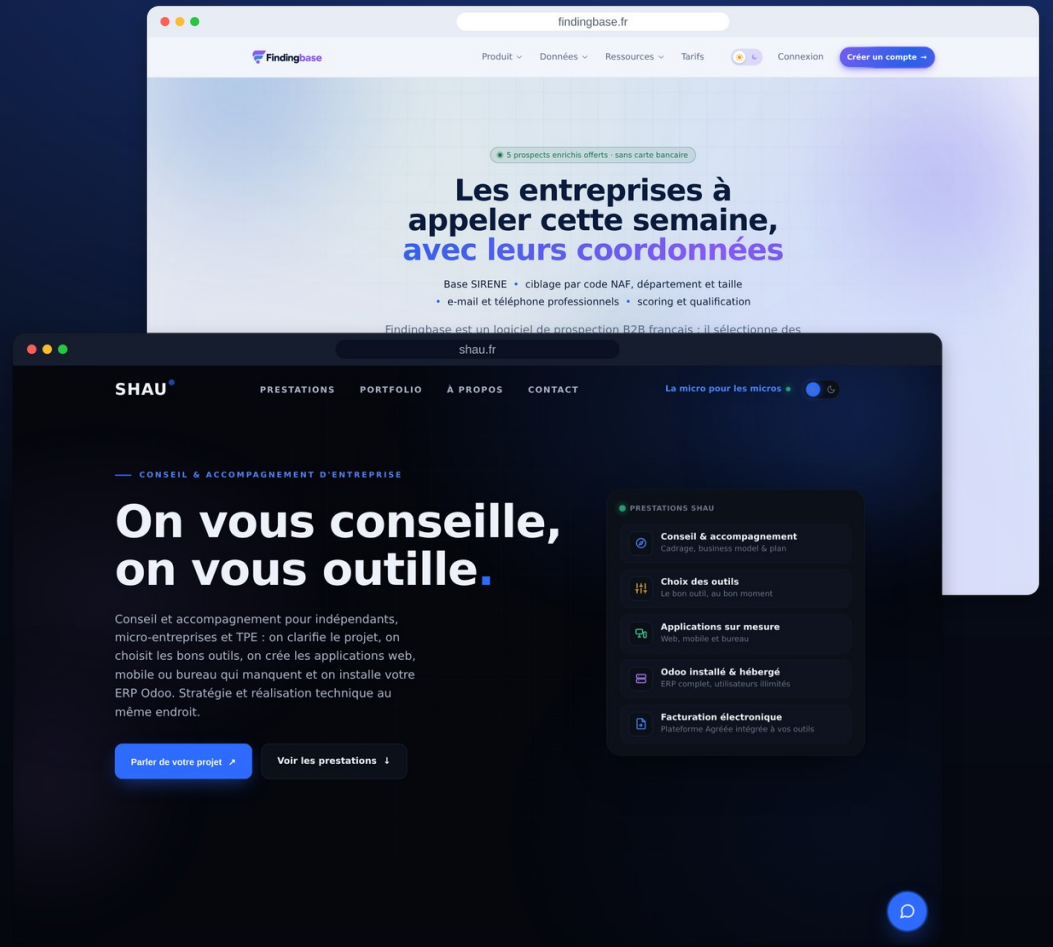
SHAU

SEO & GEO · OFFRE ET CAS RÉEL

Être trouvé sur Google et dans les réponses des IA.

Ce que comprend l'offre SEO/GEO de SHAU, et ce qu'elle a changé, chiffres Google Search Console à l'appui, sur findingbase.fr.

- shau.fr
- findingbase.fr



Mesures du 13/09/2026 au 04/11/2026 · Source : Google Search Console

L'ENJEU

Vos clients cherchent, puis demandent aux IA

Sur Google

On tape un besoin et un lieu. Les premiers résultats prennent presque tous les clics : être en page 3, c'est ne pas exister.

Dans ChatGPT et les autres IA

On demande « qui me recommandes-tu ? ». L'IA cite ce qu'elle comprend et peut vérifier : pages claires, données structurées, sources.

Et vous, que voit-on de vous ?

Un site peut être beau et invisible : titres vagues, pages non indexées, aucune donnée lisible par une machine.

SEO = être bien placé dans Google. **GEO** = être compris et cité par les assistants IA.

Les deux reposent sur les mêmes bases : un site rapide, des pages précises, des données structurées et une mesure régulière.

L'OFFRE SHAU

Cinq chantiers, un seul interlocuteur

01

Diagnostic

État des lieux réel : indexation, titres, vitesse mobile, données structurées, positions, concurrents.

02

Technique

Sitemap, robots.txt, canonicals, redirections, pages d’erreur, soumission aux moteurs (IndexNow, Search Console).

03

Contenu

Pages écrites pour une requête précise, FAQ, articles de blog, titres et descriptions à la bonne longueur.

04

GEO

Données structurées (Organization, Product, FAQ), fichier llms.txt, fiche produit lisible par ChatGPT, logo et images.

05

Mesure

Suivi Google Search Console chaque semaine : clics, impressions, positions, pages qui montent, corrections suivantes.

Sans promesse de classement garanti. Personne ne maîtrise l'algorithme de Google. SHAU s'engage sur le travail fait, la transparence et la mesure, pas sur une place en page 1.

LA MÉTHODE

Un cycle court : mesurer, corriger, vérifier

Mesurer

Google Search Console donne les vraies impressions, clics et positions. Point de départ daté.

Corriger

On traite en priorité ce qui bloque : pages inconnues de Google, doublons, titres, pages d’erreur.

Signaler

Plan du site resoumis, IndexNow pour Bing et d'autres moteurs, demandes d'indexation ciblées.

Revérifier

Revue chaque semaine : ce qui a bougé, ce qui n'a pas bougé, la correction suivante.

LE PRINCIPE QUI GUIDE TOUT LE RESTE

Moins de pages, mais des pages que Google veut vraiment montrer. Chaque page publiée doit répondre à une requête précise et apporter une information que les autres pages n'ont pas.

CAS RÉEL · FINDINGBASE.FR

Notre propre produit, mesuré sans filtre.

Findingbase est un logiciel français de prospection B2B sur données publiques. Son site, findingbase.fr, a été référencé de zéro en septembre 2026 : l'exemple idéal pour montrer la méthode appliquée.

≈ 15 600

pages au plan du site (29 728 avant le 29/09)

53 jours

de mesures, 13/09 → 04/11/2026

21 382

impressions Google sur la période

305

clics depuis Google

Données : Google Search Console, propriété findingbase.fr. Le site est jeune : les volumes sont des volumes de démarrage, lisibles surtout en tendance.

CE QUI A ÉTÉ FAIT

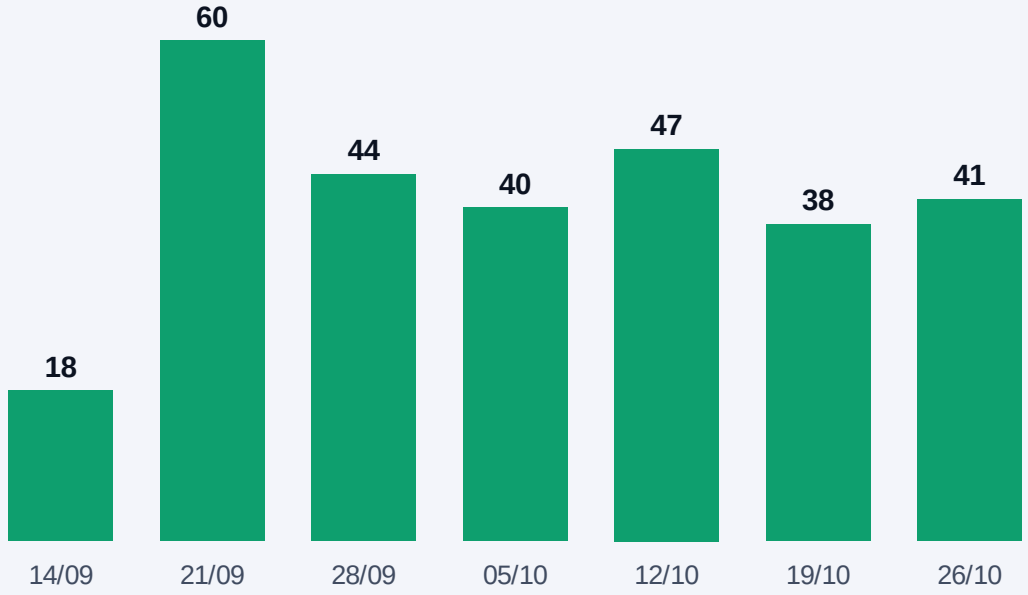
Les optimisations, jour par jour

19/09	**Pages par requête**	8 pages « solution », 75 métiers, observatoire : une page = une intention d'achat.
29/09	**Audit et nettoyage**	Plan du site 29 728 → 15 595 URL, titres ≤ 63 car., descriptions ≤ 155, page 404 qui guide, liens « À lire aussi ».
29/09	**Marque en deux mots**	« Finding Base » n'était écrit nulle part : titre d'accueil, données structurées, page À propos, llms.txt.
29/09	**Descriptions normalisées**	Alerte Bing sur ~6 700 descriptions : limite unique à 160 car., 15 598 URL soumises via IndexNow.
16/10	**Page pilier**	« Prospection B2B en France : le guide » : méthode en 5 étapes, tableau, FAQ de 7 questions.
21/10	**GEO : fiche produit IA**	Données Product + images + logo pour ChatGPT, page « logiciel de prospection B2B avec IA ».
23/10	**GEO : identité**	Organization avec logo, WebSite et WebPage : l'IA sait qui est derrière le produit.

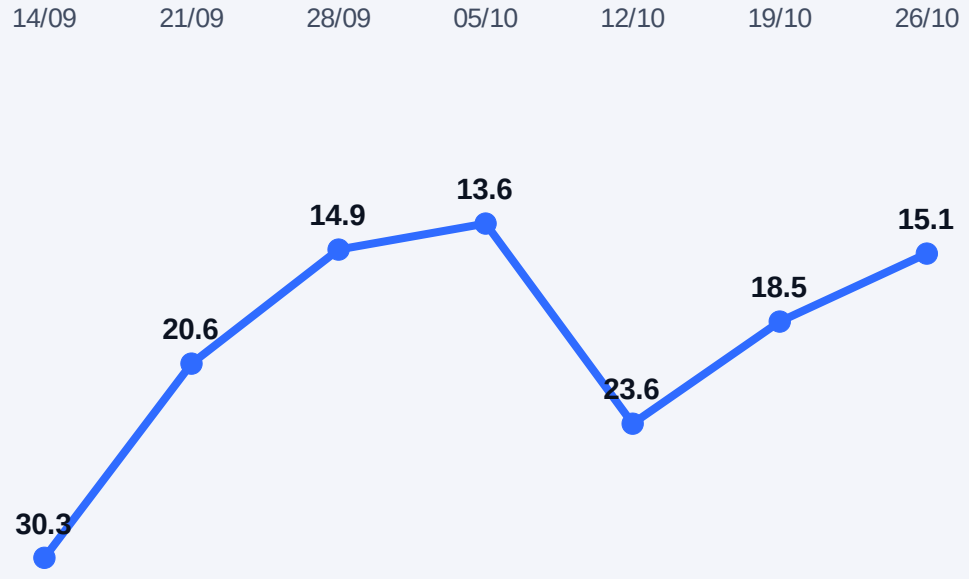
Vert : SEO (Google). Violet : GEO (assistants IA). Dates 2026.

Clics et position Google, semaine après semaine

Clics par semaine (lundi de la semaine)



Position moyenne dans Google (plus bas = mieux)



À lire : de 18 à 60 clics dès la 2e semaine, puis un palier de 40 à 47 clics par semaine. La position moyenne passe de 30,3 à 15,1 : le site monte de page 3 à page 2, avec des variations d'une semaine à l'autre (23,6 le 12/10).

RÉSULTAT · AVANT / APRÈS

Depuis le lancement : 2 fois plus de clics, 11 places gagnées

AVANT : 1re semaine complète, 14 → 20/09 APRÈS : moyenne par semaine, 05/10 → 01/11 (4 semaines)

Clics Google par semaine	18	→	41,5	× 2,3
Impressions Google par semaine	3 123	→	3 107	stable avec 2 × moins de pages
Impressions sur les pages pertinentes (top 10)	991	→	1 608	+ 62 % : que des pages pertinentes
Position moyenne dans Google	30,3	→	18,9	11 places gagnées
Taux de clic (CTR)	0,66 %	→	1,48 %	× 2,2
Pages classées en top 10 par semaine	526	→	849	+ 61 %, soit 323 pages de plus
Pages qui reçoivent des clics par semaine	17	→	35,5	× 2,1

Lecture honnête : comparaison entre la première semaine complète après le lancement et la moyenne des quatre dernières semaines complètes. Le plan du site a été divisé par 2 : il ne reste que des pages pertinentes, qui captent autant d'impressions avec deux fois moins de pages. Volumes de démarrage (41 clics par semaine) : c'est la tendance qui compte.

RÉSULTAT · CE QUI S'EST DÉBLOQUÉ

Des signaux concrets : marque, contenu, GEO

MARQUE EN DEUX MOTS

« finding base »

Aucun résultat avant le 29/09 → position 1,9 et 10 clics

ARTICLE DE BLOG

Code APE 2027

Position 4 à 5 sur sa requête, 5 clics depuis Google

PAGES MÉTIER ET NAF

124 clics en 30 jours

/entreprises (63) et /naf (61) : le cœur du trafic, sur des requêtes précises

GEO : FICHE PRODUIT

Lue par le robot d'OpenAI

Le robot OAI-SearchBot a chargé logo et images juste après leur ajout (21/10)

Et la requête de marque « findingbase » est en position 1,0 (18 clics). Côté GEO, les signaux sont posés ; l'apparition dans les réponses des IA se mesure dans la durée et n'est pas garantie.

SHAU

Mesurer. Corriger. Être trouvé.

On commence par un diagnostic gratuit : l'état réel de votre référencement, vos priorités, sans engagement. Les tarifs de l'offre sont publiés sur shau.fr/visibilite-digitale.

shau.fr/visibilite-digitale
Diagnostic gratuit en ligne

hello@shau.fr
Toutes les demandes

findingbase.fr
Le cas présenté

Sans promesse de classement garanti · Données : Google Search Console, 13/09 → 04/11/2026 · SHAU · SIREN 107 173 320 · RCS Fort-de-France