



AGENCE MIROIR

MARKETING & COMMUNICATION . EST LYONNAIS

LEAD MAGNET

CHECKLIST GEO POUR TPE

15 actions concrètes pour être visible
dans ChatGPT, Perplexity et les AI Overviews.

Guide pratique pour dirigeants de TPE . Avril 2026

GEO

AEO

LLMO

POURQUOI CETTE CHECKLIST

En 2026, vos prospects ne cherchent plus seulement sur Google. Ils posent leurs questions à ChatGPT, Perplexity ou Gemini, et ces IA leur recommandent deux ou trois prestataires. Si votre site n'est pas optimisé pour ces moteurs de réponse, vous n'apparaissez pas dans leur réponse.

Cette checklist regroupe 15 actions concrètes pour optimiser votre site en GEO, AEO et LLMO. Chaque action est classée par niveau d'effort : commencez par les points faciles, avancez vers les points structurels et techniques.

SOMMAIRE DES 15 POINTS

STRUCTURE ET CONTENU

1. Hiérarchie des titres H1, H2, H3 logiques
2. Format question-réponse direct dans vos textes
3. Schema FAQPage en JSON-LD sur vos pages clés
4. Schema.org complet : LocalBusiness, Organization, Service
5. Données E-E-A-T : auteur identifié, expertise démontrée
6. Chiffres factuels et datés dans vos contenus
7. Citations et liens depuis des sources autoritaires

PRÉSENCE ET COHÉRENCE WEB

8. NAP uniforme sur tous les annuaires (Nom, Adresse, Tél)
9. Entités nommées explicites dans vos textes
10. Dates de création et de mise à jour affichées

CONFIGURATION TECHNIQUE

11. Autoriser les crawlers IA dans robots.txt
12. Sitemap à jour soumis à Google Search Console
13. Core Web Vitals dans le vert : LCP, INP, CLS
14. Site mobile-first et responsive
15. Suivi mensuel de vos citations dans les LLM

STRUCTURE ET CONTENU

01

Hiérarchie des titres H1, H2, H3 logiques

EFFORT BAS

Les LLM analysent la structure HTML pour comprendre et extraire des passages. Une page mal structurée est difficile à exploiter.

ACTION

02

Format question-réponse direct dans vos textes

EFFORT BAS

Les moteurs de réponse extraient les passages qui commencent par la conclusion. Répondre directement augmente les citations.

ACTION

03

Schema FAQPage en JSON-LD sur vos pages clés

EFFORT MOYEN

Google et les crawlers IA lisent les données structurées pour alimenter les zones de réponse rapide et les AI Overviews.

ACTION

04

Schema.org complet : LocalBusiness, Organization, Service

EFFORT MOYEN

Les données structurées permettent aux LLM de comprendre précisément votre identité, votre activité et votre zone.

ACTION

05

Données E-E-A-T : auteur identifié, expertise démontrée

EFFORT BAS

Google et les LLM favorisent les contenus signés par une personne identifiable et crédible. Un article anonyme est moins bien évalué.

ACTION

06

Chiffres factuels et datés dans vos contenus

EFFORT BAS

Les LLM citent davantage les pages qui contiennent des données chiffrées vérifiables et récentes, avec date et source.

ACTION

07

Citations et liens depuis des sources autoritaires

EFFORT HAUT

Un site régulièrement cité par des sources crédibles renforce sa présence dans les corpus des LLM. Équivalent du netlinking pour le GEO.

ACTION

PRÉSENCE ET TECHNIQUE

08

NAP uniforme sur tous les annuaires (Nom, Adresse, Tél)

EFFORT BAS

Les LLM croisent plusieurs sources pour valider une entité. Des informations contradictoires fragilisent votre crédibilité.

ACTION

09

Entités nommées explicites dans vos textes

EFFORT BAS

Nommer explicitement votre entreprise, secteur et zone géographique permet aux LLM de vous catégoriser correctement.

ACTION

10

Dates de création et de mise à jour affichées

EFFORT BAS

Les LLM privilégient les contenus récents. Un article de 2021 mis à jour en 2026 est préféré à un article non retouché.

ACTION

11

Autoriser les crawlers IA dans robots.txt

EFFORT BAS

GPTBot, PerplexityBot, ClaudeBot, Google-Extended doivent être autorisés. Sans cela, les moteurs génératifs ne peuvent pas vous crawler.

ACTION

12

Sitemap à jour soumis à Google Search Console

EFFORT BAS

Un sitemap à jour garantit l'indexation rapide, ce qui favorise la récupération par les systèmes RAG des LLM.

ACTION

13

Core Web Vitals dans le vert : LCP, INP, CLS

EFFORT MOYEN

Google intègre la performance dans ses signaux. Un site lent est moins bien crawlé et moins visible dans les réponses IA.

ACTION

14

Site mobile-first et responsive

EFFORT MOYEN

Google indexe la version mobile en priorité. Un site non responsive est pénalisé et moins visible dans les réponses IA.

ACTION

15

Suivi mensuel de vos citations dans les LLM

EFFORT BAS

Sans mesure, pas de pilotage. 10 requêtes types testées chaque mois sur ChatGPT, Perplexity et Gemini suffisent pour démarrer.

ACTION



AGENCE MIROIR

MARKETING & COMMUNICATION . EST LYONNAIS

PROCHAINE ÉTAPE

Vous voulez aller plus vite et vous assurer de ne rien oublier ?

Demandez un audit GEO gratuit (30 minutes, sans engagement).
On analyse ensemble votre site, votre robots.txt, votre schema
et vos citations actuelles dans les LLM. Vous repartez avec
un plan d'action priorisé, adapté à votre TPE.

DEMANDER UN AUDIT GEO

CONTACT

Agence Miroir . Genas, Est Lyonnais (Rhône)

agencemiroir.fr

04 82 53 02 84

fabien@agencemiroir.fr