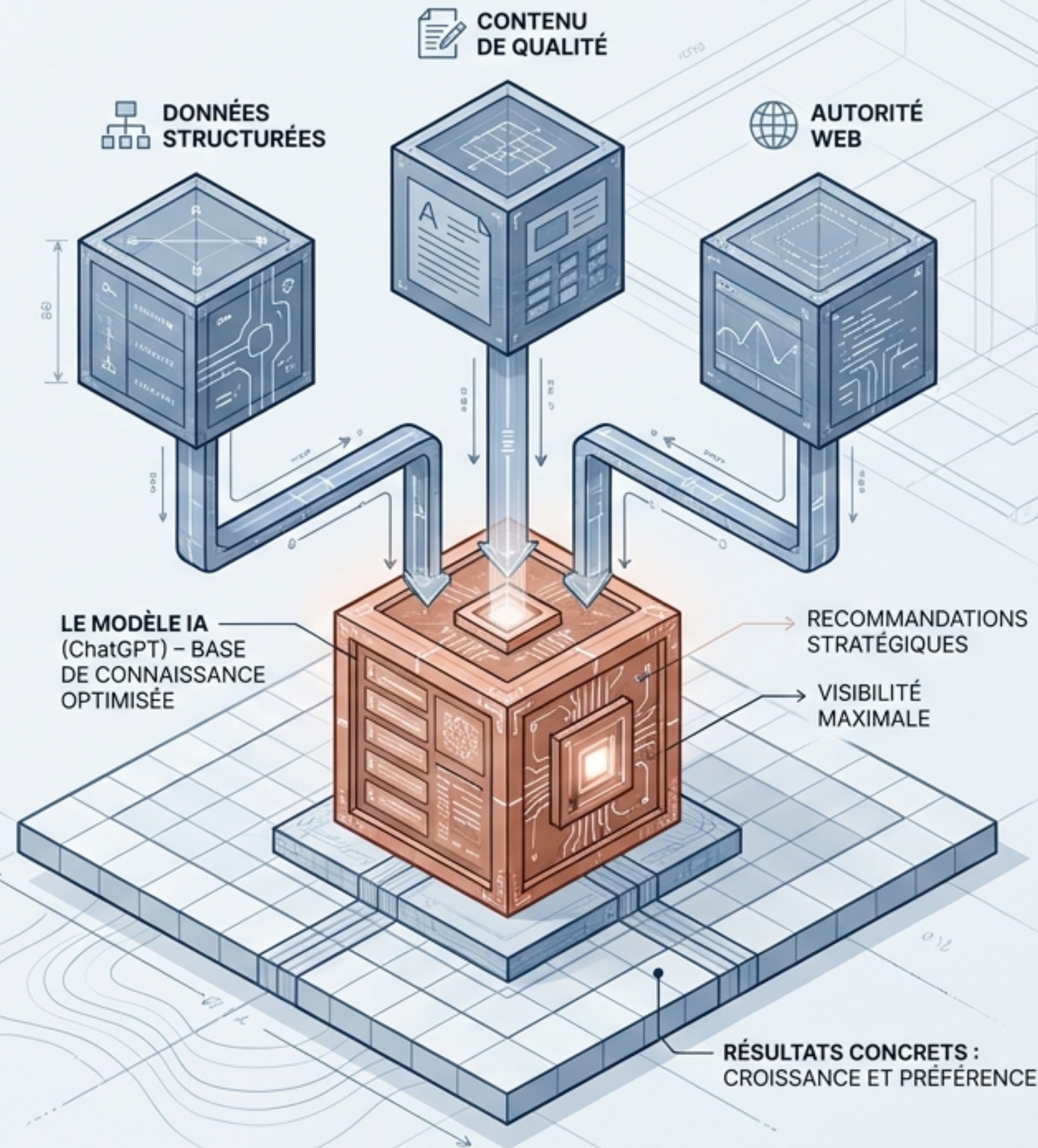


Comment faire recommander son entreprise par ChatGPT

L'architecture de la visibilité à l'ère de l'IA.

Une analyse par WSI DOM

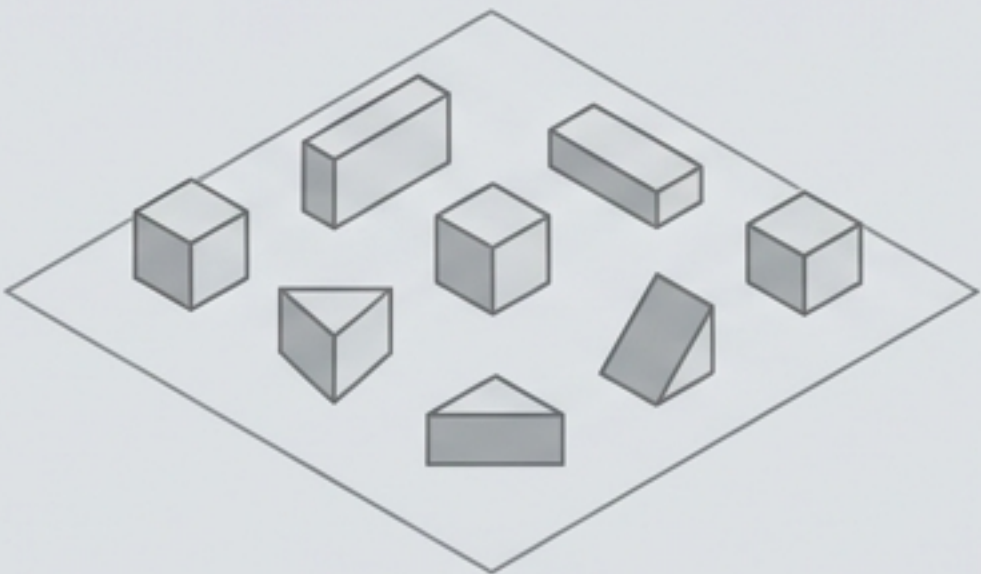


Le faux sentiment de sécurité de l'IA

De nombreuses entreprises se rassurent en demandant à l'IA : "Que sais-tu de nous ?"
C'est utile, mais trompeur. Le test le plus rentable consiste à apparaître lorsque l'acheteur cherche une solution, sans connaître votre nom.

Le Test de Notoriété

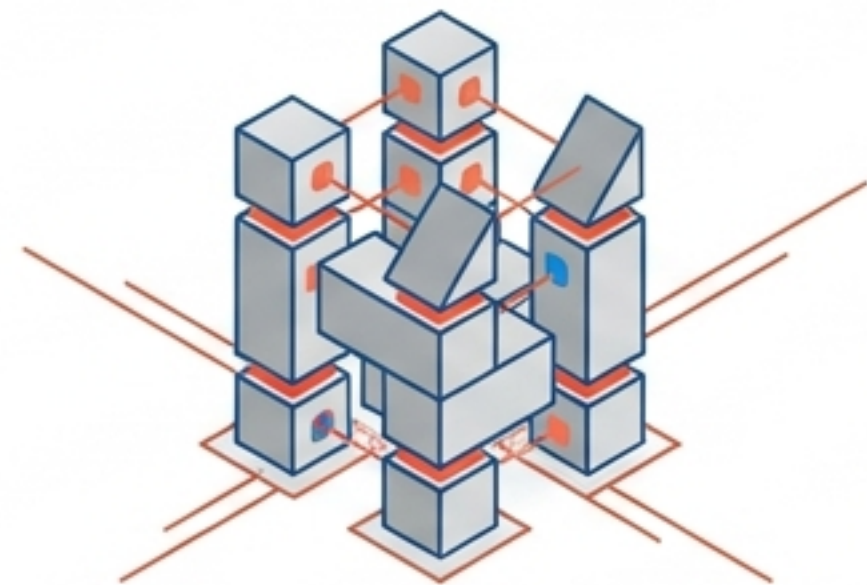
Que sais-tu de l'entreprise X ?



L'acheteur vous connaît déjà.
L'IA agit comme un simple annuaire.

Le Test de Découverte

Quelles entreprises informatiques travaillent avec des cabinets comptables à Dallas ?



L'acheteur cherche une solution.
L'IA agit comme un prescripteur stratégique.

Les 3 niveaux de visibilité IA

L'IA inclut proactivement votre entreprise lorsqu'un acheteur recherche des prestataires adaptés. C'est l'objectif commercial absolu.

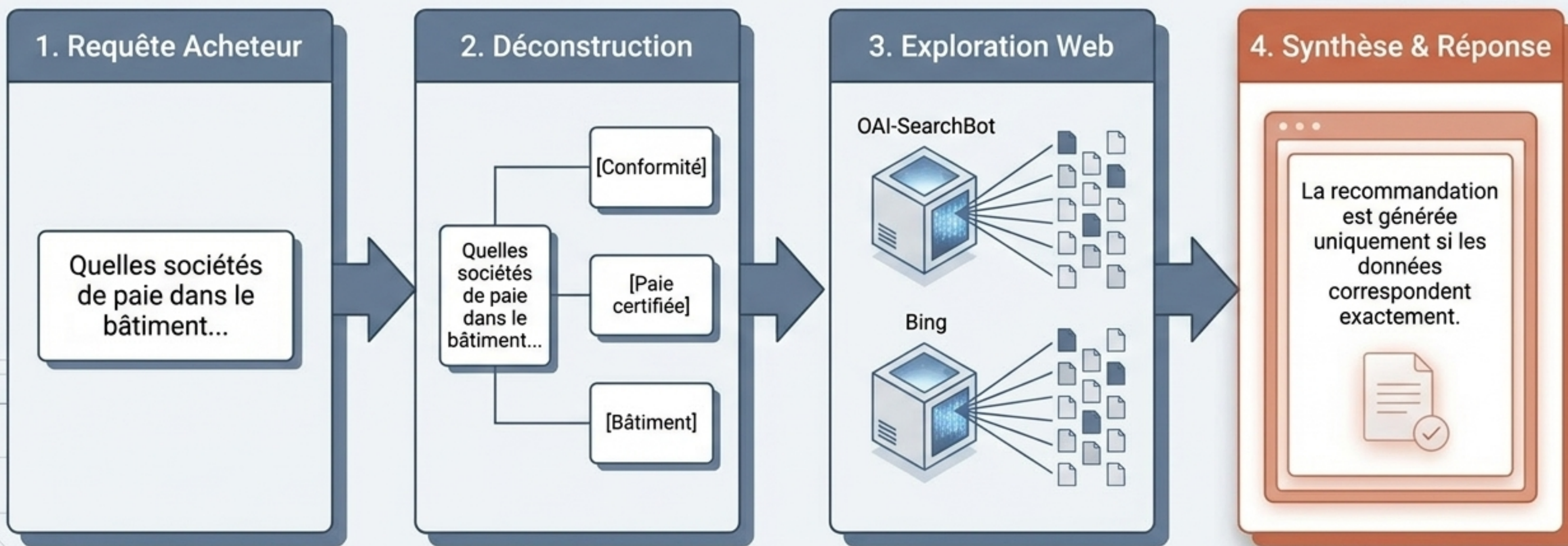
L'IA utilise l'une de vos pages comme source d'information ponctuelle.

L'IA peut identifier et décrire votre entreprise de manière basique.



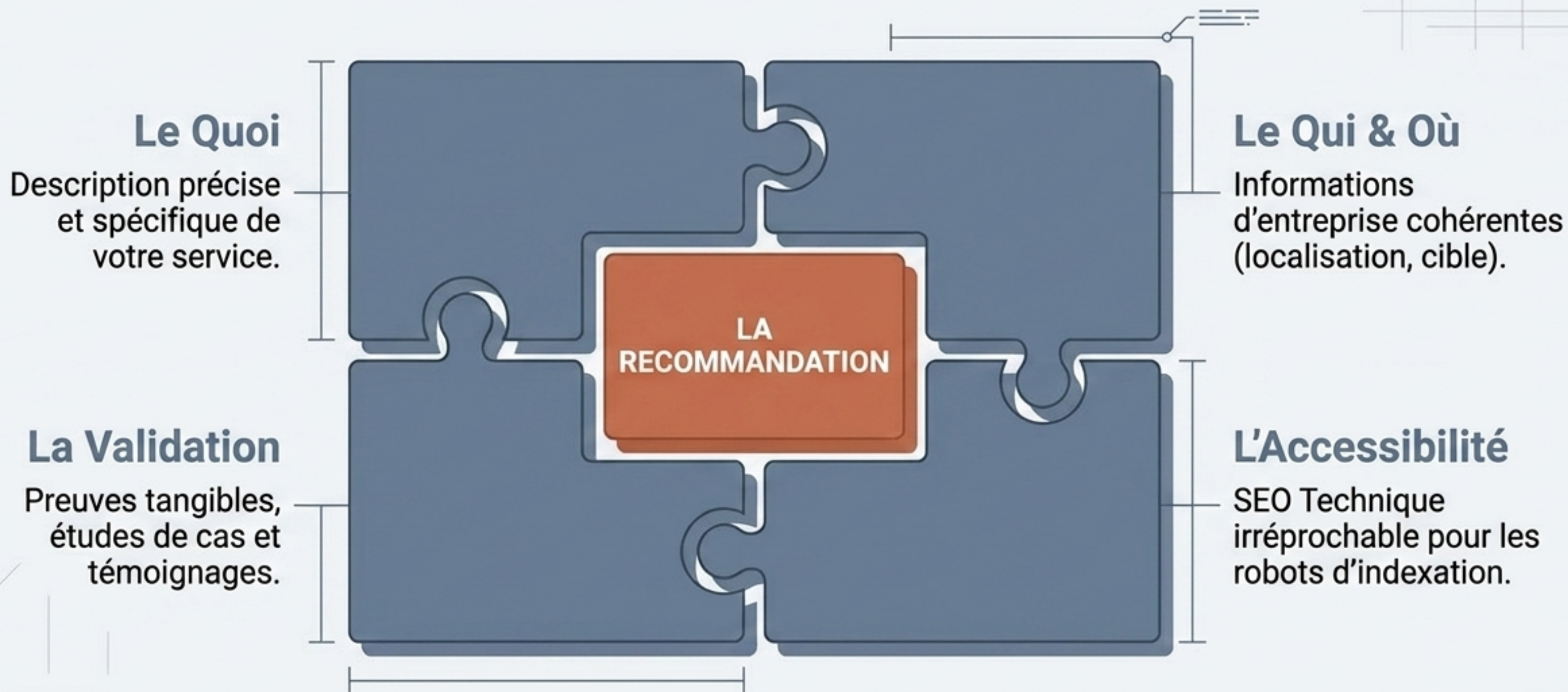
Dans le cerveau de ChatGPT Search

L'IA ne devine pas. Elle déconstruit votre page à travers des filtres stricts. Une page 'généraliste' ne survit pas à ce processus.



L'alignement des signaux de confiance

Il n'existe pas de formulaire d'inscription pour être recommandé. La visibilité découle d'un écosystème de données parfaitement alignées.



Traduire l'intention en architecture de page

Ne forcez pas l'IA à deviner. Mappez chaque question critique de vos acheteurs avec une section spécifique de votre site.

Intention de l'Acheteur	Ce qu'il demande à l'IA	L'architecture requise sur votre site
Découverte	Qui propose des services d'automatisation d'entrepôt ?	Page dédiée au service spécifique avec description claire.
Adéquation Client	Quels consultants travaillent avec l'agroalimentaire ?	Pages sectorielles, expérience démontrée et études de cas.
Géographie	Qui propose cela près de Cleveland ?	Zones de service précises, pages locales, annuaires.
Problème	Qui peut réduire les erreurs de préparation de commandes ?	Contenu reliant directement le service au problème métier.
Comparaison	Que dois-je rechercher chez un intégrateur ?	Conseils sur les processus, coûts et risques (Thought Leadership).

Autopsie d'une page service parfaite

La terminologie marketing interne est invisible pour l'IA. La spécificité est votre meilleure arme.

Le Jargon Corporate (Invisible)

Nous proposons des services technologiques ~~sur mesure~~
qui aident les ~~organisations~~ à améliorer leurs performances
à assurer leur ~~réussite à long terme~~.

Trop vague

Aucun secteur
défini

Aucune data exploitable

Le Contenu Optimisé (Recommandé)

Nous gérons des environnements **Microsoft 365** pour des
cabinets comptables comptant entre **25 et 250 employés** à
travers le **Texas**.

[Service spécifique]

[Audience cible]

[Taille d'entreprise]

[Zone géographique]

La règle de la proximité des preuves

Ne forcez pas l'IA à parcourir l'ensemble de votre site pour vérifier vos dires. Placez les preuves à proximité immédiate de vos affirmations.



Imposer une source unique de vérité

Si l'IA trouve des divergences entre votre site et l'écosystème web (vieilles fiches, adresses obsolètes), elle perd confiance et écarte votre profil.



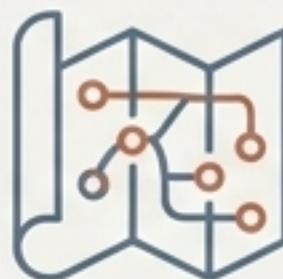
Le socle technique incontournable

Un contenu exceptionnel est inutile si les systèmes de recherche ne peuvent techniquement pas y accéder. Ces trois piliers sont non négociables.



1. L'Autorisation

Fichier Robots.txt.
OAI-SearchBot (le robot d'OpenAI) ne doit absolument pas être bloqué par votre pare-feu ou votre CDN.



2. La Cartographie

Plan du site XML.
Ce fichier agit comme un répertoire technique qui indique explicitement aux robots d'indexation où trouver vos pages stratégiques.



3. Le Moteur

Indexation Bing.
ChatGPT utilise fréquemment Bing pour ses recherches. Assurez-vous que votre site est validé dans les outils Webmaster de Bing.

Le Crash-Test : Auditez votre présence

Ouvrez votre IA préférée. Testez ces requêtes SANS mentionner votre marque pour évaluer votre véritable capacité de découverte.

Qui fournit [votre service] aux entreprises du [votre secteur] ?

Quelles entreprises de [votre service] opèrent à [votre ville] ?

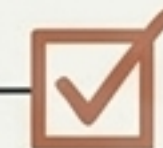
Qui peut aider un [type de client] à résoudre [problème spécifique] ?

Que dois-je rechercher lorsque je fais appel à un [prestataire] ?

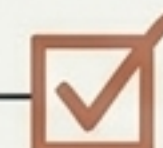
Comparez les prestataires capables de répondre à [exigence métier].



Apparaissez-vous ?



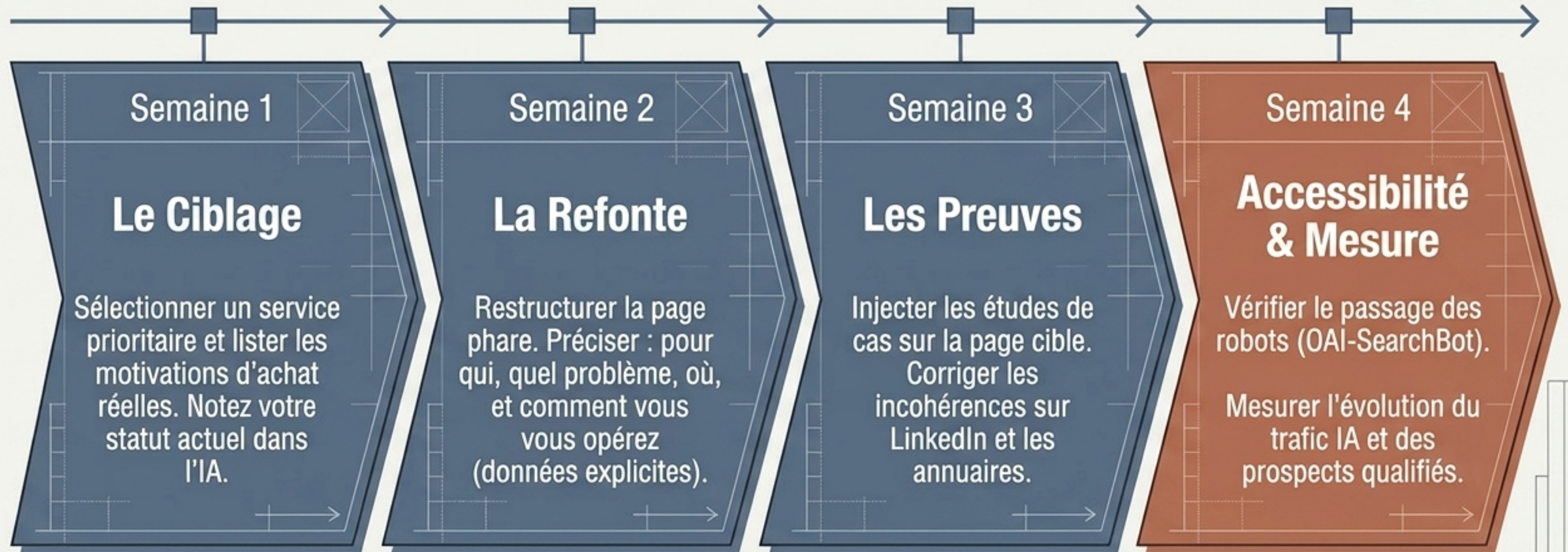
Comment êtes-vous décrit ?



Quelles sources l'IA cite-t-elle ?

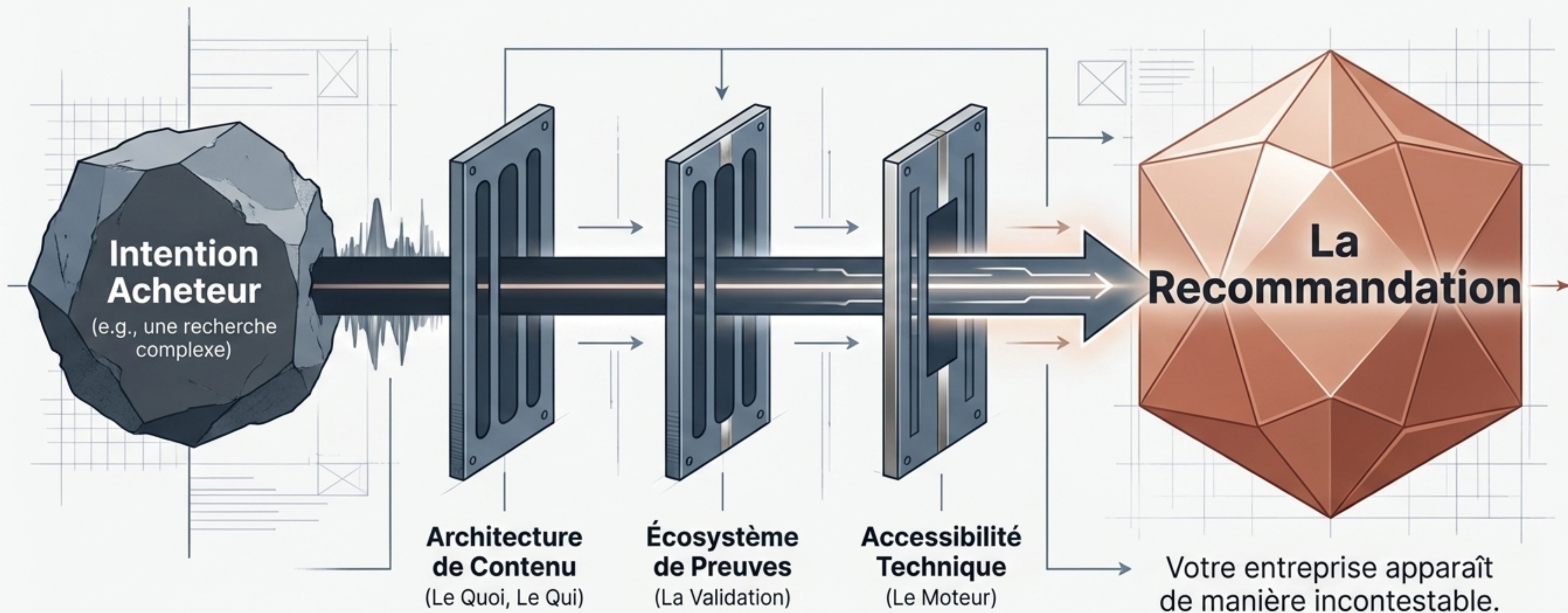
Le Playbook d'optimisation sur 30 jours

Ne tentez pas d'optimiser tout votre site d'un coup. Choisissez une offre à forte marge et exécutez ce cycle itératif.



L'architecture globale de la recommandation

La transformation d'une intention brute en un prospect qualifié.



Prenez une longueur d'avance avec l'IA

L'ère de la recherche par IA est déjà là. Ne laissez pas vos concurrents structurer leurs données avant vous. L'approche WSI AdaptiveSEO® identifie vos points faibles et déploie le contenu, la crédibilité et la technique nécessaires pour dominer ces nouveaux moteurs.

Discutez avec un consultant WSI DOM

WSI DOM

Votre partenaire multi-services 100% digital.