



- 1- Google
- 2- YouTube
- 3- AMZ
- 4- TikTok
- 5- ChatGPT et IA
- 6- X
- 7- Bing + Duck

If you're not on Google,
You don't exist

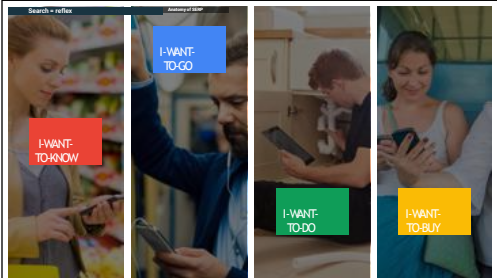


GenX : web & internet 2000
GenY : mobile 2010
GenZ : living services 2020

source : Google, Accenture

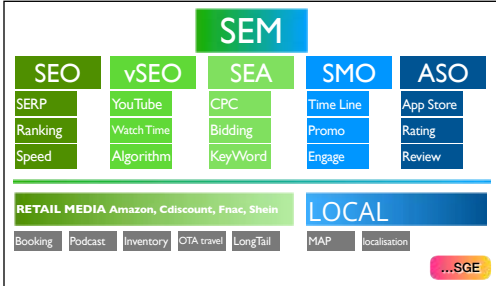
1995 : information in web
2000 : e-commerce
2005 : relation
2010 : mobile / smartphone
2015 : living services & UX
2025 : blockchain (use case NFT)

source : Google, Accenture



SEARCH = référencement = SEM
$$\text{SEO} + \text{SEA} + \text{ASO} + \text{SMO} + \text{Local} + \text{retail media}$$

SXO / GEO / SGE / SAIO



Comment fonctionnent les moteurs pilotés par l'IA?

1. S'appuient sur des mots-clés
Les moteurs de recherche traditionnels s'appuient sur la compréhension des requêtes des utilisateurs et des mots-clés pour afficher des résultats pertinents.

2. Résultats basés sur les liens
Les moteurs de recherche traditionnels s'appuient sur la qualité et la quantité des liens entrants pour évaluer la pertinence des pages.

3. Résultats spécifiques à une source
Chaque moteur propose une source distincte et ses algorithmes favorisent les pages institutionnelles pour les résultats basés sur les liens.

4. Des clics sont nécessaires pour une information précise
Les moteurs de recherche traditionnels ont besoin de clics pour affiner les résultats.

5. Recherche isolée
Chaque recherche est traitée comme une requête distincte, sans mémoire des recherches précédentes.

Search Engines (SEO) VS

1. Compréhension du contexte et du langage naturel
Les moteurs de recherche pilotés par l'IA comprennent le langage naturel pour comprendre l'intention et le contexte des requêtes, offrant des résultats plus pertinents.

2. Réponses résumées et multi-sources
Les moteurs de recherche pilotés par l'IA fournissent des réponses résumées et multi-sources, offrant une vue d'ensemble des informations.

3. Réponses intégrées à travers plusieurs sources
Les moteurs de recherche pilotés par l'IA intègrent des informations provenant de plusieurs sources pour fournir des réponses complètes.

4. Réponses dans l'instant
Les moteurs de recherche pilotés par l'IA fournissent des réponses instantanées, sans besoin de cliquer sur plusieurs liens.

5. Interactions contextuelles continues
Les moteurs de recherche pilotés par l'IA fournissent des réponses continues, permettant aux utilisateurs d'explorer les résultats de manière interactive.

Generative Engines (GEO)

SGE

SAIO

key word

GEO

Con texte

SAIO

mots-clés plus longs et conversationnels
plus de langage naturel pour poser les questions à Google

GEO generative engine optimisation

IA générative comprend l'intention de recherche et le contexte d'un utilisateur (ZMOT, micro-nano moment) changements dans les mots-clés que les utilisateurs utilisent.

search artificial intelligence optimization

SEO

Keyword

IA

Topic cocon semantic

search, qui est sans doute l'un des domaines les plus impactés par l'essor de la GenAI

Basés de 25% des recherches sur les moteurs traditionnels de 2020 au profit de nouveaux outils, tels que Perplexity, Claude ou Deepsearch. Dans ce nouveau monde search, comment préparer nos clients au LLMO (Large Language Model Optimization), équivalent du SEO ?

Arriver en haut de la liste des résultats classiques ne sera en effet plus l'unique objectif. Il faudra aussi être le publisher utilisé et cité par les nouveaux outils de web dans leurs réponses. Pour cela, plusieurs techniques sont déjà à mettre en place, comme l'ajout de contenu structuré pour faciliter la compréhension des données et l'ajout de contenu pour répondre aux questions des utilisateurs.

Par exemple, les requêtes aux agents IA provenant de clients sur le marché automobile ont une tendance à ressembler à des questions du type « quelle voiture a le coffre le plus grand pour accueillir une poussette et 2 bébés » plutôt qu'« quelle voiture a un coffre de 500 litres ». Ces changements de comportement doivent se refléter sur les pages produit.

Il s'agit également de donner toujours plus de place au rich media, très apprécié à la fois par les consommateurs et par les outils d'IA dans la construction de leurs réponses.

LLMO (Large Language Model Optimization) or Generative Engine Optimization (GEO)
How to optimize product content for large language models — Improve your brand discoverability on LLMs like Bard with these tips for how to optimize your product content
SEO will morph into LLMO: large language model optimization, the incipient industry of manipulating AI-generated material to serve clients' interests
Guide to LLM SEO, LLMO, and GEO LLMO (Large Language Model Optimization) refers to the specialized strategies used to ensure that content is processed correctly by LLMs
LLMO Explained: The New Frontier of Digital Visibility The primary goal of LLM optimization (LLMO) is to enhance the visibility and effectiveness of digital content, specifically for large language models (LLMs).

or die

workshop

huberkratoff

Whimsical

SEM SEO SEA ASO SMO SXO SERP SGE
Backlink PageRank GoogleDiscover
Position Zéro AnswerBox
Snippet - Knowledge Graph
Largest Contentful Paint (LCP)
Interaction To Next Paint (INP)
Cumulative Layout Shift (CLS)
SEARCH référencement SEM
SEO SAIO SEA ASO SMO Local retail media
PAA «core web vitals» EEAT
GA GSC GoogleUpdate
Search engine - moteur de recherche (réponse)
browser Long Tail Keyword
No Scroll - Crawl Budget - Visibility
RWD AMP SSL https SiteMap 404

Whimsical

Gutenberg

Semantic...

Zuckerberg Sandberg

... is Internet

anatomie simplifiée d'une recherche

1 le robot du moteur de recherche copie tous les sites de liens en ligne

2 l'utilisateur utilise son navigateur pour saisir sa requête

3 le navigateur envoie la requête au moteur choisi

4 le moteur effectue la recherche sur sa base interne et trouve les réponses

5 le moteur sélectionne les annonceurs intéressés par les mots clés et l'utilisateur

6 le moteur retourne une SERP avec les réponses, les publicités et les snippets

7 le moteur compte le nombre de clics sur les publicités pour facturer les annonceurs

SEARCH ENGINE

Bing Google DuckDuckGo

=

SERP

2025

SGE = RESPONSE ENGINE

Google

Choose Your Search Engine

Qu'est-ce que le "crawl budget" ? Le budget de crawl est le nombre maximum de pages qu'un moteur de recherche peut parcourir sur un site web en un temps donné. En somme, il s'agit de l'attention que Google accorde à votre site web.

Qu'est-ce que le "crawl budget" en SEO pour Google ? Le fait de créer un site web avec une certaine quantité de contenus sur le serveur du site web peut rendre l'indexation de certains contenus plus difficile.

Qu'est-ce que le crawl budget et comment l'optimiser ? Le budget de crawl représente le nombre maximum de pages que les robots d'un moteur de recherche peuvent parcourir sur un site donné.

Qu'est-ce que le Budget Crawl ? Définition

Crawl Budget

1

INFOBÉSITÉ

1 milliard de sites
2 millions d'APPs
10 milliards d'interactions sociales / j
2 millions de e-boutiques
=
une affiche dans le désert

2

SXO

Texte
Contenu
Brand Content
User eXperience
ZMOT
Micro Moment
Réputation
Confiance
Backlink
OnPage / OffPage

3

KPI

Visiteur Unique (VU)
Engagement
Traction
Clic
PdM
ROI

TECH

semantic
SSL
META CODE
sitemap
EMD
RWD AMP

+

EXPÉRIENCE

SXO
speed
organisation
duplicate
Mobile
AMP
UX

SEARCH

BlackHat

LongTail

Longue Train

Voice

SGE AIO

SiteMap

EMD exact match domaine

SSL https

Speed AMP acc mobile page

Mobile Orga. Clear Duplicate

PUB

Moteur de REPONSE AI SXO

Texte Sémantique

Google Search Timeline

Écosystème du search : Luma Partners

CONSUMER

2024

55% Vocal Search
85% Mobile Search
58% Mobile Only
40B IOT + IIOT

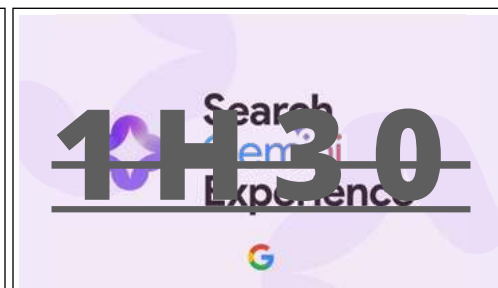
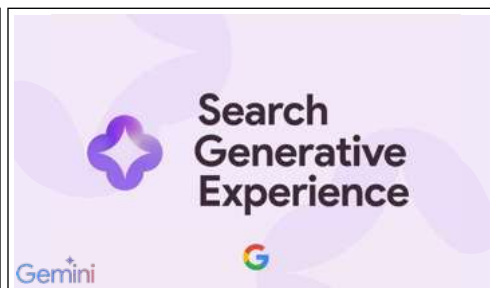
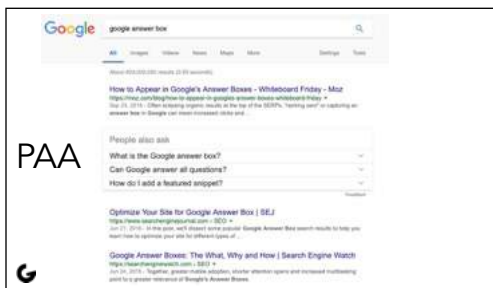
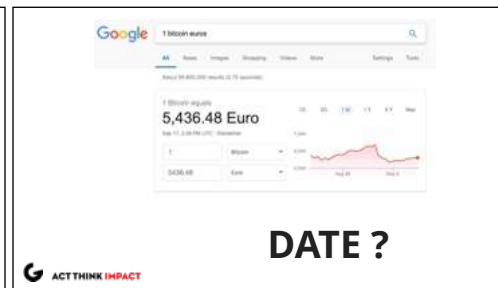
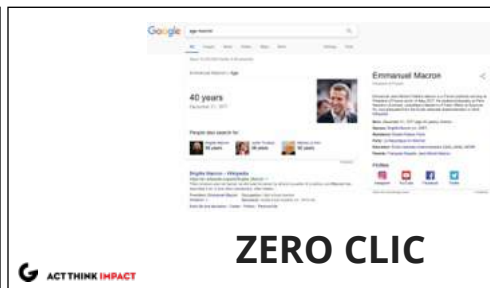
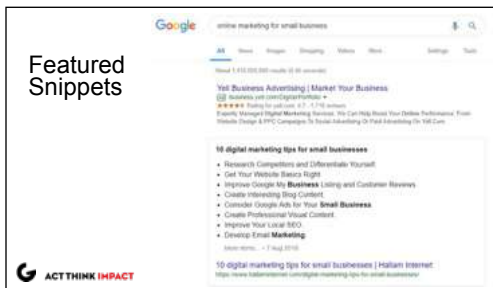
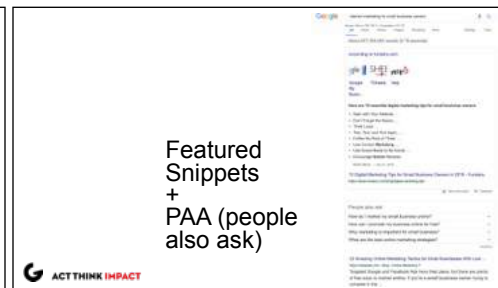
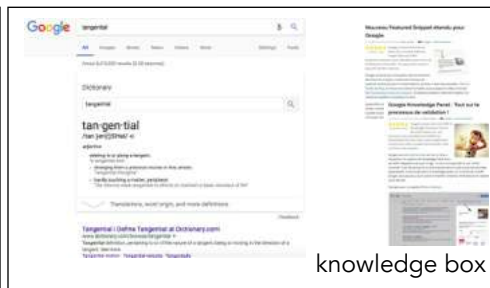
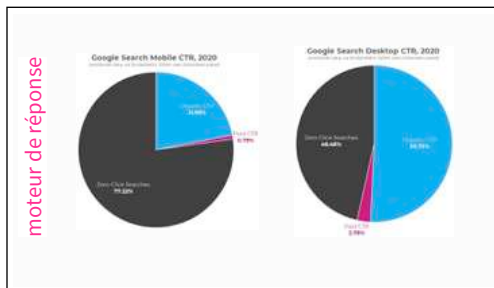
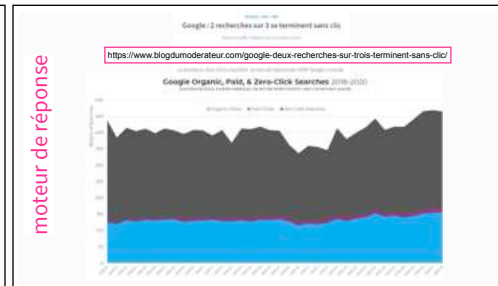
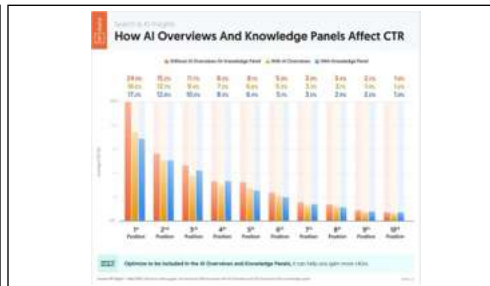
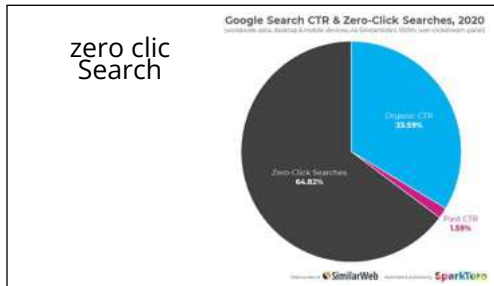
SEARCH

SXO

@kratoff
huber@kratoff.com
2024

SEO + UX = SXO

SEARCH EXPERIENCE OPTIMISATION



SGE + AIO = CC²

SEARCH GENERATIVE EXPERIENCE
AI OPTIMISATION
CC² = COMPLEXITY +++

Helpful
Content
Update
Search
Generative
Experience
Core
Update

SEARCH

moteur de
recherche

texte SERP

PERSONALI SATION

moteur de
PUBLICITÉ
\$ annuaire \$

SEARCH

moteur de
recherche

texte liste

FIND

moteur de
réponse

voix



Publicité sur Amazon

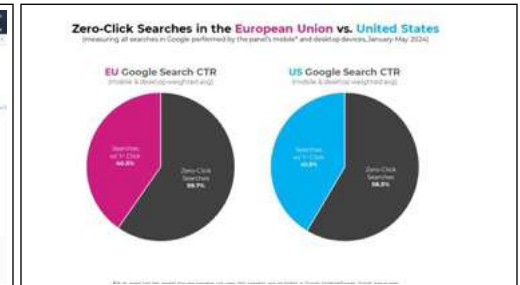
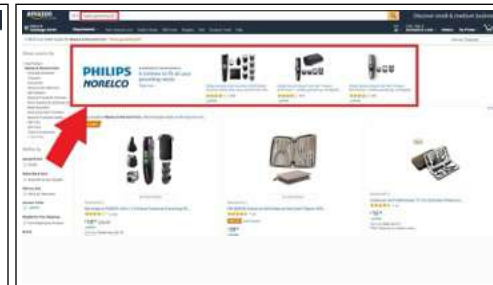
Ciblez par mot-clé ou produit

- Toucher les acheteurs capifs d'Amazon
- Payer uniquement lorsque les acheteurs cliquent
- Optimiser vos performances avec les rapports de ventes
- Démarrer une campagne à partir de 1€ par jour

Commencer

2018

AMZ = AWS + AMS



FREE

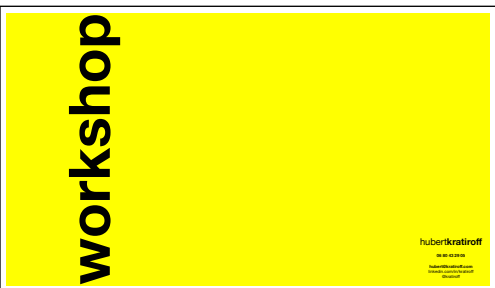
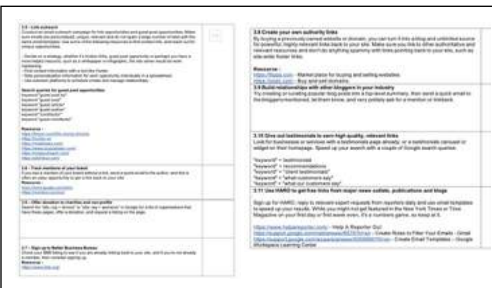
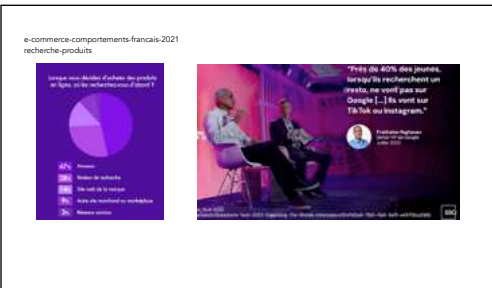
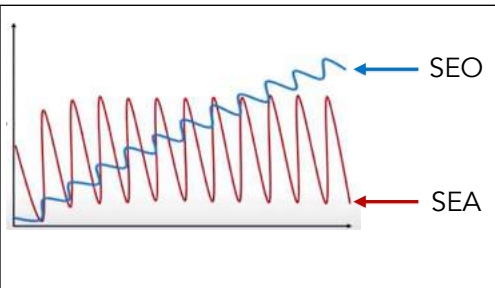
No paiement
but time & work



The art of SEO

no clear, ≠ rules
but UX is key







G

Le programme d'enseignement de la langue française en immersion est un programme d'enseignement de la langue française en immersion. Il est conçu pour les élèves de la maternelle à la 6^{ème} année. Le programme est basé sur les compétences de la langue française et sur les besoins des élèves. Il est conçu pour les élèves de la maternelle à la 6^{ème} année. Le programme est basé sur les compétences de la langue française et sur les besoins des élèves. Il est conçu pour les élèves de la maternelle à la 6^{ème} année. Le programme est basé sur les compétences de la langue française et sur les besoins des élèves.

Act Think Impact

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK