

COCKPYT AI

Generative Engine Optimization

Checklist d'audit GEO 2026

La méthode du livrable consultant

Couvrez les 5 dimensions d'un audit GEO complet, scorez chaque point, identifiez vos gaps prioritaires.

Par Florian Zornotti - Cofondateur de Cockpyt AI

www.cockpyt.ai

Mode d'emploi

Cette checklist accompagne l'article "Comment faire un audit GEO en 2026 : la méthode du livrable consultant ?" publié sur www.cockpyt.ai. Elle reprend, sous forme actionnable, les 5 dimensions d'un audit GEO complet.

Pour chaque section, cochez les cases qui correspondent à votre situation actuelle. Comptez vos cases cochées par dimension pour identifier vos gaps prioritaires.

Les 5 dimensions auditées

1. Visibilité IA : votre présence dans les réponses des LLM cibles
2. Accessibilité technique : la capacité des bots IA à crawler et lire votre site
3. Structure documentaire : la chunkability de vos contenus
4. Entités et sémantique : la désambiguïsation de votre marque pour les LLM
5. Citations et autorité externe : les sources tierces qui parlent de vous

Comment exploiter votre score

Un point coché vaut 1, un point partiellement validé vaut 0,5. Calculez votre total par dimension, puis votre note globale. En dessous de 50 %, vous avez un chantier consultant prioritaire. Entre 50 et 75 %, vous êtes en optimisation fine. Au-dessus de 75 %, le levier suivant est le monitoring continu.

1. Visibilité IA

Mesurez votre présence, votre position et votre Share of Voice dans les réponses des LLM cibles.

Présence et position

- Vous avez identifié un panier de 20 à 50 prompts cibles couvrant vos clusters business.
- Vous testez ces prompts au moins sur ChatGPT et Perplexity.
- Vous testez aussi sur Gemini et Claude si votre audience les utilise.
- Vous mesurez la présence binaire (cité oui/non) par prompt.
- Vous mesurez la position moyenne de votre marque dans la réponse.
- Vous répétez chaque prompt 3 à 5 fois pour gérer la variance des modèles.

Share of Voice et concurrence

- Vous avez identifié 3 à 5 concurrents de référence à benchmarker.
- Vous mesurez votre Share of Voice face à ces concurrents sur le même panier.
- Vous suivez l'évolution de ce Share of Voice dans le temps (hebdo ou bi-mensuel).
- Vous distinguez vos prompts notoriété, comparatifs, intentionnels et de douleur.

Qualité et contexte

- Vous vérifiez le sentiment et le contexte de chaque citation (positif, neutre, négatif).
- Vous identifiez les hallucinations des LLM sur votre marque, produits ou dirigeants.
- Vous conservez des captures historiques des réponses pour suivre l'évolution.

2. Accessibilité technique

Contrôlez la capacité des bots IA à atteindre, crawler et lire votre site.

Crawlabilité et autorisations bots

- Votre site est configuré dans Google Search Console.
- Votre site est configuré dans Bing Webmaster Tools.
- Votre fichier robots.txt autorise GPTBot, ChatGPT-User, ClaudeBot, PerplexityBot, Google-Extended.
- Votre CDN ou WAF ne bloque pas ces user-agents.
- Vous avez vérifié dans les logs serveur que les bots IA crawlent réellement vos pages.

Sitemap et indexation

- Vous disposez d'un sitemap XML à jour.
- Le sitemap inclut la balise lastmod pour chaque URL.
- Vous avez généré des sitemaps dédiés aux images et aux vidéos si pertinent.

- Le sitemap est soumis à Google Search Console et Bing Webmaster Tools.
- Vous pingez IndexNow ou l'API Bing à chaque mise à jour de contenu majeur.

Rendu et performance

- Vos pages stratégiques se chargent et s'affichent en moins de 2 secondes.
- Vos pages se rendent côté serveur (SSR ou SSG), pas uniquement en JavaScript client.
- Vos Core Web Vitals (LCP, INP, CLS) sont validés sur mobile et desktop.
- Votre site est entièrement en HTTPS avec HSTS activé.
- Votre contenu reste lisible avec JavaScript désactivé.

3. Structure documentaire

Évaluez la chunkability de vos contenus : la capacité de chaque section à être prélevée comme un bloc autonome.

Chunkability

- Chaque H2 de vos pages stratégiques répond à une question précise.
- Vos paragraphes ouvrent par une réponse directe, sans introduction de mise en bouche.
- Vos sections peuvent être lues isolément sans perdre le sens.
- Un chunk = une idée principale, pas trois sujets entremêlés.
- Vos paragraphes font 150 à 300 mots maximum.

Hiérarchie et formats

- Vos balises H1, H2, H3 suivent une hiérarchie propre, sans saut de niveau.
- Vous utilisez listes, tableaux et FAQ pour les contenus extractibles.
- Vos sections importantes portent un titre sous forme de question quand pertinent.
- Vous incluez des définitions explicites pour vos termes métier clés.

Fraîcheur et FAQ

- Les dates de publication et de dernière mise à jour sont visibles sur vos pages.
- Vos pages stratégiques ont été mises à jour au cours des 6 derniers mois.
- Vos pages clés intègrent une section FAQ avec des questions issues de votre audience.
- Cette FAQ utilise un balisage FAQPage en JSON-LD.

4. Entités et sémantique

Vérifiez que les LLM identifient correctement votre marque, vos produits, vos dirigeants et votre catégorie.

Désambiguïsation et schema

- Vous disposez d'un schema Organization sur l'ensemble du site.

- Ce schema inclut des liens sameAs vers LinkedIn, YouTube, Facebook, X et autres profils sociaux.
- Votre marque dispose d'une fiche Wikidata à jour.
- Vous maintenez un changelog des informations clés (création, siège, dirigeants, fonds levés).
- Vos pages auteurs utilisent un schema Person ou ProfilePage relié à des profils vérifiés.
- Vos articles de blog portent un schema author relié à ces pages auteurs.

Données structurées

- Vos pages produits ou services portent un balisage schema.org adapté (Product, Service, SoftwareApplication...).
- Vos articles utilisent un schema Article ou NewsArticle.
- Vos pages locales utilisent un schema LocalBusiness avec NAP cohérent.
- Vous validez vos schemas avec un outil dédié (Schema Validator, Rich Results Test).

Cohérence et reconnaissance

- Vos alias de marque sont cohérents sur l'ensemble du web (orthographe, casse, espaces).
- Vous avez testé que les LLM décrivent votre marque sans la confondre avec un homonyme.
- Vos termes métier clés sont définis et utilisés de façon cohérente sur vos pages.

5. Citations et autorité externe

Auditez les sources tierces que les moteurs IA mobilisent pour parler de votre marché.

Avis et réputation tiers

- Vous disposez d'avis sur au moins 2 plateformes tierces externes.
- Vous suivez la vélocité de vos avis (nombre et fréquence).
- Vous avez autant ou plus d'avis que vos 3 principaux concurrents.
- Votre note moyenne est équivalente ou supérieure à celle de vos concurrents.

Listicles et comparatifs

- Vous avez constitué une liste des articles "meilleurs X" où vos concurrents sont mentionnés.
- Vous suivez votre visibilité dans ces listicles (mention, position).
- Vous avez un process pour pitcher l'intégration de nouveaux listicles.
- Vos pages de comparatif et d'avis portent un balisage schema adapté.

Sources favorites des LLM

- Vous identifiez la présence de votre marque sur Reddit dans les threads de votre secteur.
- Vous publiez ou êtes cité sur YouTube sur vos sujets cœur.

- Votre marque apparaît sur les forums spécialisés de votre secteur.
- Vous avez identifié vos 100 sites tiers prioritaires ("dream 100").
- Vous disposez d'une cadence de pitching active pour obtenir des mentions sur ces 100 sites.
- Vous avez une stratégie dédiée aux mentions .edu, .gov et institutionnelles si pertinent.

Synthèse : votre score et vos 3 actions prioritaires

Reportez vos scores par dimension dans le tableau ci-dessous. La dimension la plus basse est votre chantier prioritaire.

Dimension	Cases cochées	Score %
1. Visibilité IA	___ / 13	___ %
2. Accessibilité technique	___ / 15	___ %
3. Structure documentaire	___ / 13	___ %
4. Entités et sémantique	___ / 13	___ %
5. Citations et autorité externe	___ / 14	___ %
Score global	___ / 68	___ %

Interprétation rapide

- **Moins de 50 % global** : audit consultant prioritaire avec plan d'action 90 jours.
- **50 à 75 %** : trois à cinq actions prioritaires suffisent à passer un cap. Concentrez-vous sur les deux dimensions les plus basses.
- **Plus de 75 %** : vous êtes en optimisation fine. Le levier suivant est le monitoring continu cross-LLM.

Et après ?

Cette checklist couvre le diagnostic. Pour transformer le constat en plan d'action, deux options :

1. **Vous tenez le suivi en interne.** Refaites cette checklist tous les 3 à 6 mois pour mesurer vos progrès.
2. **Vous automatisez la mesure.** Cockpyt AI suit en continu les dimensions Visibilité IA et Citations externes, sur ChatGPT, Perplexity, Gemini et Claude. Vous gardez la profondeur du livrable consultant sans le coût récurrent du test manuel.

Découvrir Cockpyt AI

www.cockpyt.ai

Audit consultant sur mesure : www.cockpyt.ai/consulting-geo/

Contact : florian@cockpyt.ai