



LIVRE BLANC

Agents IA : 10 hacks pour que votre PME soit recommandée

ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity : le guide 2026 pour rendre votre site visible, compréhensible et actionnable par les assistants IA.

Vos clients ne cherchent plus seulement sur Google : ils posent leurs questions à un assistant IA, qui lit le web à leur place et recommande une poignée d'entreprises. Voici dix gestes concrets, du plus simple au plus avancé, pour faire partie de ces réponses.

AU SOMMAIRE

- 1 Ouvrez votre porte aux robots des IA
- 2 Répondez aux vraies questions de vos clients
- 3 Balisez vos données en JSON-LD (Schema.org)
- 4 Soyez limpide : qui, où, pour qui
- 5 Parlez les langues de vos clients
- 6 Publiez des preuves vérifiables
- 7 Structurez chaque page comme une réponse
- 8 Restez lisible sans JavaScript, et rapide
- 9 Rendez vos données actionnables : API, MCP, rendez-vous en ligne
- 10 Mesurez votre visibilité IA, tous les mois

1 Ouvrez votre porte aux robots des IA

Avant toute optimisation, vérifiez que les collecteurs des assistants IA ont le droit d'entrer. Beaucoup de sites bloquent, souvent sans le savoir, GPTBot (OpenAI), ClaudeBot (Anthropic), PerplexityBot ou Google-Extended : un fichier robots.txt trop restrictif, un pare-feu ou un CDN qui renvoie une erreur 403 ou un CAPTCHA au premier passage.

Pourquoi ça marche : un agent qui ne peut pas lire vos pages ne peut ni comprendre votre offre, ni vous citer, ni vous recommander. C'est aujourd'hui le frein le plus invisible à la visibilité dans les réponses IA — et le plus rapide à lever.

- Ouvrez www.votresite.be/robots.txt et cherchez les lignes Disallow visant GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot ou Google-Extended
- Vérifiez auprès de votre hébergeur ou de votre CDN qu'aucune règle anti-bot ne bloque ces agents
- Décidez consciemment : autoriser la lecture pour être recommandé, ou bloquer pour protéger un contenu payant

Important

Un blocage involontaire est indolore en apparence : votre trafic Google ne bouge pas, mais vous disparaîsez des réponses de ChatGPT et consorts. Testez avant de conclure que « l'IA ne vous connaît pas ».

2

Répondez aux vraies questions de vos clients

Un assistant IA raisonne en intentions et en questions, pas en mots-clés. Listez les dix questions que vos clients posent réellement au téléphone ou par e-mail — « Combien coûte... ? », « Quel logiciel pour... ? », « Êtes-vous disponibles à... ? » — et donnez à chacune une réponse claire, complète et honnête sur votre site.

Pourquoi ça marche : quand un utilisateur pose la même question à son assistant, le modèle cherche la source qui y répond le plus directement. Une page qui épouse la formulation naturelle de la question devient la matière première de la réponse.

Astuce

Exemple : transformez vos échanges récurrents en une vraie FAQ par service, avec la question posée telle quelle en titre et la réponse dans les deux premières phrases.

3

Balisez vos données en JSON-LD (Schema.org)

Les agents ne « regardent » pas votre mise en page : ils consomment vos données structurées. Le balisage Schema.org en JSON-LD décrit noir sur blanc qui vous êtes (Organization, LocalBusiness), ce que vous vendez (Service, Product, avec prix quand c'est possible) et ce que vous savez (FAQPage).

Pourquoi ça marche : une donnée balisée est comparable instantanément et sans risque d'erreur d'interprétation. À offre égale, l'entreprise dont les informations sont structurées est plus facile à citer que celle dont il faut deviner les prix et la zone d'activité.

- Organization ou LocalBusiness : nom, logo, adresse, téléphone, zone desservie (areaServed)
- Service ou Product : description, public visé, fourchette de prix si vous pouvez l'assumer publiquement
- FAQPage sur vos pages de questions-réponses

Astuce

Exemple : pour une société de services active en Wallonie et à Bruxelles, un LocalBusiness avec areaServed explicite vaut mieux qu'une adresse seule — l'agent sait immédiatement si vous couvrez la commune du client.

4

Soyez limpide : qui, où, pour qui

Les assistants croisent les sources avant de recommander : votre site, votre fiche Google Business, les annuaires, la presse. Si votre nom, votre adresse ou votre téléphone diffèrent d'une source à l'autre, la confiance du modèle baisse — et la vôtre mérite mieux.

Pourquoi ça marche : la cohérence des informations de base est un signal de fiabilité que les modèles savent mesurer. Une identité nette, une zone d'activité explicite et des pages locales bien construites ancrent votre entreprise dans sa géographie.

- Un seul nom commercial, une seule adresse, un seul numéro — identiques partout
- Fiche Google Business complète : horaires, photos, services, zone de service
- Des pages locales sincères pour vos villes ou régions clés, pas des pages clonées

À retenir

Un agent qui hésite entre deux versions de votre adresse préférera citer un concurrent cohérent. L'hygiène des données de base n'est pas du détail : c'est un prérequis.

5

Parlez les langues de vos clients

En Belgique, vos clients interrogent leur assistant en français, en néerlandais et parfois en anglais — et l'assistant répond dans leur langue, en privilégiant les sources rédigées dans cette langue. Un site uniquement francophone est quasi absent des réponses néerlandophones, et inversement.

Pourquoi ça marche : le modèle cite ce qu'il comprend le mieux dans la langue de la conversation. Des contenus réellement rédigés — vocabulaire métier correct, exemples locaux — inspirent confiance ; une traduction automatique brute produit l'effet inverse.

Important

La traduction mot à mot d'une page FR vers le NL se repère immédiatement (terminologie approximative, tournures calquées). Faites relire par un locuteur natif au moins vos pages clés : services, prix, contact.

6

Publiez des preuves vérifiables

« Leader depuis 20 ans » ne convainc ni un humain ni un modèle. Ce qui pèse : des références clients nommées, des avis authentiques, des certifications précises, des chiffres datés et sourcés. Les assistants privilégient les affirmations qu'ils peuvent recouper.

Pourquoi ça marche : les modèles sont entraînés à distinguer l'affirmation vérifiable du slogan. Chaque preuve concrète publiée est un fait citable ; chaque superlatif vague est ignoré — au mieux.

- Une page références avec des cas clients réels : secteur, besoin, solution, résultat
- Des avis structurés (balisage Review ou AggregateRating) là où c'est pertinent
- Des certifications et partenariats exacts, formulés comme ils sont officiellement

Astuce

Exemple : « Partenaire officiel Odoo, 50+ PME accompagnées en Belgique depuis 2023 » est citable ; « le meilleur intégrateur du marché » ne le sera jamais.

7

Structurez chaque page comme une réponse

Les agents extraient des passages, pas des pages entières. Donnez-leur des passages parfaits : un titre qui reprend la question ou le besoin, la réponse dès les deux premières phrases, puis les détails en listes courtes et en tableaux comparatifs.

Pourquoi ça marche : un paragraphe autonome, factuel et bien délimité devient une citation prête à l'emploi. Les informations décisives — prix d'appel, délais, conditions — doivent être écrites en toutes lettres dans le texte, pas cachées dans une image ou un PDF.

Astuce

Exemple : « Nos forfaits de maintenance démarrent à X € par mois, sans engagement » placé dans le premier paragraphe vaut mieux qu'un tarif enfoui dans une brochure téléchargeable.

8

Restez lisible sans JavaScript, et rapide

Beaucoup de collecteurs IA n'exécutent pas — ou mal — le JavaScript, et n'attendent pas les chargements lents. Si votre contenu n'apparaît qu'après des animations, des onglets dynamiques ou un long temps de réponse, une partie des agents repart avec une page vide.

Pourquoi ça marche : le contenu présent directement dans le HTML est lu par tous les agents, les plus simples comme les plus avancés. La rapidité devient un critère implicite : entre deux sources équivalentes, celle qui répond vite est explorée plus souvent et plus profondément.

Astuce

Test simple : désactivez JavaScript dans votre navigateur et rechargez vos pages clés. Ce que vous ne voyez plus, une partie des agents ne le voit pas non plus.



Rendez vos données actionnables : API, MCP, rendez-vous en ligne

L'étape d'après, c'est de permettre l'action : des données interrogeables en direct (disponibilités, catalogue) et des parcours simples qu'un assistant peut recommander sans friction — une prise de rendez-vous en ligne accessible sans compte, une demande de devis claire, des fiches produits complètes. Le Model Context Protocol (MCP), standard ouvert initié par Anthropic et largement adopté depuis, permet précisément de brancher vos systèmes — un ERP comme Odoo, votre site, votre catalogue — sur les assistants IA, de façon contrôlée.

Pourquoi ça marche : un agent préfère une donnée fraîche obtenue proprement à une page à interpréter, et un parcours public sans étape piège à un tunnel opaque. L'entreprise qui expose un point d'accès fiable devient actionnable : l'assistant peut vérifier une disponibilité ou orienter vers votre réservation en ligne au lieu de simplement « en parler » — aujourd'hui pour l'humain qu'il conseille, demain en préparant l'action lui-même.

À retenir

C'est le cœur de notre pilier IA & Données : chez LPLG, nous développons des connecteurs MCP qui relient les données d'entreprise (Odoo, site web, catalogue) aux assistants IA — avec les garde-fous d'accès qui s'imposent.

10

Mesurez votre visibilité IA, tous les mois

Ce qui ne se mesure pas ne s'améliore pas. Établissez la liste des dix questions qui comptent pour votre activité, posez-les chaque mois à ChatGPT, Claude, Gemini et Perplexity, et notez : votre entreprise apparaît-elle ? Qui est cité à votre place ? Quelles sources l'assistant utilise-t-il ?

Pourquoi ça marche : les réponses des assistants évoluent vite, et chaque source citée à votre place est une piste d'action concrète — un annuaire à compléter, une page à créer, une preuve à publier. Suivez aussi, dans vos statistiques web, les visites référées par les assistants : c'est un canal qui se surveille désormais comme les autres.

Astuce

Exemple : un simple tableau — 10 questions en lignes, 4 assistants en colonnes, une couleur si vous êtes cité — suffit pour visualiser vos progrès mois après mois.

Votre checklist agents IA

- ✓ robots.txt vérifié : GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot et Google-Extended ne sont pas bloqués
- ✓ Les dix questions les plus fréquentes de vos clients ont chacune une réponse claire sur le site
- ✓ JSON-LD en place : Organization ou LocalBusiness, Service ou Product, FAQPage
- ✓ Nom, adresse et téléphone identiques partout ; fiche Google Business complète et à jour
- ✓ Contenus réellement rédigés en français et en néerlandais (pas de traduction automatique brute)
- ✓ Preuves vérifiables publiées : références clients, avis, certifications, chiffres datés
- ✓ Chaque page clé répond à la question dès les deux premières phrases
- ✓ Le contenu essentiel est lisible sans JavaScript et le site répond vite
- ✓ Vos données utiles (rendez-vous, catalogue, disponibilités) sont accessibles via API ou connecteur MCP
- ✓ Un suivi mensuel de votre visibilité dans les assistants IA est en place

Le commerce agentique arrive vite : OpenAI et Stripe ont lancé l'Agentic Commerce Protocol pour permettre à un assistant de finaliser un achat, et Google pousse ses propres standards pour les transactions pilotées par agents. Ces normes sont encore émergentes, mais elles vont dans la même direction : les entreprises dont les données sont ouvertes, structurées et fiables seront recommandées, les autres deviendront invisibles. La bonne nouvelle pour une PME belge, c'est que l'essentiel se joue dès aujourd'hui sur des fondations accessibles — les dix hacks de ce guide — sans refonte complète ni budget démesuré.

Faites le point sur votre visibilité IA

Envie de savoir où vous en êtes ? Réservez une consultation SEO & GEO gratuite : nous auditions votre site, vos données structurées et votre présence réelle dans les réponses de ChatGPT, Claude, Gemini et Perplexity.

Réservez votre consultation SEO & GEO gratuite