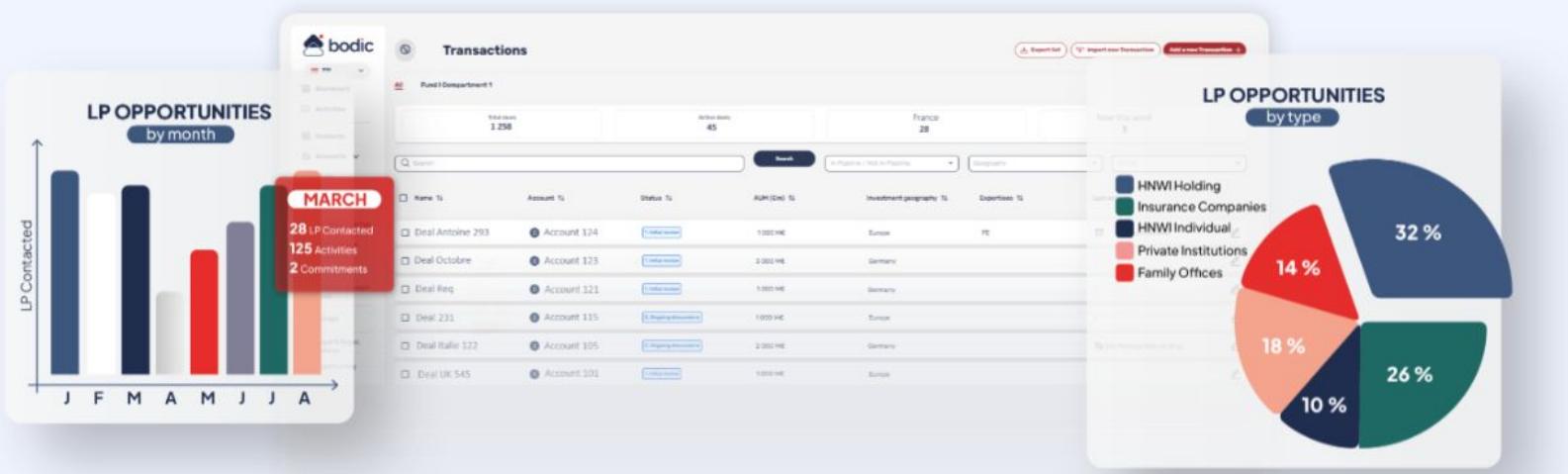




Votre partenaire DATA pour optimiser
les performances de votre société de gestion



Les Fiches Pratiques IA DATA

5 minutes pour comprendre un concept technique

F#28 - GEO & IA : devenir visible dans
les moteurs d'IA (et plus seulement sur Google)

Décembre 2025

www.bodic.eu

Constat : le SEO ne suffit plus dans un monde piloté par les IA

- ❖ Pendant 20 ans, les entreprises ont travaillé leur visibilité via le SEO : mots-clés, backlinks, classement Google, trafic web...
- ❖ Mais en 2025, une nouvelle bascule est déjà enclenchée :
 - De plus en plus de recherches passent par des agents IA : ChatGPT, Copilot, Perplexity, Gemini, Assistants métiers...
 - L'utilisateur ne "clique" plus : il consomme directement une réponse générée.
 - Ce ne sont plus les pages web qui sont visibles... ce sont les entités comprises par l'Intelligence Artificielle.

Exemples concrets (à tester sur votre assistant IA préféré !) :

« Montre-moi les fonds européens B2C avec une vraie stratégie ESG »
« Qui sont les 5 fonds qui comptent en Tech en France en ce moment ? »

Si votre société de gestion n'est pas intégrée dans le raisonnement de l'IA, elle n'existe pas dans ces réponses (et c'est pareil pour vos participations !)

- 👉 Le SEO optimise pour Google.
- 👉 Le GEO (Generative Engine Optimization) optimise pour les IA génératives.

Qu'est-ce que le GEO (Generative Engine Optimization) ?

Le GEO consiste à **optimiser la manière dont une IA comprend, interprète et cite votre entreprise dans ses réponses.**

Ce n'est pas du marketing : c'est de la **structuration informationnelle pour des modèles intelligents.**

Le GEO repose sur 5 piliers :

❖ **Structuration du contenu**

Pages claires, FAQ, contenus explicites, définitions propres

❖ **Cohérence sémantique globale**

Même discours sur le site, LinkedIn, PDFs, médias, pitchs

❖ **Autorité externe**

Citations, presse, partenaires, backlinks qualifiés

❖ **Données structurées**

Schema.org, JSON-LD, entités lisibles machine

❖ **Visibilité dans les LLM**

Tout ce que l'IA peut “apprendre” facilement sur vous

Le GEO transforme votre marque en **entité cognitive exploitable par les IA.**

Pourquoi le GEO devient stratégique ?

Cela devient stratégique à la fois pour les GPs et pour leurs participations

Pour la société
de gestion

- ❖ Être visible dans les recherches pilotées par IA
- ❖ Clarifier automatiquement son positionnement
- ❖ Renforcer l'attractivité LP et recrutement
- ❖ Réduire les frictions d'information en due diligence
- ❖ Mieux maîtriser son image numérique

Pour les
participations

- ❖ Être “trouvable” par les assistants IA clients
- ❖ Accélérer la conversion et la crédibilité
- ❖ Aligner marque, mission, produits, discours
- ❖ Préparer les audits IA & conformité future
- ❖ Éviter les incohérences publiques

Dans 2 ans, une entreprise non GEO-compatible sera invisibilisée,
exactement comme une entreprise hors SEO en 2010.

GEO + MCP : de la visibilité à l'actionnabilité

Le **GEO** rend votre entreprise visible dans les IA.

Le **MCP** (voir Fiche #24) la rend actionnable.

Avec MCP, une IA ne se contente plus de vous citer.

Elle peut **agir** à partir de vos données structurées :

« Résume la thèse d'investissement du fonds »

« Compare les participations fintech du portefeuille »

« Analyse la cohérence ESG de la marque »

Si vos données ne sont pas **structurées pour être lues par la machine**, les agents MCP ne peuvent ni vous lire, ni vous exploiter correctement :

- GEO = être vu
- MCP = être utilisé
- Les deux sont indissociables

Vers la gouvernance de l'information par l'IA (GouvIA)

Le GEO pose un nouveau problème stratégique :

Qui maîtrise le récit généré par l'IA sur votre entreprise ?

Sans gouvernance :

- ❖ L'IA reconstruit votre image à partir de fragments
- ❖ Elle peut amplifier des erreurs publiques
- ❖ Elle mélange parfois plusieurs entités
- ❖ Elle extrapole sans cadre clair

La GouvIA permet de :

- ❖ Définir une version officielle lisible machine de votre entité
- ❖ Structurer mission, valeurs, thèses, ESG, offres
- ❖ Localiser la source de chaque information
- ❖ Réduire le risque d'hallucination informationnelle
- ❖ Renforcer la conformité future (AI Act, transparence)

Le GEO devient ainsi un outil de gouvernance, pas seulement de visibilité.

Bodic lance une app dédiée “GEO Profiles” pour vous aider



Faites exister votre société
de gestion et ses participations
dans les assistants IA

GEO Profiles est le module Bodic Apps dédié aux **sociétés de gestion** qui veulent contrôler la façon dont les IA (ChatGPT, Gemini, Copilot, agents) décrivent leurs fonds et leurs participations.

Bodic GEO Profiles est une app SaaS pour **structurer, valider puis exposer** les profils IA officiels de votre fonds et de vos participations, en quelques clics, **disponible en mode SaaS autonome ou via un plugin WordPress dédié.**



GEO Profiles

<https://geo.bodic.fr>

Le GEO devient un nouvel actif immatériel stratégique du fonds et de son écosystème.

Contactez-nous pour tester Bodic GEO Profiles : contact@bodic.eu



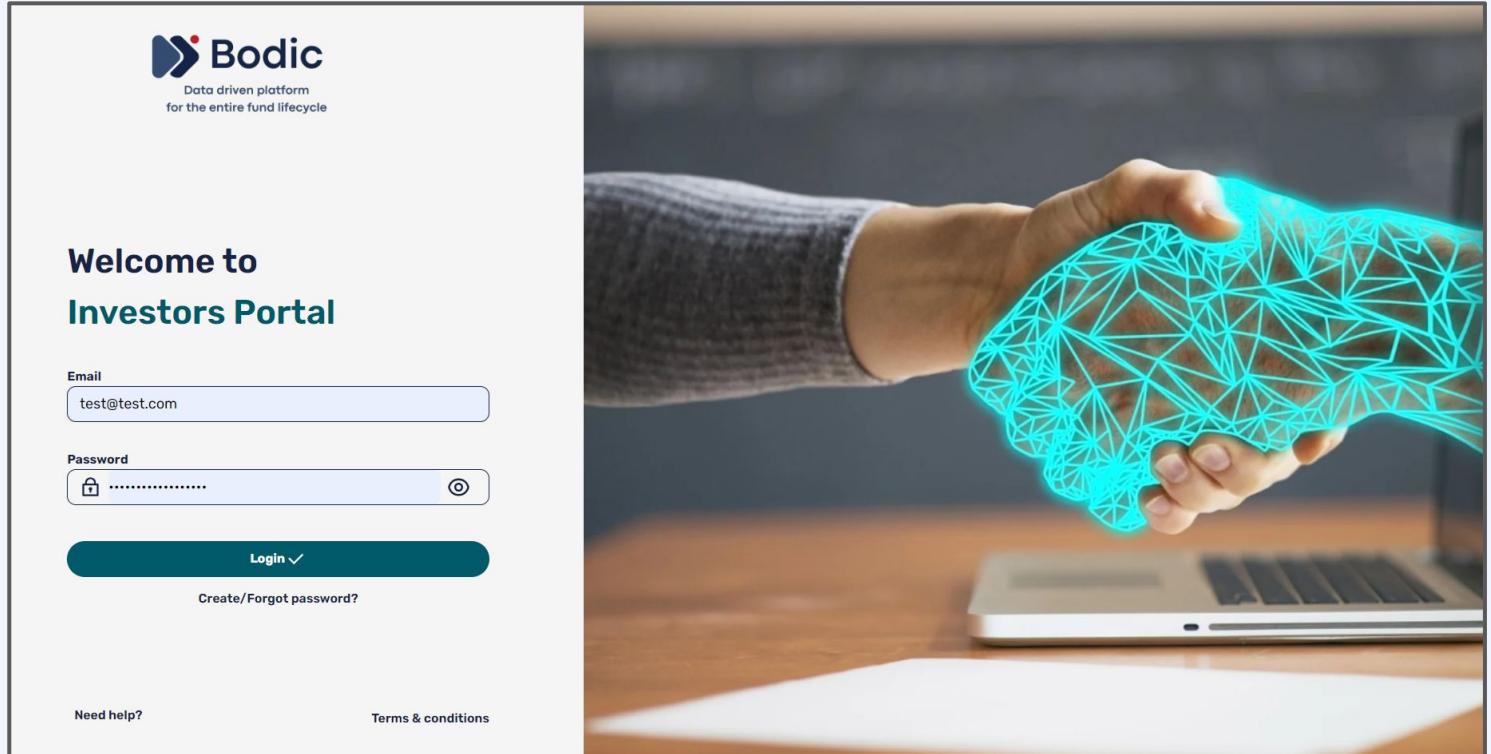
Votre partenaire DATA pour optimiser
les performances de votre société de gestion

Cette fiche vous a plu ? N'hésitez pas à partager ce post !

Envie d'aller
plus loin ?

Découvrez nos
solutions sur
www.bodic.eu

contact@bodic.eu



Les 10 points
d'une digitalisation réussie
pour une société de gestion

- LIVRE BLANC 2025 -

Télécharger
notre livre blanc



www.bodic.eu