



Soyez trouvé — même par l'IA.



Une analyse aiva — tout ce que vous devez savoir sur votre visibilité IA.

A ANALYSE **B** STRATÉGIE & ACTIONS



Synthèse Exécutive

Ce que l'analyse principale aiva vous apporte — en un coup d'œil.

1

MESURER

Où en êtes-vous ?

- Score de visibilité sur 5 modèles IA
- Comparaison directe avec les concurrents
- Profil de forces et faiblesses par thème

2

COMPRENDRE

Pourquoi ce résultat ?

- Analyse des sources & médias cités
- Sémantique des réponses IA
- Positionnement dans le parcours client

3

AGIR

Que faire ?

- Stratégie d'action priorisée
- Feuille de route par horizon
- Site web & canaux externes

4

DÉPLOYER

Comment l'opérer ?

- Hubs de contenu & structure URL
- Modèles de contenu réutilisables
- Suivi & KPIs

A

SPECTRE · PARTIE 1 SUR 2

Analyse.
Où en
êtes-vous ?



01

Visibilité Marché

Quelle est votre présence dans les réponses IA — face à la concurrence ?

A ANALYSE
01 / 05



Performance par Pays

Classement par marché cible · concurrence · cohérence entre marchés



Marque vs. Non-Marque

Visibilité sur requêtes marque & génériques · effet marque



Forces Thématiques

Thèmes, produits, applications et fonctionnalités leaders



Lacunes Thématiques

Faiblesses critiques · concurrents en avance · besoins de contenu

02

Analyse des Citations



Quelles sources l'IA cite-t-elle — et où êtes-vous présent ?



© effective world Group



A

ANALYSE
02 / 05



Médias Professionnels

Quels médias sectoriels dominant, où vous vous situez, quels articles invités prioriser.



Portails B2B

Annuaire fabricants et portails sectoriels — opportunités de scaling rapides pour vos fiches



Science

Publications, brevets, dépôts de recherche comme sources d'autorité pour les systèmes IA.



Vidéos & Social

YouTube comme source · préférences de contenu social · potentiel multimédia de la marque.

03

A ANALYSE
03 / 05

Analyse des Réponses

Que répond l'IA — et comment évalue-t-elle votre marque ? Exemples de métriques issues de l'analyse aiva :

6.5/10

Score Marque

Évaluation Ø sur requêtes marque —
forte reconnaissance

1.5/10

Score Non-Marque

Évaluation Ø sur requêtes génériques
— lacune critique

+3.4

Écart vs. Concurrent

Distance au leader dans l'espace non-
marque

99%

Part Non-Marque

Part des intentions de recherche sans
mention de marque

► Valeurs d'exemple. Vos métriques individuelles sont déterminées dans l'analyse aiva.

04

Paysage des Médias Pro

Quels médias professionnels façonnent votre secteur — aux yeux de l'IA ?

A ANALYSE
04 / 05

TOP MÉDIAS PRO PAR FRÉQUENCE DE CITATION

Média Pro A	Média Pro B	Média Pro C	Média Pro D	Média Pro E
Média Pro F	Média Pro G	Média Pro H	Média Pro I	Média Pro J



Cartographie Thématique

Quel média pour quel sujet ?



Base Médias

Toutes les sources catégorisées, filtrables en Excel.



Wikipédia & Autorité

Rôle des sources encyclopédiques à long terme.

05

A ANALYSE
05 / 05

Stratégie de Contenu

Chaque modèle IA a ses préférences de sources — votre stratégie de contenu doit y répondre.

ChatGPT

OpenAI

SOURCES PRÉFÉRÉES

Site web 45%

Blog / Éditorial 30%

PDF / Whitepaper 15%

Vidéo / Social 10%

Perplexity

Temps réel

SOURCES PRÉFÉRÉES

Médias Pro 40%

Pages Produit 25%

Portails B2B 20%

Science 15%

Gemini

Google

SOURCES PRÉFÉRÉES

YouTube 35%

Site web 30%

Shopping 20%

Blog / Éditorial 15%

SPECTRE · PARTIE 2 SUR 2

Stratégie. Que faut-il faire ?



CARTE D'OPPORTUNITÉS · ACTIONS · FEUILLE DE ROUTE · OPÉRATIONS



01

Carte d'Opportunités

Où se trouve le plus gros levier ? Actions priorisées par impact × effort.



DIMENSIONS D'ANALYSE

- Consideration Set**
 Mentions IA communes · alternatives directes
- Parcours Client**
 Performance par phase · lacunes critiques
- Espace Non-Marque**
 Où personne n'est cité — plus grand potentiel
- Gains Faciles**
 Sujets à potentiel de monopole

Actions Recommandées

La feuille de route — actions concrètes par horizon temporel.



03

Opérations de Contenu

Du plan à la page publiée — le programme opérationnel de travail.

01 Hubs de Contenu

Carte URL priorisée, intention claire par hub.

02 Mapping Mots-Clés

Questions attribuées concrètement, FAQs priorisées.

03 Modèles de Contenu

Modèles réutilisables, structure H, règles de marque.

04 Excel de Travail

Tout dans un fichier, suivi de statut intégré.

VOTRE BASE OPÉRATIONNELLE DE TRAVAIL

content-ops.xlsx			
HUB	URL	TYPE	STATUT
Applications	/vacuum-drying/	Hub	vert
Applications	/mixing-powders/	Hub	vert
Produits	/series-hm/	PDP	jaune
Produits	/series-ks/	PDP	vert
Savoir	/glossary/	Réf.	rouge
FAQ	/faq/explosion/	FAQ	jaune
Blog	/blog/geo-2026/	Édit.	vert
Cas	/cases/egger/	Cas	jaune

► Exemple de maquette de l'Excel de travail

Votre prochaine **étape.**

Vous souhaitez mesurer et améliorer votre visibilité IA ? Voici comment nous travaillons ensemble.

1

Appel de Cadrage

Objectifs, marchés cibles, concurrents
— sans engagement et sans frais.



2

Atelier Questions

Définition conjointe des questions clés
de vos clients cibles.



3

Mesure aiva

Nous réalisons la mesure et
construisons votre pack analyse &
stratégie sur mesure.



4

Accompagnement

Support opérationnel & mesure de
progression en reruns, sur demande.

Parlons Visibilité IA.



MANNHEIM

L 13, 3-4

68161 Mannheim, Allemagne

+49 621 17893 0

STRASBOURG

La Page Digitale · 13 Rue Jacques Peirates

67000 Strasbourg, France

+33 7 68 86 91 33

SHANGHAI

Dowell Space, 4th Floor · Caitong Kuntian
Building · No.777 Ningxia Road, Putuo District

200065 Shanghai, Chine

+86 21 6208 0215