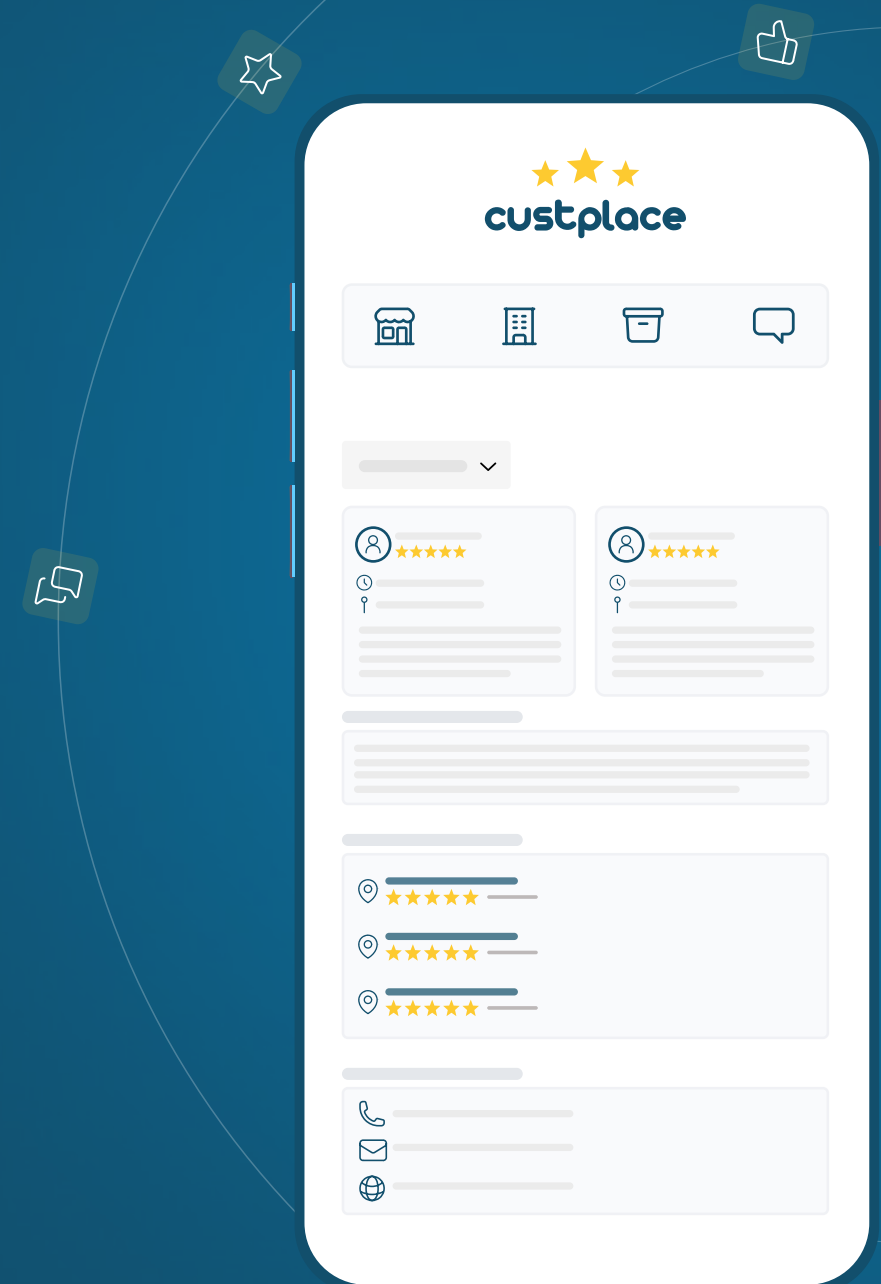




La nouvelle ère de la visibilité locale pour l'énergie et les solutions durables en 2026

Maximisez votre ROI et votre visibilité locale dans l'ère de l'IA

Méthodes concrètes et bonnes pratiques pour structurer votre visibilité locale, affirmer votre présence dans les LLMs* et intégrer la GEO* dans votre stratégie.



Sommaire

Introduction

Comprendre le GEO dans le secteur de l'énergie et des solutions durables

Où en est le Search dans le secteur de l'énergie et des solutions durables en 2025 ?

Recherches traditionnelles vs Recherches IA

Comment rendre votre entreprise de construction ou de rénovation "présente" en 2026

Les meilleures stratégies de visibilité locale pour les acteurs de l'énergie et des solutions durables en 2026

Auditez et testez la visibilité de votre entreprise du secteur de l'énergie et des solutions durables

Conclusion

La nouvelle ère de la visibilité locale pour l'énergie et les solutions durables en 2026

Introduction

Pourquoi la visibilité locale seule ne suffit plus aujourd'hui ?

Ces trente dernières années, le référencement naturel (SEO) a été le pilier de la visibilité en ligne pour les **fournisseurs, installateurs photovoltaïques, sociétés de maintenance, acteurs du chauffage, du froid**, de la mobilité électrique et des solutions durables. Elle reposait sur un modèle simple : **une présence physique forte, une notoriété régionale soutenue par le bouche-à-oreille et quelques campagnes locales appuyées par et une fiche Google Business Profile bien optimisée**. Mais les comportements de recherche ont profondément évolué : ils ne se limitent plus aux moteurs de recherche classiques ou aux sites comparateurs traditionnels. Aujourd'hui, les particuliers, entreprises, bailleurs et collectivités posent leurs questions **directement à l'intelligence artificielle**.

L'essor des **IA génératives** - telles que **ChatGPT, Gemini, Perplexity** ou les **Google AI Overviews** - vient

bouleverser encore davantage ce paysage. Les recherches ne renvoient plus seulement à une liste de liens, mais à des **recommandations personnalisées**, construites à partir de sources jugées fiables par l'IA : les fiches locales (Google, Bing, Apple Maps), les annuaires professionnels, les plateformes d'avis clients et de certification RGE, les réseaux sociaux et médias spécialisés en transition énergétique, les sites institutionnels et portails gouvernementaux (Ademe, France Rénov', etc.) et les articles ou comparateurs liés à la performance énergétique et aux énergies renouvelables. Pour une entreprise d'installation solaire, un fournisseur de bornes de recharge, un acteur du chauffage durable ou une ESCO (Energy Service Company), cela signifie qu'il ne suffit plus d'être présent sur Google : il faut désormais être **cité, compris et reconnu** par les moteurs d'IA.

Face à cette mutation, il devient essentiel d'adopter une **nouvelle approche** : le **GEO (Generative Engine Optimization)** et le **Presence Management**. Le GEO **ne remplace pas la visibilité locale**, il la **renforce**. Il optimise la manière dont vos informations, vos prestations, vos certifications, vos zones d'intervention, vos visuels et avis clients sont **interprétés, lus et recommandés** par les IA à travers l'ensemble des canaux digitaux consultés par les utilisateurs.

Ce guide propose une **méthode concrète** pour tirer parti du GEO et de la gestion de présence digitale dans le secteur de l'énergie et des solutions durables, afin d'**assurer une visibilité continue et maîtrisée**, à la fois dans les **moteurs de recherche classiques**, dans les **réponses générées par l'IA**, afin de transformer chaque recherche énergétique en **opportunité réelle de conversion**.

Comprendre le GEO dans le secteur de l'énergie et des solutions durables

Comprendre le GEO dans le secteur de l'énergie et des solutions durables

L'essor des réponses générées par l'IA

Les comportements de **recherche dans le secteur de l'énergie** sont entrain d'être bouleversés. Les particuliers, entreprises, collectivités et acteurs institutionnels ne veulent plus seulement "trouver" un fournisseur, un installateur ou un partenaire technique, ils veulent **obtenir une recommandation personnalisée**. Qu'ils soient sur des fiches locales, des annuaires professionnels, des plateformes d'avis clients, des réseaux sociaux, des médias régionaux et portails institutionnels ou dans une conversation avec ChatGPT, Gemini ou Perplexity, les utilisateurs s'attendent à ce que l'IA leur fournisse des **réponses immédiates, argumentées et adaptées** à leur profil, à leur localisation et à leurs objectifs environnementaux.

Pour répondre à ces attentes, Google a étendu les **AI Overviews à plus de 200 pays**. Ces aperçus IA transforment la manière dont les informations apparaissent dans les résultats de recherche : au lieu

d'afficher une série de liens, l'IA **synthétise plusieurs sources jugées crédibles** (fiches locales, bases de données professionnelles, portails institutionnels, sites d'entreprises, articles de presse, publications techniques et **avis clients**) et présente un **résumé complet**, plaçant ainsi la réponse au cœur de la page. Même si la France bénéficie encore d'un léger délai avant le déploiement total, les entreprises de l'énergie, de la rénovation globale, du solaire, de la mobilité électrique ou du stockage doivent **anticiper dès maintenant cette révolution**. L'enjeu n'est plus seulement d'apparaître dans les résultats de recherche, mais d'être **intégré à ces nouvelles réponses générées par l'IA**, là où les utilisateurs font désormais leurs choix.

Maîtriser le **GEO (Generative Engine Optimization)**, qui consiste à **structurer vos informations, clarifier et unifier vos données et entretenir une réputation**

numérique solide et cohérente pour qu'ils soient compris et utilisés par les IA et le **Presence Management**, qui vise à **amplifier la clarté et la crédibilité** de vos informations sur toutes les plateformes pertinentes.

Où en est le Search dans le secteur de l'énergie et des solutions durables en 2025 ?

+46 %

de la production d'énergie de l'Eurostat dans l'Union européenne provient des énergies renouvelables

Cette progression marque un tournant historique pour le mix énergétique européen. L'énergie produite est issue de sources renouvelables (solaire, éolien, hydraulique et biomasse en tête). Cette dynamique traduit non seulement la montée en puissance des investissements verts, mais aussi la maturité technologique et économique des filières durables.

Source : [Eurostat](#)

81 %

des acteurs de l'énergie considèrent l'IA comme un levier stratégique pour les cinq prochaines années

l'IA s'impose progressivement comme un pilier de la transformation énergétique mondiale. Si seuls 12% des acteurs du secteur la jugent aujourd'hui essentielle à leurs opérations, plus de 81% prévoient d'y consacrer davantage de ressources d'ici cinq ans.

Source : [Honeywell](#)

+160 %

de hausse prévue de la demande énergétique mondiale liée à l'IA et aux data centers d'ici 2030

La consommation électrique des data centers, réseaux numériques et infrastructures d'IA pourrait plus que doubler d'ici 2030, atteignant près de 1.000 TWh par an, soit l'équivalent de la consommation totale du Japon.

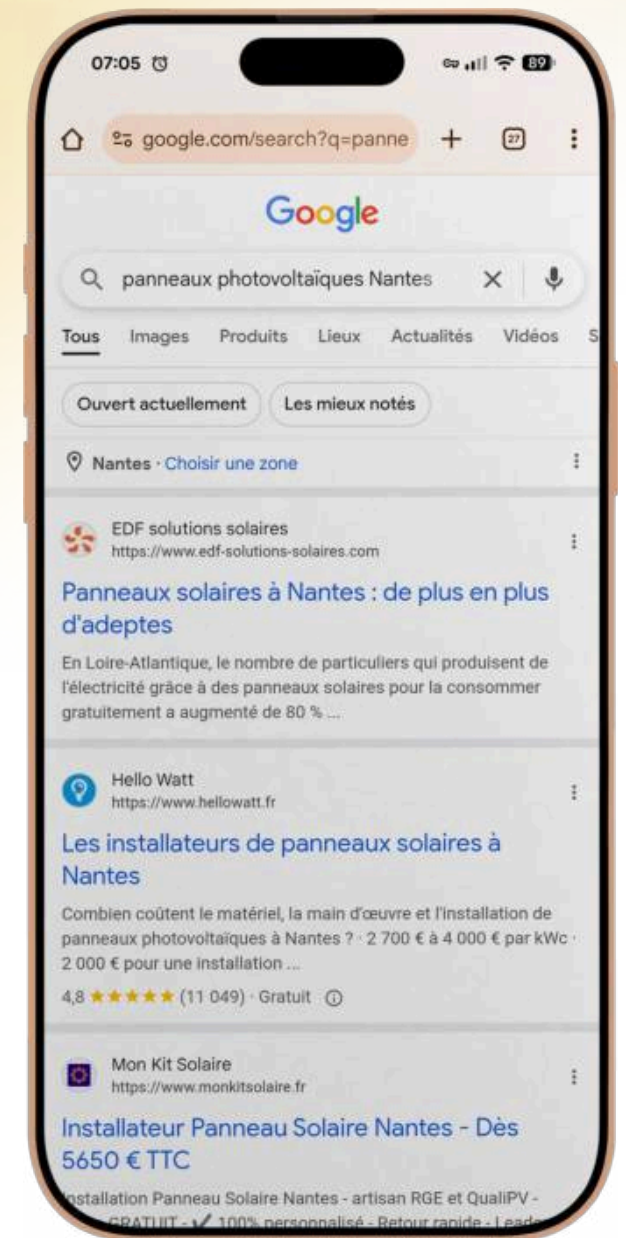
Sources : [Eurelectric](#)

Recherches traditionnelles vs Recherches IA

Recherches traditionnelles vs Recherches IA

Moteurs de recherche :

- Ils s'appuient sur des **mots-clés** pour trouver des informations,
- Les résultats apparaissent sous forme de **liens ou de cartes Google Maps ou de pages d'annuaires**, souvent dominés par de grandes entreprises ou plateformes d'intermédiation,
- Le client doit **cliquer, comparer, consulter les avis, vérifier les certifications (RGE, ISO, HQE), les délais, les coûts et la disponibilité des solutions.**
- Chaque recherche est une **requête isolée**.



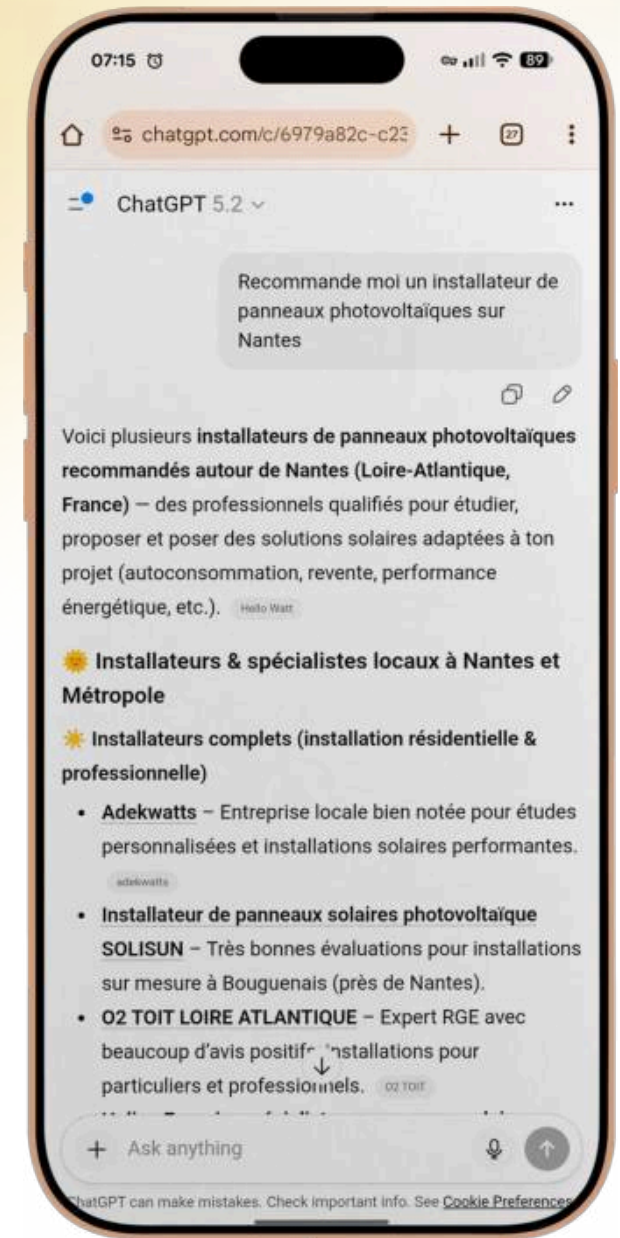
Plateformes spécialisées :

- Elles affichent des **listes d'entreprises ou de prestataires**, souvent triées par filtres (type d'énergie, puissance, budget, technologies utilisées, localisation...),
- L'expérience repose sur une **comparaison manuelle** entre plusieurs offres, devis ou fiches techniques,
- Les recommandations sont standardisées, souvent **influencées par les publicités sponsorisées ou le volume d'avis**,
- Les résultats privilégient les **acteurs les plus visibles**, sans toujours tenir compte de la pertinence technique, de l'impact environnemental ou du profil énergétique du client.



VS Moteurs IA :

- Ils utilisent une intelligence conversationnelle capable **de comprendre le contexte énergétique global** (surface du bâtiment, consommation actuelle, budget, orientation du toit, objectifs environnementaux, localisation ou contraintes de raccordement),
- L'interface conversationnelle fournit une **réponse directe et contextualisée**, issue de sources multiples,
- L'IA **maintient le contexte d'une requête** à l'autre : elle peut affiner la recherche ("Installation de panneaux solaires à Nantes" puis "avec stockage sur batterie et aides locales disponibles"),
- Les réponses sont **synthétisées, précises et opérationnelles**. Elles incluent les certifications des prestataires, les dispositifs d'aide (MaPrimeRénov', CEE), les retours clients récents, la disponibilité et les estimations de production.



Comment rendre votre entreprise de construction ou de rénovation “présente” en 2026

Comment rendre votre entreprise de construction ou de rénovation “présente” en 2026

Être visible en 2026, pour une **entreprise du secteur de l'énergie**, ne signifie plus simplement apparaître dans les résultats Google. C'est **exister** dans un **écosystème digital complet**, où chaque point de contact (fiches locales, site web, fiches institutionnelles, communiqués de presse, bases de données publique, plateformes d'avis, annuaires professionnels, médias régionaux) renforce votre crédibilité, votre expertise technique et la confiance des particuliers, entreprises, bailleurs et collectivités. La présence d'un acteur de l'énergie ou des solutions durables repose désormais sur **la qualité, la fiabilité et la cohérence des informations diffusées** sur l'ensemble des plateformes :

- **Google Business Profile, Bing Places et Apple Plans**, piliers de la recherche locale pour les sièges, agences régionales et sites d'exploitation ;
- **Plateformes professionnelles et institutionnelles**, ADEME, Data.gouv, Enedis, Ministère de la Transition Énergétique, Solar Impulse Foundation

qui renforcent votre légitimité technique et environnementale ;

- **Kompass, PagesJaunes et plateformes d'avis clients** : des plateformes où votre réputation, vos références et vos certifications renforcent votre crédibilité auprès des donneurs d'ordre ;
- **Sites spécialisés et comparateurs** : tels qu'Hello Watt, EnergieRenouvelable.fr, Europe Énergie ou CleanTech France où la qualité des données (tarifs, délais, garanties, rendement, service après-vente) influe directement sur la visibilité ;
- **Réseaux sociaux comme LinkedIn, YouTube, Instagram ou TikTok** : où la pédagogie, la transparence et les démonstrations de vos innovations énergétiques (installations, tests, retours terrain) valent plus qu'une publicité ;
- ainsi que votre **site web institutionnel**, véritable hub de confiance, regroupant vos offres, références clients, certifications (ISO 50001, HQE, BREEAM, RGE), études de cas et vos engagements en

matière de durabilité et de neutralité carbone.

Les modèles d'IA générative s'appuient sur cet écosystème pour construire leurs réponses. Ils croisent les données provenant de vos données locales et sectorielles (projets, chiffres clés, partenaires, avis, études d'impact, photos de réalisations) avec des sources externes comme les bases institutionnelles, les médias spécialisés ou les labels de certification.

Plus vos informations sont structurées, cohérentes et régulièrement mises à jour, plus votre entreprise a de chances d'être **citée, reconnue et recommandée** dans les recherches IA et les parcours locaux.

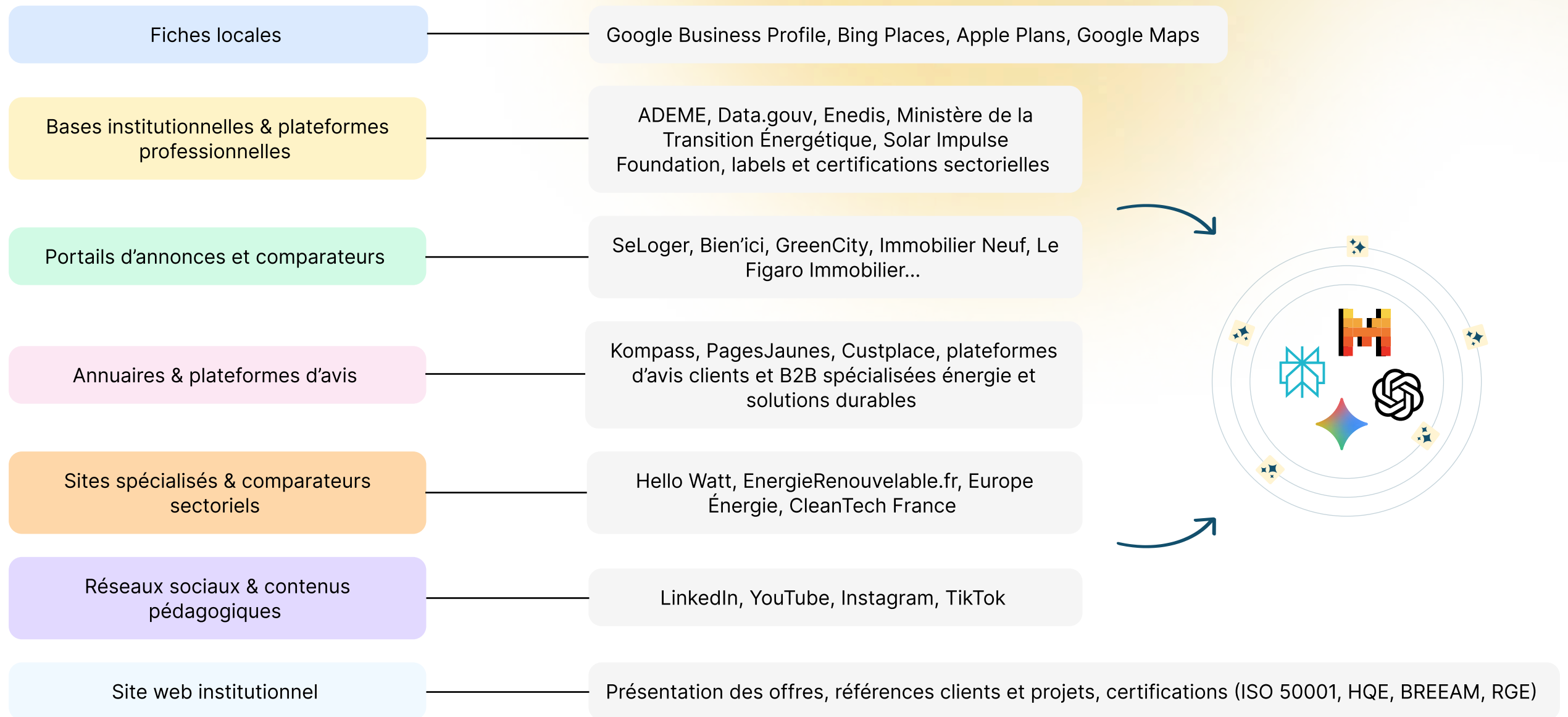
Rendre une entreprise du secteur énergétique “présente”, c'est bâtir un socle de visibilité solide et pérenne fondé sur :

- Des informations exactes, traçables et conformes sur toutes les plateformes professionnelles,

Comment rendre votre entreprise de construction ou de rénovation “présente” en 2026

- Des visuels et données techniques authentiques (centrales, installations, innovations, prototypes, dashboards),
- Des avis et témoignages clients vérifiés (projets réussis, partenariats publics/privés, engagements RSE),
- Un contenu informatif, documenté et pédagogique,
- Et une diffusion homogène sur toutes les plateformes où les IA et les décideurs viennent s’informer.

La visibilité d’un acteur de l’énergie ne se limite plus à un bon positionnement sur Google ou un dossier presse. Elle dépend de **la clarté, de la crédibilité et de la lisibilité**. Une entreprise “présente” en 2026, c’est une société dont les données sont **fiables et certifiées**, dont les engagements sont **démontrés**, et dont les initiatives sont **racontées avec rigueur et transparence**.



Les meilleures stratégies de visibilité locale pour les acteurs de l'énergie et des solutions durables en 2026

Les meilleures stratégies de visibilité locale pour les acteurs de l'énergie et des solutions durables en 2026

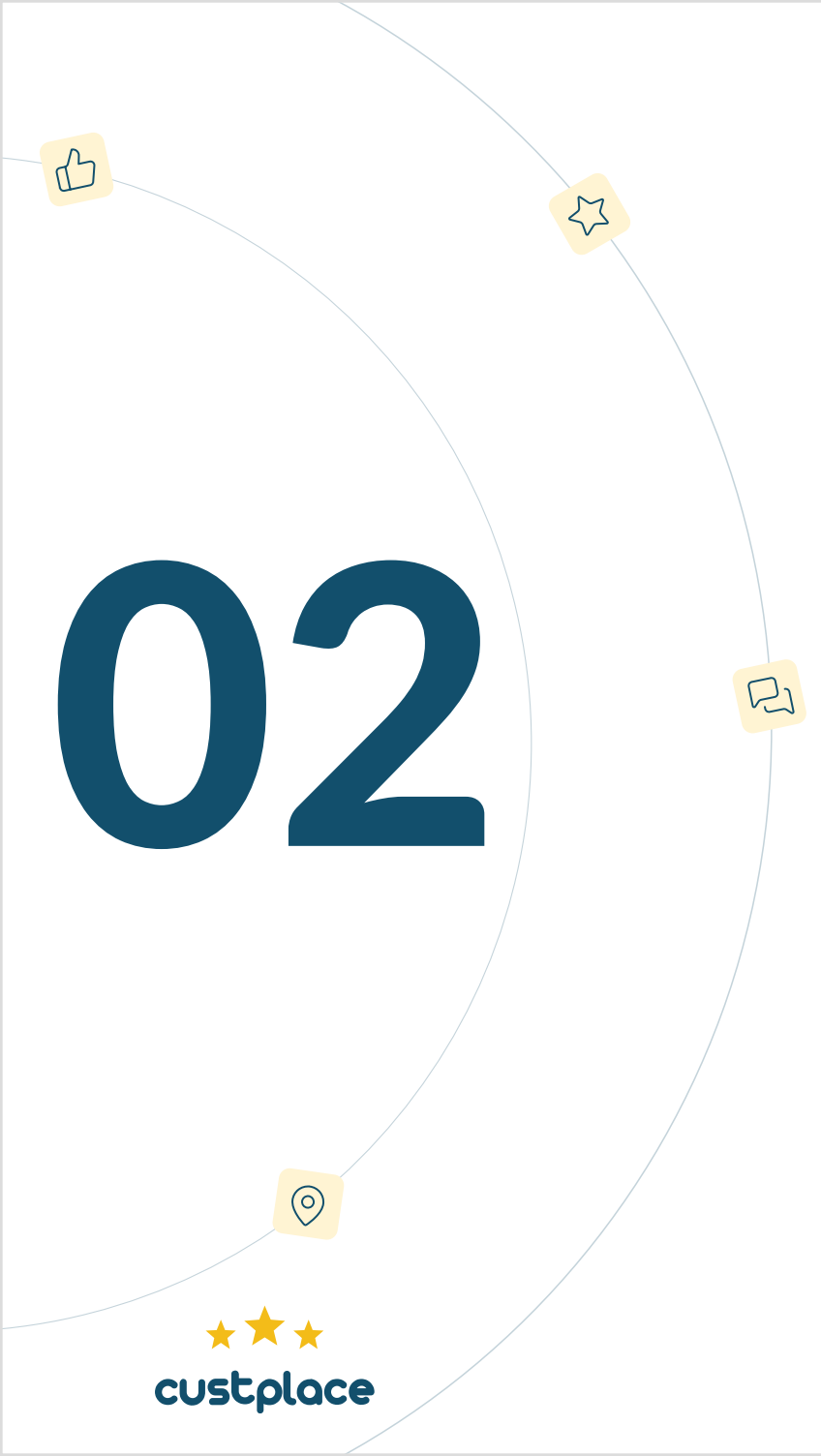
La visibilité locale d'une entreprise du secteur de l'énergie ne dépend plus seulement d'un bon référencement local ou d'une fiche Google bien remplie. Elle repose sur un **écosystème numérique complet, crédible et interconnecté**, capable d'inspirer confiance à chaque point de contact. Voici 26 stratégies clés à adopter pour renforcer votre visibilité locale en 2026 :

26
tips d'Experts

01

Uniformisez vos profils

Chaque agence, filiale ou site industriel est une vitrine digitale. Assurez-vous qu'elle soit complète, cohérente et mise à jour sur **Google Business Profile, Bing Places, Apple Plans, PagesJaunes, Waze, Data.gouv, Solar Impulse Foundation, CleanTech France, LinkedIn, Facebook ou YouTube**. Renseignez toutes les informations clés, **nom, adresse, téléphone, horaires, certifications, zone d'intervention, liens, photos et description claire de votre mission énergétique**. Une fiche bien renseignée renforce la confiance et la crédibilité de votre marque.



02

Consolidez vos informations NAP

Votre **Nom**, **Adresse**, **Téléphone** doivent être identiques sur tous les supports : site web, plateformes locales, bases institutionnelles, réseaux sociaux, communiqués de presse, fiches partenaires, etc. Vérifiez régulièrement les mises à jour des plateformes tierces et corrigez tout écart. La cohérence améliore la **crédibilité de vos entreprises** et facilite son repérage par les moteurs et les utilisateurs.

La nouvelle ère de la visibilité locale pour l'énergie et les solutions durables en 2026

03

Encouragez et gérez activement les avis clients

Selon l'analyse de Search Atlas, les avis clients exercent une influence capitale sur le SEO local car ils constituent une des principales preuves sociales analysées par les moteurs de recherche pour mesurer la **pertinence d'un service**. Pour maximiser l'impact de vos avis sur votre visibilité et votre référencement, il ne suffit pas de récolter des commentaires génériques. Encouragez vos clients (collectivités, industriels, gestionnaires de parc immobilier, exploitants de sites ou particuliers) à laisser des retours précis sur leur expérience comme la qualité du conseil et de l'accompagnement, le respect des engagements de performance énergétique, la tenue des délais et sécurité du chantier et le suivi post-installation et monitoring des résultats. Valorisez particulièrement les projets à impact collectif : rénovation de bâtiments publics, installation photovoltaïque sur sites industriels, modernisation d'éclairages urbains ou déploiement de bornes de recharge. Publiez ces retours sur votre site, Google Business Profile, LinkedIn ou dans vos dossiers presse, accompagnés de **photos avant/après ou de données de performance énergétique**.

Exemples :

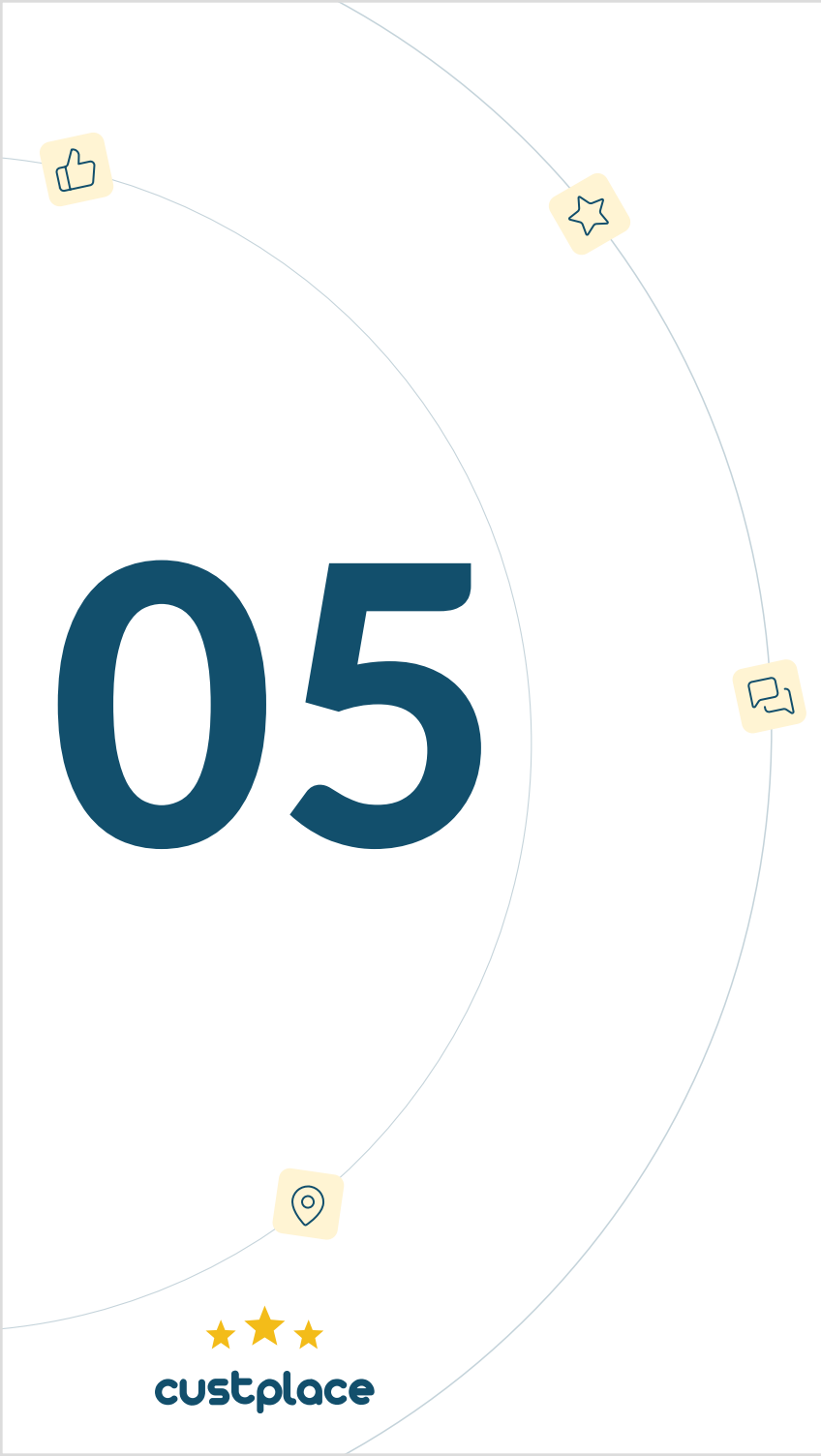
- Avis peu utile pour la visibilité : "Joli travail, je recommande !"
- Avis optimisé pour le SEO et la visibilité : "Nous avons confié à EDF solutions solaires l'installation d'une centrale solaire de 200 kW sur notre site logistique. Le chantier a été livré dans les délais, les économies d'énergie sont conformes aux prévisions et l'équipe a assuré un excellent suivi post-projet."

Facilitez cette démarche avec des QR codes sur vos rapports d'intervention, factures ou newsletters client. Plus les avis sont détaillés, plus ils fournissent des signaux positifs aux moteurs et aux IA génératives pour présenter et recommander vos services aux futurs clients.

04

Répondez activement à tous les avis

La réponse est aussi importante que l'avis lui-même. Remerciez systématiquement les clients satisfaits et répondez de **manière factuelle** et **pédagogique** aux critiques. Une réponse bien formulée prouve votre **culture de la qualité, votre transparence et votre sens du service**. Soignez donc la réactivité et la personnalisation de chaque réponse. Incluez dans vos réponses des éléments concrets comme le type de chantier ou le périmètre d'intervention. Les IA intègrent ces échanges comme des preuves de professionnalisme et d'écoute client.



05

Maintenez une note moyenne élevée (>4)

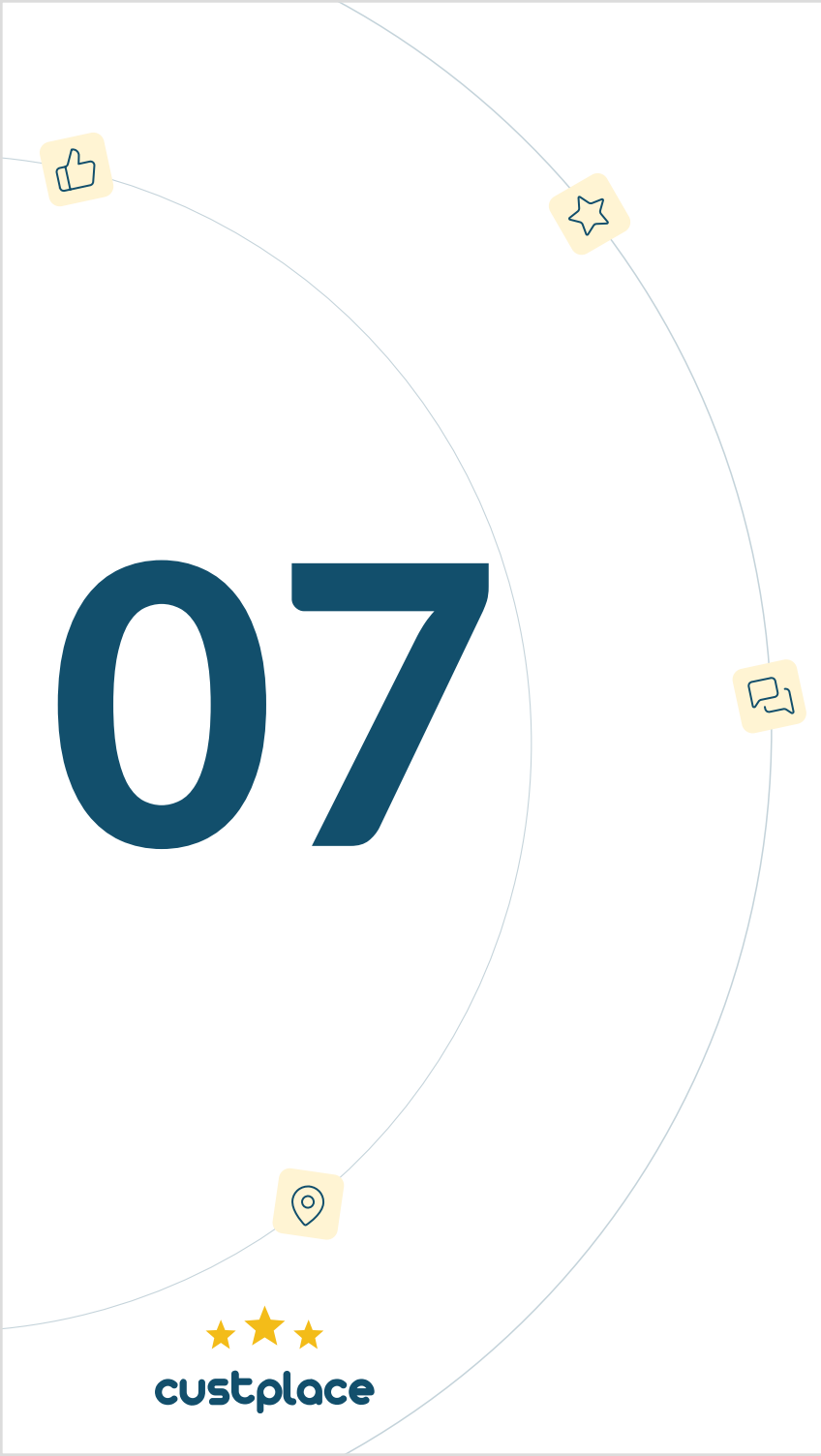
Une note moyenne supérieure à 4 reste un indicateur clé de satisfaction et de fiabilité. Elle influence non seulement le choix des maîtres d'ouvrage et des partenaires institutionnels (ADEME, Enedis, collectivités), mais aussi le classement local sur Google, PagesJaunes, les plateformes professionnelles et institutionnelles, les sites spécialisés et les comparateurs, les annuaires des entreprises du secteur, les réseaux sociaux, Custplace ou autres plateformes d'avis. Pour la maintenir, analysez les retours récurrents dans vos avis (communication, coordination, maintenance, délais), mettez en place un plan qualité client pour y répondre et formez vos équipes techniques et commerciales à la communication proactive post-installation. Une note élevée n'est pas qu'un chiffre : c'est un **signal direct de fiabilité**, repris par les IA comme par les utilisateurs.

06

Valorisez vos visuels et votre présentation

Les moteurs d'IA et les clients accordent une importance croissante aux contenus visuels.

Des photos récentes, authentiques et géolocalisées améliorent la compréhension de votre offre par les modèles génératifs. Mettez en avant vos réalisations (installations photovoltaïques sur bâtiments publics ou industriels, projets éoliens, géothermiques ou hydrauliques, rénovations énergétiques à haute performance, infrastructures de recharge ou innovations liées au stockage ou à la sobriété énergétique), vos équipes en intervention, la signature d'un contrat public, une inauguration, une certification HQE obtenue ou votre présence à un salon comme Pollutec ou EnerGaïa et veillez à la cohérence de votre identité visuelle entre vos fiches locales, votre site, vos communiqués et vos réseaux sociaux. Plus vos images inspirent confiance et authenticité, plus elles favorisent l'engagement et la visibilité dans les recherches locales ou conversationnelles.



07

Publiez régulièrement des actualités

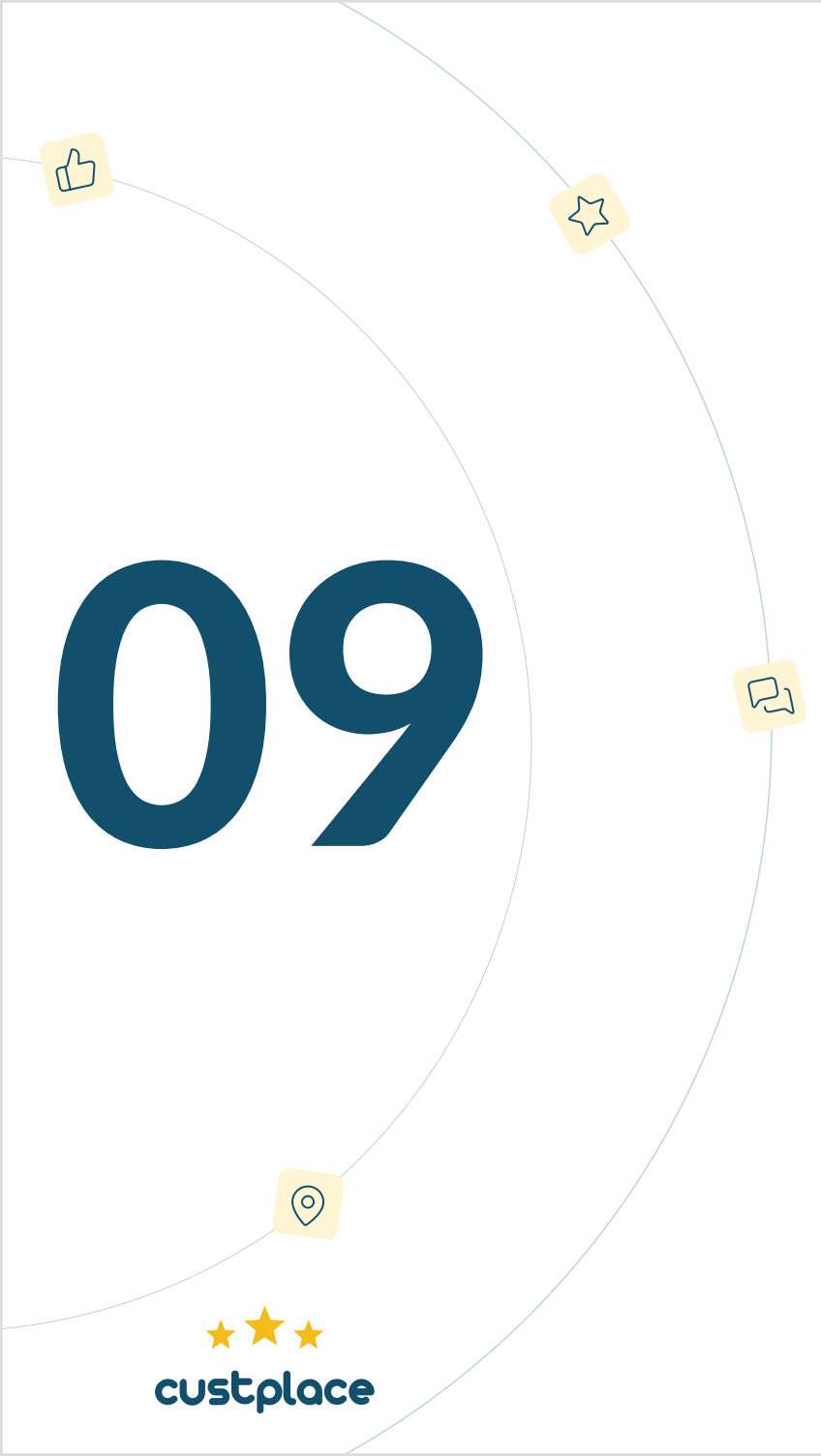
Une entreprise dans le secteur de l'énergie est une entreprise dynamique et active. Publiez régulièrement des actualités sur vos chantiers, vos partenariats, vos livraisons de projets, vos innovations techniques, vos nouveautés ou vos engagements RSE. Ces signaux de fraîcheur sont interprétés par les moteurs comme un indicateur d'activité. Même une simple mise à jour du visuel ou une annonce d'une obtention d'une certification environnementale contribue à maintenir votre fiche active et pertinente.

08



Ajoutez une FAQ claire et structurée

Les sections **Questions / Réponses** renforcent la visibilité locale et la crédibilité de votre entreprise. Rédigez vos FAQ comme de vraies conversations avec vos prospects, partenaires ou donneurs d'ordre : "Quelles sont vos solutions pour l'autoconsommation collective ?", "Quels délais prévoir pour une installation solaire sur toiture industrielle ?", "Travaillez-vous avec des collectivités territoriales ?". Adoptez un ton **simple, clair, professionnel** et **non technique, afin de rassurer et d'éduquer vos lecteurs**. Pensez aussi à intégrer le balisage schema.org/FAQPage, qui aide les moteurs de recherche et les IA à comprendre et valoriser vos contenus. Une FAQ bien construite, c'est un **outil puissant pour apparaître directement dans les réponses locales et vocales**.

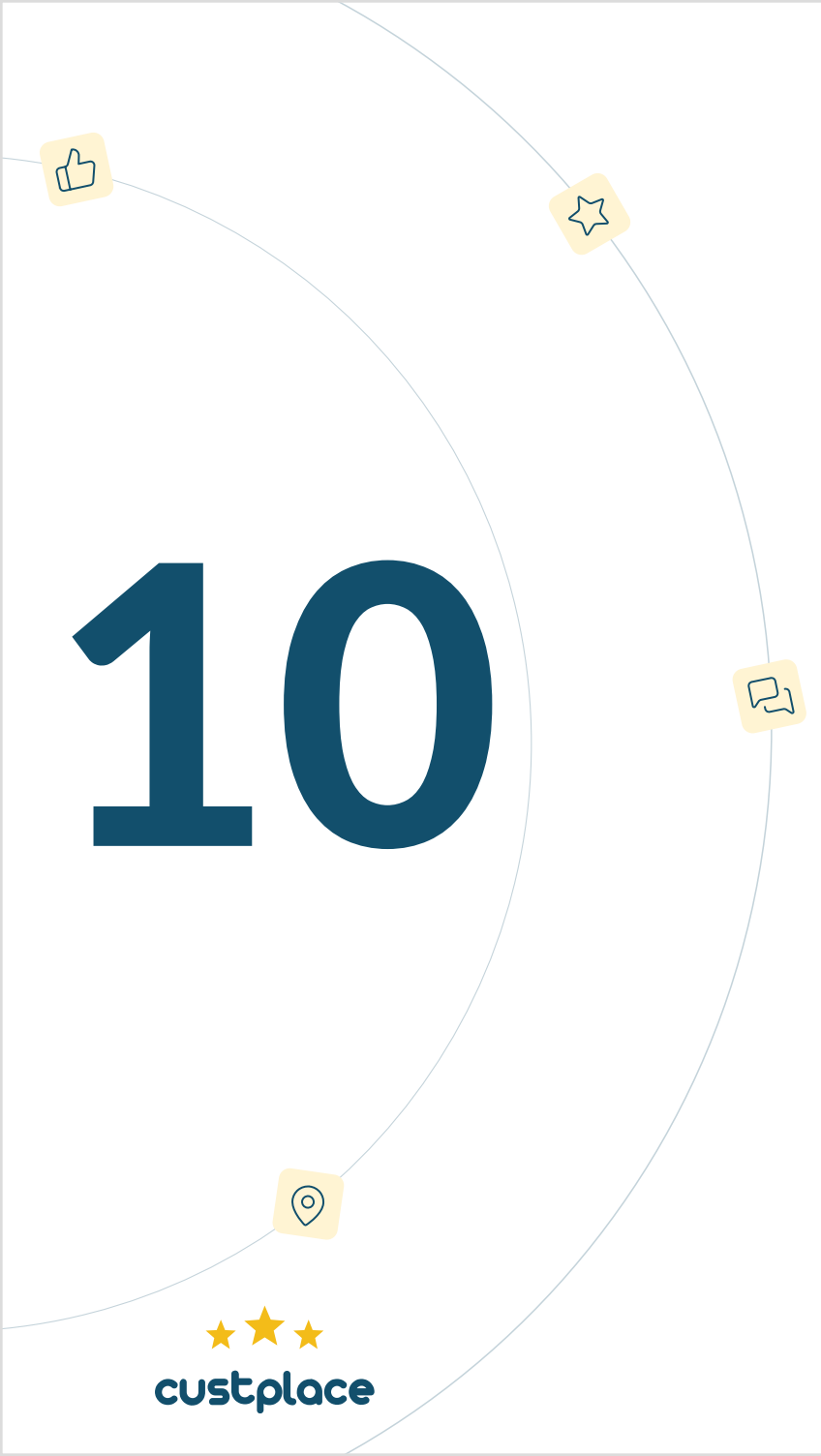


09

Intégrez des mots-clés locaux dans vos contenus et descriptions

Décrivez votre entreprise avec précision et ancrage. Mentionnez naturellement votre **ville, région** ou **zone d'intervention** et **spécialités** dans vos textes et métadonnées. Par exemple : “Entreprise spécialisée dans l'installation de panneaux solaires à Nice pour bâtiments tertiaires et collectivités”. Ces expressions aident les moteurs à relier votre offre à des intentions de recherche précises. Variez vos formulations et privilégiez les tournures naturelles; C'est la cohérence entre vos différents contenus qui fera **émerger votre entreprise** dans les requêtes locales et conversationnelles.

La nouvelle ère de la visibilité locale pour l'énergie et les solutions durables en 2026



10

Sélectionnez des catégories et sous-catégories pertinentes

Les catégories définissent votre identité numérique. Choisir des **catégories et sous-catégories précises** sur Google ou les annuaires institutionnels (ex. Data.gouv, Kompass, ADEME, France Énergie Durable...) aident les moteurs à comprendre votre positionnement. Une catégorisation claire améliore la correspondance entre vos fiches et les intentions de recherche des futurs clients. Ne vous limitez pas à la catégorie principale : ajoutez des sous-catégories liées à vos services (Audit énergétique et bilan carbone, Installation de bornes de recharge, Maintenance de centrales solaires, Optimisation des consommations tertiaires...). Cela **élargit votre spectre de visibilité** sur les requêtes spécifiques.



11

Complétez tous les attributs de vos fiches

Les attributs de vos fiches locales sont des signaux précieux pour la visibilité et la pertinence dans les résultats de recherche organiques. Ils permettent de **qualifier vos services et vos engagements dans le domaine de l'énergie** : certifications, périmètres d'intervention, niveaux de performance ou innovations. Pensez à renseigner tous les attributs pertinents selon votre activité :

- **Certifications** : ISO 50001, Qualifelec, QualiPV, RGE, HQE, Effinergie, BREEAM, Solar Impulse Label, etc.
- **Spécificités techniques** : "Études d'autoconsommation collective", "Solutions de stockage batterie", "Optimisation énergétique industrielle".
- **Engagements RSE** : "Matériaux durables", "Gestion des déchets de chantier", "Énergie 100 % verte", "Partenariat local".
- **Services additionnels** : "Maintenance 24/7", "Formation utilisateur", "Suivi de performance via plateforme connectée".

La disponibilité des attributs dépend de la catégorie de votre entreprise et certains services ne seront pas pertinents selon le type choisi. Pour maximiser vos opportunités, renseignez tous les attributs pertinents et applicables : en général, chaque catégorie propose entre 5 et 30 options. Chaque attribut renseigné **augmente vos chances d'apparaître sur des requêtes précises**.

12

Présentez vos produits et services

Google, Bing et d'autres plateformes locales offrent désormais la possibilité de publier directement vos **références de chantiers** sur vos fiches locales. Mettez en avant vos **solutions phares** (photovoltaïque, hydrogène, stockage, efficacité énergétique, bornes de recharge), vos **réalisations concrètes** (projets publics, industriels, résidentiels), vos **données de performance énergétique** (rendement, économies réalisées, tonnes de CO₂ évitées) et vos **engagements environnementaux** (traçabilité, circuits courts, innovation durable). Mentionnez les **typologies de clients et projets** (bâtiments tertiaires, parcs industriels, copropriétés, collectivités, infrastructures publiques) et ajoutez des **visuels authentiques** et des **résultats chiffrés**. Ces publications renforcent votre **visibilité dans les résultats enrichis (rich snippets)** et encouragent la **conversion directe**.

13

Insérez des URL et liens secondaires

Reliez vos fiches locales à votre site officiel, vos pages projets et vos études de cas. Ces liens favorisent la navigation, la conversion et la cohérence sémantique entre vos canaux. Les IA et les moteurs comprennent mieux la structure et la richesse de votre contenu lorsque ces URL sont explicites et cohérentes. Assurez-vous également que vos liens soient à jour et renvoient vers des pages rapides, sécurisées et optimisées pour mobiles.



14

Alimentez régulièrement les bases de données locales

Les moteurs conversationnels se nourrissent aussi d'un vaste réseau de **sources externes** pour évaluer la fiabilité d'une entreprise. Assurez-vous que vos informations soient **présentes, cohérentes et à jour** sur les principales plateformes du secteur (ADEME, Data.gouv, France Rénov', BPI France, Observatoire de la Transition Énergétique, PagesJaunes Pro, Kompass Énergie, CCI locales, FFB, Synasav, SER, Observ'ER, Cap Énergie, Construction21, Batiactu, Le Moniteur, GreenUnivers, ACPresse, Environnement Magazine, etc). Mentionnez vos services, certifications, coordonnées, labels, réalisations et photos, ainsi que les liens vers vos publications ou études de cas. En alimentant activement ces bases, vous **renforcez votre crédibilité** et augmentez vos chances d'apparaître dans les résultats de recherche et d'IA.

15

Implémentez un store locator efficace (zones)

Si votre entreprise intervient sur plusieurs régions, zones de chantiers ou sites de production, un outil de géolocalisation facilite la recherche et permet aux utilisateurs de visualiser vos zones d'intervention (collectivités, industriels, tertiaires, logement collectif), d'explorer vos réalisations à proximité et d'accéder directement aux coordonnées et contacts régionaux. Optimisez-le pour le **mobile**, ajoutez des **filtres pertinents** (type d'énergie, type de projet, secteur d'activité, année de réalisation) et associez-le à votre site, **fiches locales, Google Maps et pages projets** pour maximiser la cohérence et la visibilité. Un store locator bien conçu n'améliore pas seulement l'expérience utilisateur. Plus vos données sont complètes et structurées, plus vous avez de chances d'apparaître dans les requêtes locales, les cartes et les recommandations générées par les modèles conversationnels.

16

Créez du contenu UGC

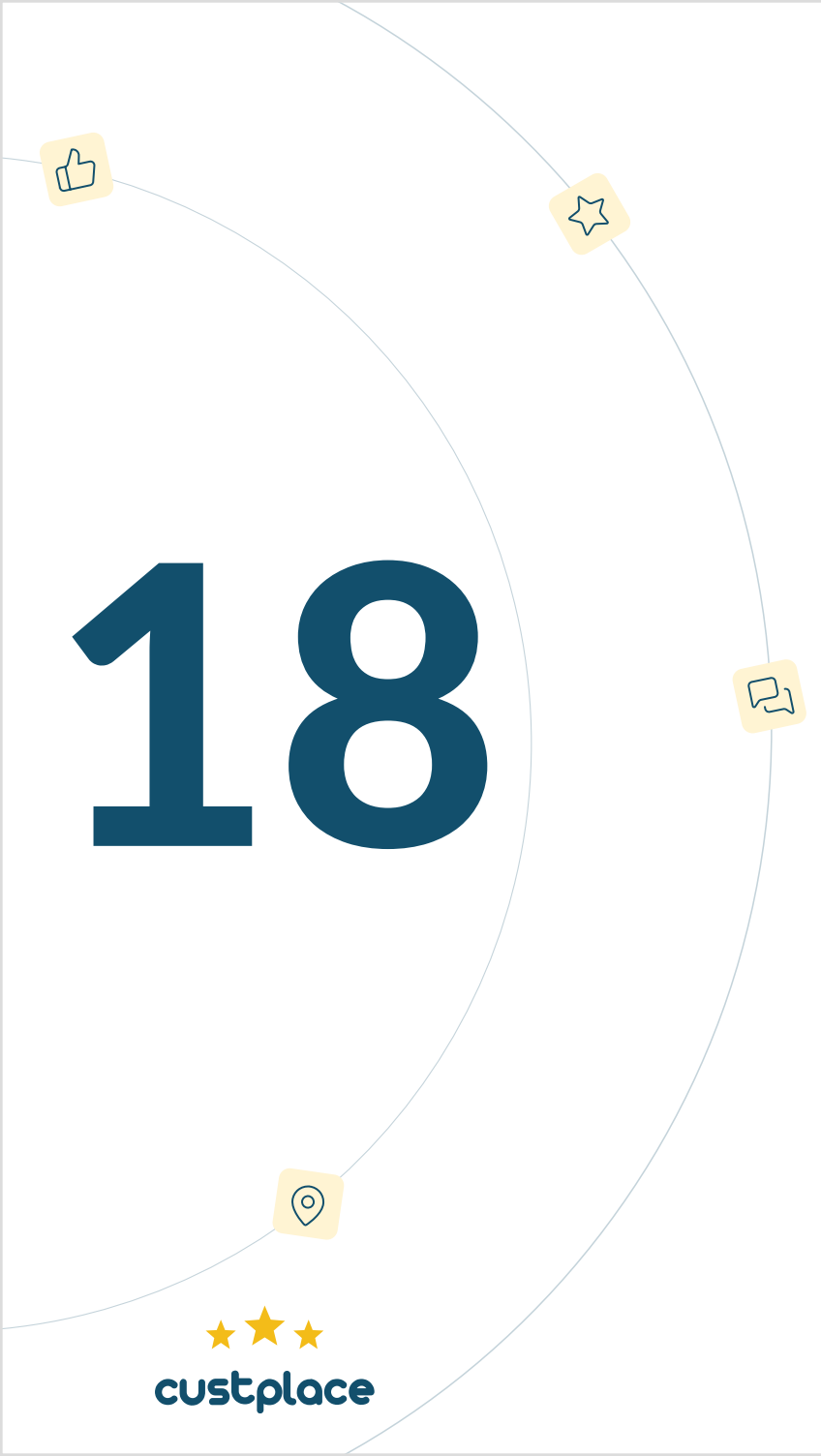
Valorisez les contenus créés par vos clients, partenaires ou prescripteurs : **témoignages, photos de réalisations, vidéos de livraisons ou retours d'expérience** de maîtres d'ouvrage, d'élus ou de partenaires techniques (installateurs, bureaux d'études, fournisseurs d'équipements). L'UGC (User Generated Content) est perçu comme plus **authentique et plus engageant**. Partagez-les sur vos réseaux, vos fiches ou votre site. Ces preuves sociales renforcent votre authenticité et enrichissent les bases de données que les IA consultent pour recommander des établissements.



17

Surveillez et gérez vos mentions en ligne

Au-delà des avis, surveillez ce qui se dit de vous sur les **articles de presse, appels d'offres remportés, publications partenaires, forums professionnels, discussions LinkedIn ou avis spontanés**. Les IA agrègent ces données pour **évaluer votre notoriété et votre réputation**. Utilisez des outils de veille via des outils, comme Google Alerts, Talkwalker, Mention, Brandwatch, Batiactu Pro, ACPresse ou GreenUnivers Insight, pour suivre les discussions autour de vos prestations. Une présence maîtrisée dans ces discussions externes vous protège des perceptions erronées et amplifie votre crédibilité.



18

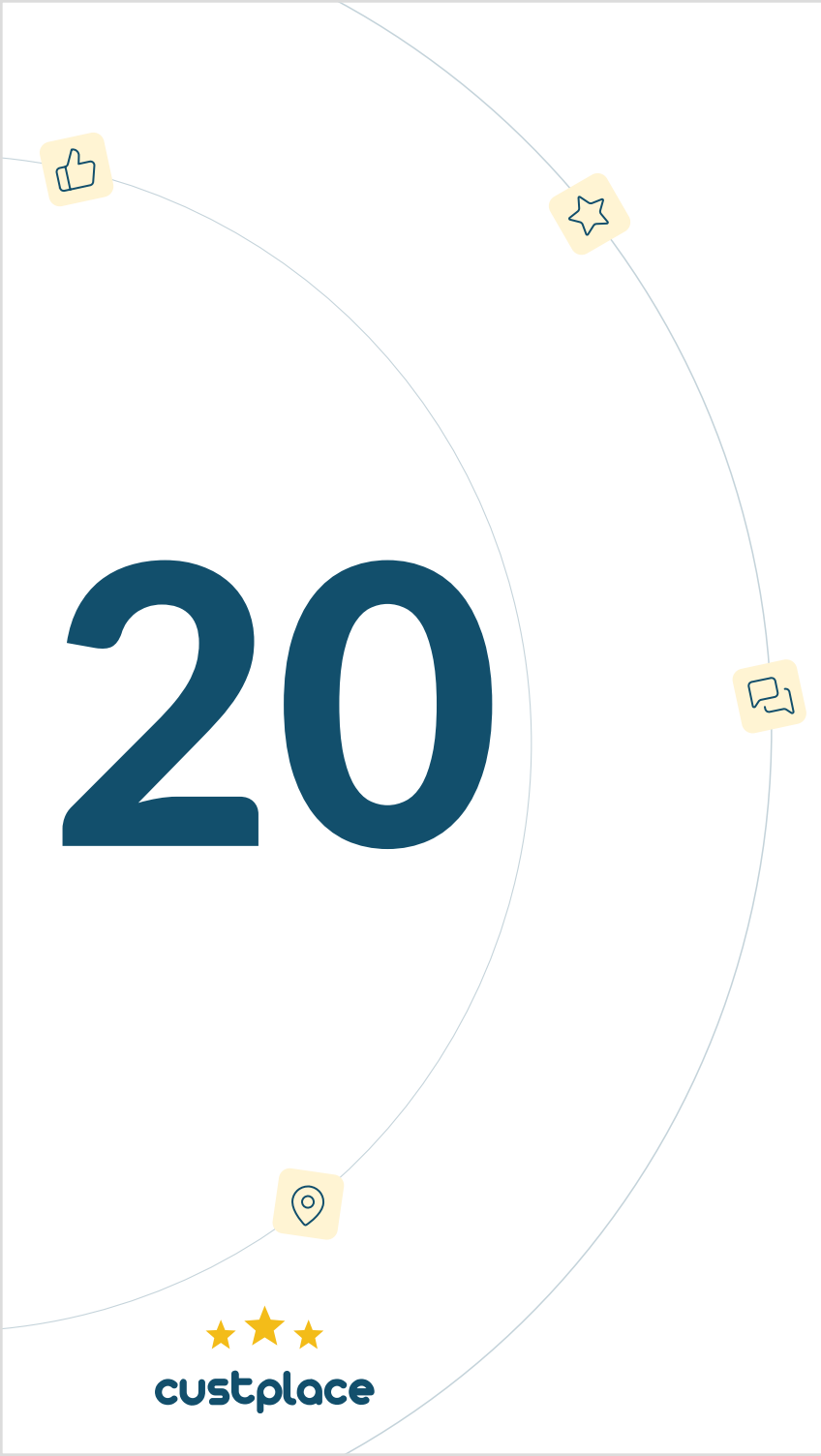
Analysez vos données pour mieux piloter votre visibilité

Les plateformes locales et outils d'analyse (Google Insights, Search Console, Google Business Profile, SEMrush) fournissent des données précieuses : **requêtes locales les plus fréquentes**, **les clics sur itinéraires**, **appels**, **formulaires de contact ou devis**, **les zones d'activité les plus consultées**, **l'évolution de vos notes et volumes d'avis**. Croisez ces données avec vos périodes de communication (campagnes, livraisons, appels d'offres, salons). L'analyse vous permet d'ajuster vos actions GEO et d'identifier les **territoires les plus porteurs** ou les **périodes saisonnières propices** (été pour le solaire, hiver pour la rénovation énergétique, rentrée pour les appels d'offres publics).

19

Optimisez l'expérience mobile et la rapidité d'accès à vos informations

82 % des recherches "activités près de moi" se font sur mobile. Un site lent ou mal adapté aux petits écrans nuit à la fois à l'expérience utilisateur et au référencement. Assurez-vous que votre site **se charge rapidement**, que **les offres** et les **zones d'intervention** soient claires et que la **navigation soit fluide**. Intégrez des boutons explicites pour **permettre une prise de contact immédiate** ("**Demander un audit**", "**Être rappelé**", "**Simuler mes économies d'énergie**", "**Contacter un expert**"). Une expérience mobile fluide est aujourd'hui un critère majeur de présence, tant pour les utilisateurs que pour les IA.



20

Fournissez les balises et les transcriptions

Les IA ne voient pas vos images : elles les interprètent via les **descriptions textuelles**. Remplissez soigneusement les **balises alt de vos photos** (ex. "Installation de panneaux solaires photovoltaïques 500 kWc sur un entrepôt logistique région PACA 2025"). Faites de même pour **vos vidéos** en ajoutant des **transcriptions textuelles**. Ces éléments garantissent que vos visuels restent exploitables, compréhensibles et indexables. Ils améliorent également **l'accessibilité pour les utilisateurs** et renforcent la complétude perçue de vos contenus aux yeux des moteurs.

21

Soyez exhaustif et accessible

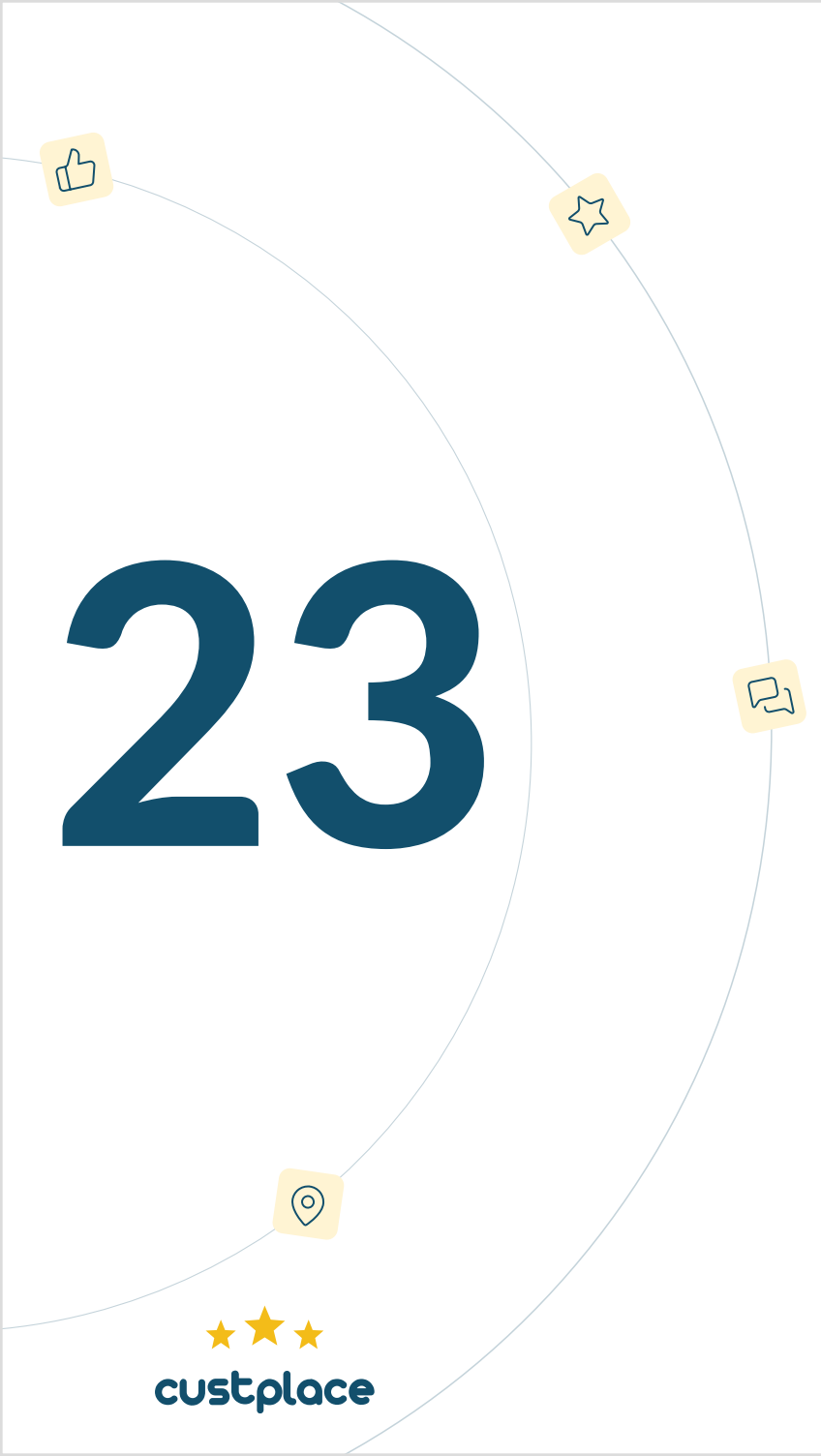
Les modèles d'IA valorisent les entreprises qui décrivent leurs offres de manière complète et détaillée. Présentez non seulement vos **solutions énergétiques**, mais aussi vos **technologies**, vos **marchés cibles** (tertiaire, industriel, collectivités, habitat collectif) et vos **engagements environnementaux**. Plus vos contenus répondent à un large éventail de questions que se posent vos clients, plus ils renforcent votre **crédibilité et votre visibilité locale**. Une fiche complète, claire et structurée devient ainsi une **référence privilégiée** pour les moteurs de recherche et les IA conversationnelles.



22

Citez vos sources et valorisez la transparence

Dans le secteur de l'énergie, la **fiabilité** est un pilier de la visibilité locale en 2026. Les IA privilégient les entreprises dont les informations sont **traçables, certifiées et cohérentes**. Mettez en avant **vos certifications** (Qualifelec, QualiPV, RGE, ISO 9001, ISO 50001, B Corp...), **vos partenaires institutionnels** (ADEME, Régions, Enedis, GRDF, CCI, France Rénov'), vos **fournisseurs technologiques** (Schneider Electric, SMA, Engie Solutions, SunPower, etc.) et vos **réalisations vérifiables** (installations livrées, projets collectifs, appels d'offres remportés). Ajoutez sur votre site une section "**Transparence & Engagements**" et détaillez vos garanties techniques et environnementales, vos chiffres clés (production, réduction carbone, taux de satisfaction) et les sources officielles de vos certifications. Ces éléments, souvent négligés, jouent un rôle décisif. Une **transparence maîtrisée** renforce la confiance, différencie votre enseigne et améliore votre position dans les réponses IA liées à la fiabilité ou à la durabilité.



23

Mettez en avant votre histoire et vos valeurs

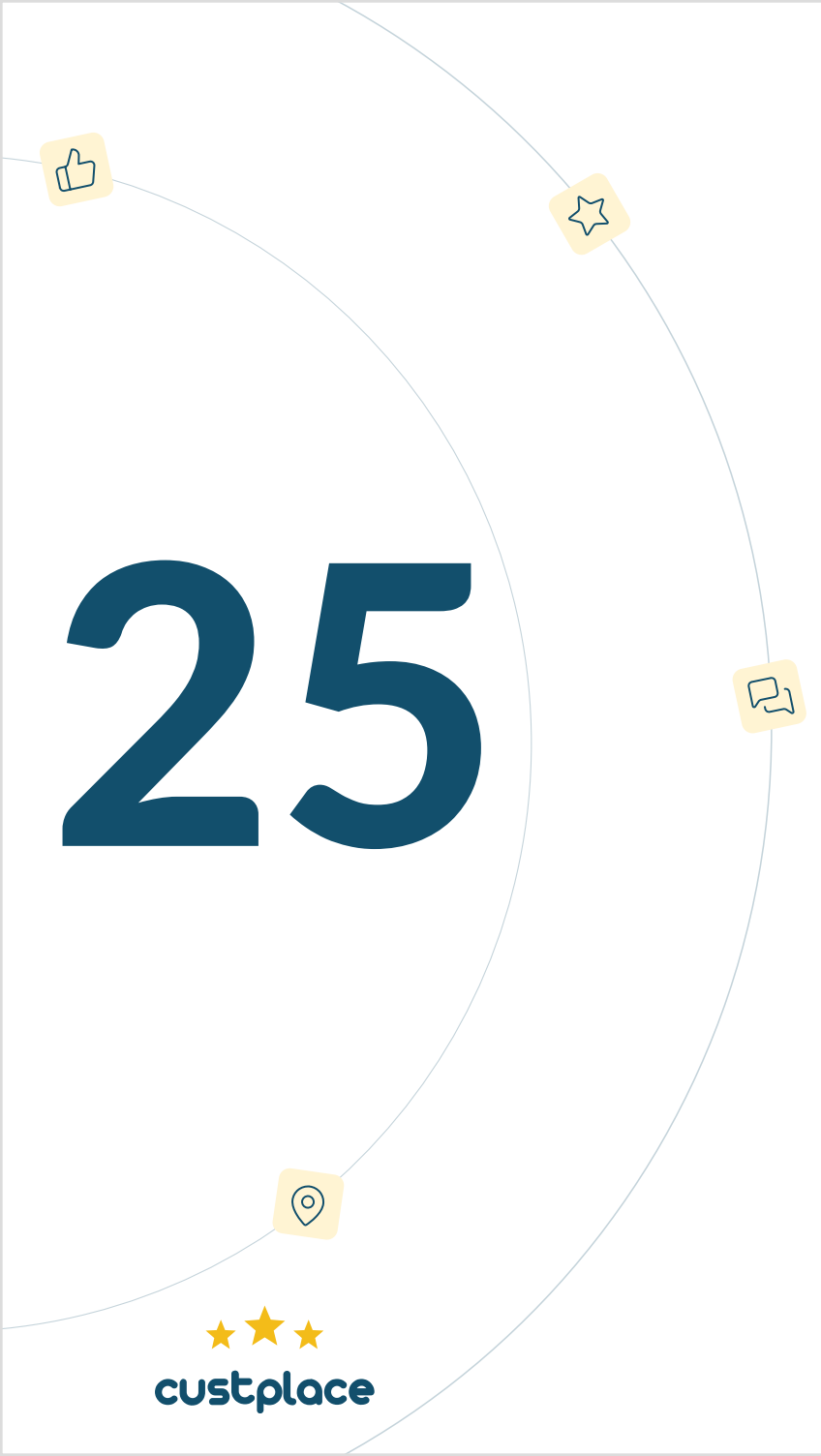
Les entreprises de l'énergie et de la transition durable ne se distinguent pas seulement par leur technologie, mais par leur **vision et leur engagement**. Racontez votre **histoire**, votre **mission** et **les valeurs qui guident votre action** : innovation, responsabilité, proximité, impact environnemental positif. Montrez le **visage humain** de votre entreprise, vos équipes d'ingénieurs, vos techniciens sur le terrain, vos partenariats locaux. Un contenu incarné, qui reflète votre **engagement humain** et votre **attachement** au territoire, attire l'attention des moteurs et des IA, qui valorisent ce type de récits authentiques et sincères.



24

Développez du contenu local et contextuel

Racontez votre **ancrage territorial** et vos **contributions concrètes à la vie locale**. Valorisez vos **projets dans la région** (centrales solaires, bornes de recharge, rénovations énergétiques collectives, installations hydrogène, etc.) et vos **collaborations régionales** (collectivités, syndicats d'énergie, entreprises du BTP, universités, écoles d'ingénieurs). Ces contenus contextualisés aident les IA à relier votre entreprise à son **territoire**, sa **spécialité** et sa **communauté locale** et à mieux comprendre votre **rôle dans le tissu économique local**.

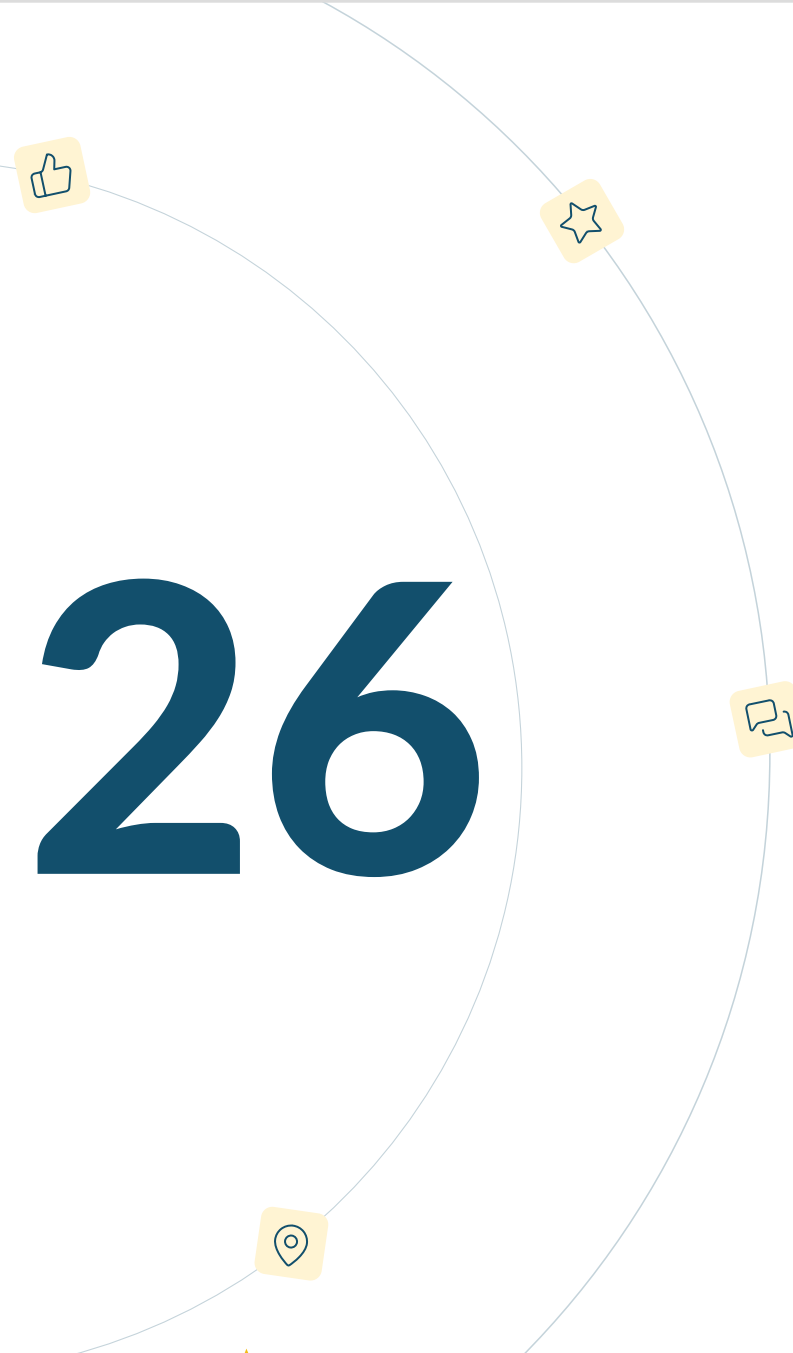


25

Valorisez vos partenariats et vos prescripteurs locaux

Les **collaborations locales** renforcent votre crédibilité et votre visibilité en ligne. Mentionnez vos collaborations avec des **acteurs publics et privés (promoteurs, bailleurs, industriels, syndicats d'énergie, collectivités, start-ups cleantech ou clusters régionaux)** et publiez des contenus collaboratifs : **études de cas croisées, portraits de partenaires, témoignages conjoints, bilans de projets territoriaux**. Elles prouvent que vous faites partie d'un réseau **dynamique, innovant et enraciné dans la vie locale**, tout en **boostant votre référencement naturel**.

La nouvelle ère de la visibilité locale pour l'énergie et les solutions durables en 2026



26

Rédigez pour les humains avant tout

Les IA privilégient les contenus qui **se lisent naturellement**. Rédigez comme si vous expliquiez vos solutions à un client, un investisseur ou un décideur public : avec un ton **professionnel mais accessible**. Évitez les phrases techniques ou trop commerciales ou les répétitions de mots-clés. Plus votre contenu sonne **authentique**, plus il sera compris et repris par les modèles d'IA. Adoptez une écriture **conversationnelle**, inspirée des questions que vos clients se posent vraiment ("Comment produire son électricité solaire en autoconsommation collective ?", "Quels sont les avantages d'une pompe à chaleur industrielle ?", "Quelles entreprises proposent des solutions hydrogène clé en main en Auvergne-Rhône-Alpes ?").

Auditez et testez la visibilité de votre entreprise du secteur de l'énergie et des solutions durables

Penser la visibilité locale d'une entreprise énergétique, d'un fournisseur de solutions renouvelables ou d'un bureau d'études en performance énergétique, c'est comme vérifier une installation avant sa mise en service : contrôler la cohérence des données, mesurer la qualité des signaux et garantir la traçabilité des informations. Puis viennent les **détails qui font la différence** : la clarté des contenus, la régularité des mises à jour et l'uniformité de vos informations sur tous les canaux digitaux.

Pour être **GEO-ready**, chaque information doit guider les moteurs d'IA, aussi efficacement qu'un tableau de bord intelligent pilote une centrale solaire : avec rigueur, précision et cohérence.

Checklist technique – Entreprises du secteur de l'énergie et des solutions durables :

- ☒ **Cohérence NAP** : nom, adresse, téléphone et lien identiques sur votre site officiel, vos fiches Google Business Profile/Bing Places/Apple Plans, PagesJaunes, Kompass Énergie, ADEME, France Rénov', Data.gouv, CCI, LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube, plateformes institutionnelles, portails d'appels d'offres, sites partenaires du secteur et plateformes d'avis.
- ☒ **Fiches GBP, Apple et Bing complètes** : catégories précises ("Entreprise d'énergie renouvelable", "Installateur photovoltaïque", "Bureau d'études en efficacité énergétique", "Fournisseur de bornes de recharge", "Spécialiste en autoconsommation") et mentionnez vos services clés (études, conception, installation, maintenance, monitoring, stockage, autoconsommation collective), vos certifications et labels (RGE, ISO 50001, Qualifelec, QualiPV, Solar Impulse, B Corp, etc.), vos zones d'intervention, vos photos authentiques (installations, chantiers, équipes, partenaires, événements) et vos références clients (collectivités, industriels, promoteurs, syndicats, bailleurs).
- ☒ **Données structurées LocalBusiness / EnergyProvider / Electrician / SolarEnergyCompany / EngineeringFirm / EnvironmentalConsulting** : intégration du balisage schema.org adapté à votre activité. Ce code aide les IA à mieux lire vos informations et vos spécialités : horaires, certifications, services, réalisations, avis, visuels, coordonnées, études de cas, projets livrés, etc.
- ☒ **Pages locales optimisées** : URL, titres (H1), métadonnées et contenus mentionnant votre zone d'intervention ("Société d'ingénierie énergétique en Auvergne-Rhône-Alpes").
- ☒ **Visuels localisés et optimisés** : photos de chantiers avant/après, phases de travaux, équipes à l'œuvre, bâtiments livrés, matériaux utilisés, certifications environnementales bien légendées ("Installation solaire 250 kWc sur bâtiment industriel Rungis 2025") et adaptées au web.
- ☒ **FAQ locale** : section Q/R couvrant les questions fréquentes ("Proposez-vous des contrats de performance énergétique (CPE) ?", "Quels types de bâtiments peuvent bénéficier de l'autoconsommation collective ?", "Intervenez-vous sur des projets publics ?") avec balisage FAQPage.
- ☒ **Avis clients visibles et réponses publiques** : gestion active des avis sur Google et autres plateformes. Soyez réactif, professionnel et convivial dans vos réponses.

Checklist technique – Entreprises du secteur de l'énergie et des solutions durables :

- ☒ **Suivi des conversions locales** : tracking clics sur itinéraires, demandes de devis, appels entrants, formulaires, zones les plus actives, performance de vos fiches locales et volume d'avis reçus. Analysez les résultats via Google Analytics, Search Console ou Google Business Insights. Faites le suivi de vos fiches (performance, cohérence, nouveaux avis) et auditez régulièrement des backlinks et mentions sur les sites spécialisés.
- ☒ **Calendrier éditorial GEO** : plan de publication en fonction de vos cycles d'activité : lancement de projets ou de centrales, partenariats institutionnels, appels d'offres remportés, certifications obtenues, innovations ou solutions R&D et événements et salons (Pollutec, EnerGaïa, BePositive...). Ajoutez aussi des contenus sur vos recrutements et vos partenariats locaux.
- ☒ **Processus multi-sites unifié** : si vous avez plusieurs sites, filiales ou implantations régionales, centralisez la **gestion des fiches locales, avis clients, visuels et statistiques** sur une **plateforme unique de Presence Management**.

Prompts pratiques pour tester la visibilité via IA

💡 Testez votre visibilité géographique en interrogeant les outils d'IA avec des requêtes réalistes. Celles que formulent vos clients au quotidien.

L'objectif : vérifier si votre entreprise est **mentionnée**, **citée** ou **paraphrasée** dans la réponse générée.

Si ce n'est pas le cas, votre contenu manque probablement de **signaux de confiance**, de **structure** ou de **contexte local**.

Exemples de prompts à tester :

- [-] "Quelle entreprise est spécialisée dans l'installation photovoltaïque à [ville] ?"
- [-] "Quelles sociétés proposent des solutions d'autoconsommation collective en [région] ?"
- [-] "Quel fournisseur d'énergie renouvelable est le mieux noté à [ville] ?"
- [-] "Qui installe des bornes de recharge rapide en [région] ?"
- [-] "Quelles entreprises développent des projets hydrogène en [territoire] ?"

Astuce GEO : ajoutez des variantes selon le **contexte** et les **besoins** d'une demande.

Exemples :

- "Entreprise d'énergie solaire certifiée RGE à [ville]"
- "Société de maintenance de centrales photovoltaïques à [région]"
- "Bureau d'études en efficacité énergétique pour bâtiments tertiaires à [ville]"

Conclusion

Le **GEO (Generative Engine Optimization)** ne représente pas une **simple évolution du référencement** : il incarne une **évolution** dans la manière dont les entreprises du secteur de l'énergie et des solutions durables sont perçues, évaluées et recommandées. Alors que les **moteurs conversationnels** redéfinissent la recherche locale, en transformant les requêtes en **recommandations contextualisées**, la question n'est plus simplement "**comment être trouvé**", mais bien "**comment être reconnu, fiable et recommandé ?**".

Dans un secteur où la confiance repose autant sur la **crédibilité des données** que sur la **performance réelle des solutions déployées**, cette mutation redéfinit les priorités. L'expérience ne s'arrête plus à la signature d'un contrat, à la mise en service d'une installation ou à la livraison d'un projet : elle s'étend désormais à la manière dont **l'intelligence artificielle interprète, relie et valorise vos données**. Le **GEO** ajoute une nouvelle dimension : celle de la **lisibilité machine** et de la **crédibilité algorithmique**, où chaque photo de projet solaire, chaque donnée technique, chaque témoignage client ou certification environnementale, contribue à faire reconnaître votre entreprise comme une **source fiable et digne de recommandation** par les IA.

Pour les acteurs de l'énergie, des renouvelables et de l'efficacité énergétique, cette transition marque la **fusion entre visibilité humaine et reconnaissance numérique**.



Il ne s'agit plus seulement d'optimiser un site web ou une fiche Google, mais de bâtir un **écosystème cohérent, complet et crédible**, présent sur toutes les plateformes où les IA puisent leurs données : Google Business Profile, Bing Places, Apple Plans, PagesJaunes Pro, Kompass Énergie, France Rénov', ADEME, Data.gouv, LinkedIn, YouTube, réseaux sociaux, GreenUnivers, médias spécialisés, plateformes d'avis certifiés et votre site officiel.

Les entreprises qui sauront **entretenir une présence cohérente et vivante**, valoriser leurs projets, leurs partenaires et leurs engagements durables tout en cultivant la **transparence et la rigueur des données** deviendront plus que de simples prestataires du secteur : elles deviendront les **références locales de demain**.

Avec méthode, régularité et une compréhension fine des logiques **GEO**, chaque entreprise de l'énergie peut transformer cette mutation en **avantage concurrentiel durable**, où chaque requête conversationnelle devient une **opportunité d'être trouvé, choisi et recommandé**.

La nouvelle ère de la visibilité locale pour l'énergie et les solutions durables en 2026



A propos de custplace

Custplace est une plateforme de réputation et de marketing local Tout-en-un

Plus de 500 grandes entreprises et 100.000 établissements font confiance à Custplace pour gérer leurs avis clients et leur visibilité en ligne. Avec un taux de fidélisation de 96 %, Custplace s'impose comme la solution de référence en Europe pour piloter la réputation, le SEO local et l'expérience client à grande échelle.

Un retour à donner sur notre étude ?

Une question sur Custplace ?

Contactez-nous !

Review Management

Centraliser plus de 100 sources d'avis et piloter les réponses et l'analyse par notre IA agentplace

Feedback Management

Analyser la satisfaction client en temps réel et transformez chaque retour en plan d'action.

Review Generation

Solliciter et multidiffuser des avis certifiés NF pour votre marque, établissements, produits et salariés

Presence Management

Gérer toutes les informations de vos établissements sur Google, Apple, GPS, annuaires et moteurs IA

Store Locator

Augmenter la visibilité de vos établissements et transformez les visites en interaction prospects

Competitive Intelligence

Obtenir une vision claire du marché pour booster vos parts de marché et vos décisions stratégiques.

Social Media

Publier et démultiplier votre visibilité locale sur les réseaux sociaux



custplace

Rayonnez grâce aux avis clients

Demander une démo

Gérer tous vos avis avec l'IA

www.custplace.com

