MY HOTEL REPUTATION
Prenez l'avis du bon côté !

Les bons réflexes GEO pour améliorer sa visibilité auprès des IA

Checklist pratique à imprimer - hôtels & campings

Objectif : rendre votre site plus clair, plus fiable et plus facile à comprendre par les moteurs de recherche et les assistants IA. Utilisez cette fiche comme support de travail avec vos équipes ou votre prestataire web.

1 CONTENU ☐

Répondre clairement à une question précise

Chaque page doit traiter un sujet identifiable : parking, petit-déjeuner, chambres familiales, spa, accès, animaux acceptés, etc. L'IA doit pouvoir repérer facilement la réponse à une question donnée.

2 STRUCTURE ☐

Structurer les contenus avec des titres H1, H2 et H3

Le H1 correspond au titre principal de la page, les H2 aux grandes parties et les H3 aux sous-parties. Cette structure aide les moteurs et les IA à comprendre rapidement chaque bloc. Privilégiez aussi les paragraphes courts, listes, tableaux ou FAQ lorsque cela s'y prête.

3 CLARTÉ ☐

Placer les informations importantes dès le début

Si une section s'intitule « L'hôtel dispose-t-il d'un parking ? », la réponse doit apparaître immédiatement : nombre de places, tarif, réservation nécessaire ou non. Allez à l'essentiel.

4 VALEUR ☐

Créer du contenu réellement utile et propre à votre structure

Conseils de l'équipe, recommandations locales, habitudes des clients, données internes, retours terrain ou informations pratiques ont plus de valeur qu'un texte très généraliste.

5 PRÉCISION ☐

Nommer précisément l'établissement et ses services

Faites apparaître clairement le nom de votre hôtel ou camping, sa ville, sa catégorie, ses équipements et ses spécificités. Mieux vaut écrire « hôtel 4 étoiles avec spa à Annecy » que seulement « une parenthèse de bien-être dans un cadre exceptionnel ».

6 CONFIANCE ☐

Renforcer les éléments de confiance

Coordonnées complètes, classement, labels, avis récents, date de mise à jour des contenus et présence sur le site d'un office de tourisme ou d'un acteur local reconnu renforcent la crédibilité de l'établissement.

À retenir : soyez précis, cohérent et concret. Une information claire pour le voyageur est aussi une information plus facile à interpréter pour une IA.

À garder en tête

Cette checklist n'est pas exhaustive et a vocation à vous donner des repères simples pour commencer le GEO. Ce domaine étant en pleine évolution, certains mécanismes restent encore difficiles à mesurer. Ces conseils constituent un premier niveau de bonnes pratiques.

MY HOTEL REPUTATION
Prenez l'avis du bon côté !

Checklist GEO - suite

Passez en revue ces derniers points puis notez les actions à prioriser avec votre agence, votre webmaster ou vos équipes.

7 AUTORITÉ ☐

Développer les mentions sur des sites extérieurs

Office de tourisme, OTA, presse locale, partenaires ou sites spécialisés peuvent confirmer les informations diffusées par l'établissement. Les IA ne s'appuient pas uniquement sur le site officiel.

8 TECHNIQUE ☐

Utiliser les données structurées

Ces éléments sont ajoutés dans le code du site et aident les moteurs à mieux identifier certaines informations. Pour l'hôtellerie, des balises comme Hotel, Restaurant, Destination ou FAQPage peuvent être pertinentes. À vérifier avec votre agence ou votre webmaster.

9 INDEXATION ☐

S'assurer que le site est accessible aux robots

Les pages importantes doivent pouvoir être explorées et indexées. Vérifiez notamment le fichier robots.txt, le sitemap XML et l'accessibilité des contenus essentiels.

10 INTENTION ☐

Créer des pages dédiées à des recherches précises

Exemples : « hôtel avec parking à Bordeaux », « hôtel proche de la gare », « hôtel familial », « petit-déjeuner », « accès » ou « que faire autour de l'hôtel ? ». L'objectif n'est pas de multiplier les pages artificiellement, mais de répondre aux attentes réelles des voyageurs.

11 VOCABULAIRE ☐

Employer le vocabulaire utilisé par les internautes

Si vous proposez un spa, un parking privé, des chambres familiales ou acceptez les chiens, dites-le clairement. Les formulations commerciales peuvent compléter ces informations, mais ne doivent pas les remplacer.

Mes 3 priorités GEO :

1. _____
2. _____
3. _____

Bon réflexe : refaites régulièrement le test sur ChatGPT, Gemini et Google AI Overview pour vérifier si votre établissement est bien compris, cité et présenté.

À garder en tête

Cette checklist n'est pas exhaustive et a vocation à vous donner des repères simples pour commencer le GEO. Ce domaine étant en pleine évolution, certains mécanismes restent encore difficiles à mesurer. Ces conseils constituent un premier niveau de bonnes pratiques.