

Visibilité IA : soyez vu avant d'être shortlisté, comme à Midway

À Midway, la flotte qui a vu l'autre en premier a frappé en premier : la shortlist B2B se joue désormais dans la réponse de l'IA, avant tout contact.

La visibilité IA décide la shortlist avant le premier contact : la reconnaissance précède le combat

■ MESSAGE CLÉ

L'acheteur B2B a délégué sa reconnaissance : l'IA répond avec deux ou trois sources qui font la shortlist. Le travail décisif se fait des semaines avant le premier contact — aucun outil ne rattrape cette position pendant l'engagement.

- 1 À Midway (juin 1942), la victoire s'est jouée avant le combat : la flotte qui a vu l'autre en premier a frappé en premier.
- 2 Chez Shopify, trafic et commandes issus de l'IA ont triplé en un an (T2 2026) ; 75 % des achats IA échappent au top 100 des catégories.
- 3 Les marques visibles par l'IA figurent parmi les trois traits des équipes B2B qui dépassent leurs objectifs (Anteriad, 631 décideurs, 2026).
- 4 Le dispositif AEO (données structurées, contenu citable, mesure) se déploie avant le premier contact commercial, jamais pendant.

La visibilité IA touche vos trois leviers : citations, shortlist et budget suivent la reconnaissance

CROISSANCE

Cité = shortlisté

Être cité par l'IA ouvre la shortlist : la moitié des sessions IA atterrissent directement sur la fiche produit.

IMPACT *Trafic IA x3 en 1 an*

RISQUES

Shortlist sans vous

L'acheteur ne voit que deux ou trois citations : hors de la réponse, pas d'appel d'offres, pas de démo, pas de commercial.

IMPACT *75 % hors top 100*

COÛTS

Banalisation de l'outil

HubSpot industrialise l'AEO : quand la technologie s'égale, seule la position acquise en amont ne s'achète pas.

IMPACT *Quelques trimestres d'avance*

L'acheteur ne cherche plus : il interroge — et deux ou trois citations font désormais la shortlist

Les réponses génératives n'accordent que deux ou trois citations : le reste du marché est absent — le classement classique ne prédit plus l'issue.

×3

trafic et commandes IA chez Shopify
en un an (T2 2026, TechCrunch)

75 %

des achats IA se font hors du top 100
des catégories (T2 2026)

2,5×

de sessions IA qui atterrissent
directement sur la fiche produit, vs
recherche classique

Sources : TechCrunch, résultats T2 Shopify (5 août 2026) ; Anteriad & Ascend2, 631 décideurs (4 août 2026) ; HubSpot, Q2 2026.

Midway : le renseignement a inversé le rapport de forces — votre AEO est votre réseau de reconnaissance

■ LE PRÉCÉDENT — MIDWAY, JUIN 1942

- Yamamoto attaque Midway avec quatre porte-avions, mais aucune information fraîche sur la position adverse.
- Nimitz a moins de tonnage mais la carte du jeu : le renseignement place ses bombardiers au bon endroit.
- En une passe, trois porte-avions japonais condamnés, hangars pleins d'appareils armés : quatre contre un.

=

■ LA TRANSPOSITION COMMERCIALE

- L'acheteur a délégué sa reconnaissance : la réponse IA est la liste d'objectifs, hors liste pas de traitement.
- Données structurées = décryptage, contenu citable = hydravions, mesure des citations = radar.
- Un challenger préparé bat un leader invisible : trois porte-avions renseignés ont battu quatre aveugles.

Trois manœuvres pour exister dans la réponse : se rendre lisible, se faire citer, mesurer les veilleurs

01

Décrypter votre propre code

La Manœuvre

Auditer le balisage JSON-LD, corriger les erreurs bloquantes, déployer Organization, Service ou Product, FAQPage, puis vérifier le rendu réel servi.

Outils JSON-LD Schema.org, Google Rich Results Test, Search Console

02

Lancer les hydravions

La Manœuvre

Lister les questions réelles des acheteurs (commerciaux, support, CRM) ; chaque page y répond en moins de 60 mots isolables, chiffre sourcé et daté.

Outils llms.txt, sitemap, corpus tiers, avis sectoriels

03

Tenir les veilleurs

La Manœuvre

Tester chaque mois 10 à 15 questions d'acheteurs sur ChatGPT, Perplexity, Gemini et Claude ; noter si citée, à quel rang, en quels termes.

Outils ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude, Search Console, CRM

Un trimestre pour être dans la réponse : lisibilité, citations, mesure — puis le dispositif se renforce seul

0-30 JOURS

- Auditer le balisage JSON-LD du site
- Corriger les erreurs bloquantes

Pilote Webmaster / Dev

KPI Rich Results Test OK

30-60 JOURS

- Publier 3 pages-réponses à questions réelles
- Vérifier llms.txt et sitemap

Pilote Content / SEO

KPI URLs indexées + citables

60-90 JOURS

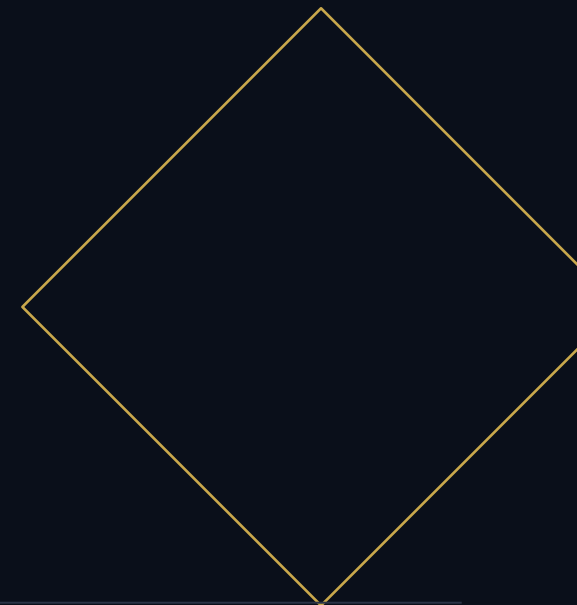
- Audit mensuel des citations IA (10-15 questions)
- Action contenu ou balisage par citation perdue

Pilote Comité GTM

KPI Citations IA mesurées

« Demain matin, quand l'IA de votre meilleur prospect listera les trois fournisseurs capables de traiter son problème, votre marque sera-t-elle dans la réponse, ou dans le brouillard ? »

À ENGAGER — Déclarez cette semaine un schéma Organization et listez les dix questions réelles de vos acheteurs.



Une réflexion adossée aux références stratégiques, business et historiques

■ RÉFÉRENCES STRATÉGIQUES

- Sun Tzu, L'Art de la guerre — le renseignement avant le combat
- Liddell Hart, Stratégie — l'approche indirecte
- Clausewitz, De la guerre — le brouillard de la guerre

■ ÉTUDES BUSINESS

- TechCrunch, Shopify Q2 2026 — trafic IA ×3, 75 % hors top 100
- Anteriad & Ascend2, 631 décideurs, via MarketScale (4 août 2026)
- HubSpot, Q2 2026 Earnings Call — lancement AEO (12 août 2026)

■ SOURCES HISTORIQUES

- Parshall & Tully, Shattered Sword (2005) — Midway côté japonais
- Toll Ian W., Pacific Crucible (2011) — le Pacifique en 1941-1942