



La checklist VEO

Six règles. Si une seule saute, la vidéo existe pour les humains et reste invisible pour les moteurs. Coche au fur et à mesure, garde la feuille à côté de l'écran.

LES 6 RÈGLES

- ☐ **Ancre la vidéo sur une page qui ranké déjà**
Même intention de recherche côté vidéo et côté page. On ne crée pas une audience, on en récupère une qui existe.
- ☐ **Pose le VideoObject sur la page qui embarque la vidéo**
Sans données structurées, Google ne sait pas qu'il y a une vidéo : elle ne peut pas prendre l'encart.
- ☐ **Titre sous 50 caractères, description chapitrée de 250 à 1 000 mots**
Le mot-clé dans le titre, et la description qui porte le contexte que le titre ne peut pas porter.
- ☐ **Uploade la transcription SRT à la main**
Jamais l'auto-générée. C'est ce texte que lisent les IA : sa qualité est la qualité de ta citation.
- ☐ **Une page dédiée par vidéo**
Google n'indexe qu'une seule vidéo par page. Deux vidéos sur une page, c'est une vidéo perdue.
- ☐ **Sitemap vidéo dédié, déclaré dans le sitemap principal et le robots.txt**
C'est le canal par lequel l'indexation vidéo arrive vite au lieu d'arriver un jour.

À ÉVITER

Le Short comme asset GEO. Pas de transcript exploitable : pour les IA, un Short c'est du TikTok, pas une source.

LE WORKFLOW EN 7 ÉTAPES

- | | |
|---|--|
| <p>01 Scoring business
Les 20 requêtes qui font vraiment ton business.</p> | <p>02 Analyse SERP
Sur chacune : est-ce qu'un encart vidéo est déjà affiché ?</p> |
| <p>03 Script depuis la page qui ranké
La page est la source du script.</p> | <p>04 Production
Text-to-speech IA ou tournage. Le recyclage compte aussi.</p> |
| <p>05 Optimisation YouTube
Titre, description chapitrée, SRT, tags, vignette.</p> | <p>06 Synergie on-site
Embed, VideoObject, maillage, sitemap vidéo.</p> |
| <p>07 Mesure et industrialisation
Reprises IA, trafic référent, puis on reproduit.</p> | |



Pourquoi ça vaut le coup

Les chiffres qu'on sort quand quelqu'un demande pourquoi mettre de la vidéo dans un budget SEO.

37-53 %

des SERP affichent un encart vidéo (37 % en auto FR, jusqu'à 63 % en auto US)

N°1

YouTube est la source la plus citée dans les Aperçus IA. Plus 34 % en six mois

50×

YouTube est cité 50 fois plus que TikTok par les IA

41 M

de Français sur YouTube chaque mois. 2ème moteur de recherche du monde

CE QUE ÇA DONNE EN VRAI

49/51

vidéos en 1ère position de l'encart, sur l'ensemble de nos productions

< 2 sem.

entre la publication et la 1ère place, sur le cas concessions

99 %

de réussite sur une vidéo neuve

Le cas le plus documenté : un réseau national de concessions auto. On part de pages qui rankaient déjà, on produit en text-to-speech IA, on ajoute le VideoObject et un chapitrage propre. Aucun tournage, zéro euro de budget de production.

TROIS FAÇONS D'Y ALLER

On produit

Script tiré de ta page qui ranke, voix de synthèse ou tournage, publication et optimisation.

On ré-optimise

Tes vidéos existantes : requête, transcription, données structurées, sitemap. Rien à tourner.

On outille tes équipes

Les requêtes à prendre, le script, le workflow. Elles produisent, on cadre.

En parler trente minutes

On regarde tes vraies requêtes business et on te dit lesquelles ont un encart à prendre, sur tous les moteurs et pas seulement sur la SERP texte. Puis on te dit par quoi on commencerait, et laquelle des trois façons d'y aller colle à ta boîte. Sans slide de vente.

<https://meetings-eu1.hubspot.com/franck-neuenschwander>

franck@botanik.ai

botanik.ai/framework-veo

Botanik, agence SEO et GEO. 20 rue Saint-Fiacre, 75002 Paris. Checklist tirée du framework VEO publié sur botanik.ai/framework-veo, où la méthode complète, le testeur de requêtes et les deux skills gratuits (script vidéo, chapitrage) sont en accès libre. Les chiffres de cette page viennent de nos propres productions. C'est un aide-mémoire de production, pas un audit.