CLIENTS ET MARGES

Mode IA de Google : vos clients B2B vous y trouvent-ils ?



Par Pierre-Louis Gaudreau, Président d'IA.consulting · Mis à jour le 20 octobre 2026

Vos clients ne tapent plus seulement « maintenance compresseur Lyon ». Ils demandent : « quel prestataire choisir pour la maintenance de mes compresseurs, et sur quels critères ? ». Google peut répondre par un texte qui cite quelques sources. Ce que vous voulez savoir : votre entreprise est-elle citée, et qui l'est à sa place ?

État des lieux en octobre 2026. La fonction change vite. Relisez cette page avant de vous appuyer sur un détail du produit.

Le Mode IA de Google, concrètement

Selon l'annonce de Google [S1], le Mode IA est un espace de la recherche où l'on pose une question en langage courant, et où Google répond par une synthèse. Les Aperçus IA, eux, sont des résumés affichés dans la page de résultats habituelle. Google a annoncé le 22 juillet 2026 que les deux fonctions sont « désormais disponibles en France » [S1].

Accès. D'après la documentation de Google [S7], on l'ouvre sur google.com en saisissant une question puis en appuyant sur « Mode IA », par google.com/ai, ou depuis l'écran d'accueil de l'appli Google. La page d'aide range la France parmi les pays où il est disponible, en français. S'il ne s'affiche pas chez vous, c'est cette page d'aide qui fait foi à date, car ces modalités changent souvent.

Saisie. Toujours d'après la documentation de Google, on peut poser sa question « par écrit, de vive voix ou à l'aide d'images ou de fichiers » [S8]. La même page mentionne une barre pour poser une question complémentaire [S8]. Ce que nous disons de la possibilité de relancer ne repose que sur ce passage, qui ne décrit rien en détail.

Pourquoi cela vous concerne : vos clients peuvent y décrire un besoin précis, le relancer, joindre la photo d'un équipement ou un cahier des charges. À chaque étape, la réponse cite votre entreprise, ou ne la cite pas.

Ce que l'on sait en France, puis aux États-Unis

En France, les seules données publiques viennent de Google. Elles décrivent le produit et ne mesurent rien. Selon le blog de Google France, le Mode IA « découpe votre question en plusieurs sous-thèmes et lance simultanément une multitude de recherches » [S2]. Toujours

selon Google, les liens vers le Web restent « bien visibles pour poursuivre votre lecture » [S3]. Au 20 octobre 2026, aucune source consultée ne dit combien de recherches entre entreprises (B2B) déclenchent le Mode IA, ni combien de clics il renvoie vers les sites. Un média en ligne a chiffré une baisse du taux de clic en France. Il ne cite pas sa source et parle des Aperçus IA : nous ne retenons pas ce chiffre.

Aux États-Unis, le Pew Research Center a suivi la navigation d'un panel de 900 adultes en mars 2025 [S4]. Quand un résumé IA s'affichait, les internautes cliquaient sur un lien de résultat classique dans 8 % des visites, contre 15 % sans résumé [S4]. Les limites sont nombreuses. L'étude porte sur les Aperçus IA et non sur le Mode IA, tous sujets confondus, et ne prouve aucun lien de cause. Elle ne se transpose ni à la France ni au B2B.

Pourquoi un concurrent peut être cité à votre place

Selon Google, la question est découpée en sous-questions, et chacune fait l'objet d'une recherche à part [S2]. Une entreprise bien placée sur un mot-clé peut donc manquer dans la réponse. Un concurrent peu visible peut y figurer parce qu'il répond précisément à un sous-thème (un critère de choix, une norme, un délai).

D'après la documentation de Google Search Central, il n'existe « aucune exigence supplémentaire » ni optimisation particulière pour apparaître dans les Aperçus IA ou le Mode IA [S5]. Méfiez-vous des offres qui promettent une place dans le Mode IA. Google n'en promet aucune.

Le retrait, lui, est possible. Google a annoncé « un nouveau contrôle dans la Search Console, disponible en France », qui permet à un site de décider s'il apparaît dans les fonctionnalités d'IA générative de la recherche ; « Ce contrôle n'est pas utilisé comme un signal de classement » [S9]. La Search Console est l'outil de Google qui permet au propriétaire d'un site de suivre sa présence dans les résultats.

Le test : vos questions clients, datées

Il n'existe pas d'outil de mesure dédié. Observez donc vous-même, en notant ce que vous voyez et à quelle date.

La grille

Étape	Ce que vous faites	Ce que vous notez
Lister	Demandez à vos commerciaux les questions que les clients posent vraiment	La question exacte
Interroger	Posez chaque question dans le Mode IA, hors de votre compte habituel	La date, l'appareil
Relever	Lisez la réponse et ses liens	Entreprises nommées, sources citées, votre présence ou non
Qualifier	Repérez le type de source qui porte la réponse	Site d'un concurrent, média, annuaire, fiche publique
Refaire	Reposez les mêmes questions à intervalle régulier	Ce qui a changé

Cas construit : une PME de maintenance industrielle

Cas construit, pour l'exemple : une PME régionale de maintenance industrielle teste les questions entendues en avant-vente. La réponse cite surtout un guide d'achat publié par un média professionnel, et la page « critères de choix » d'un concurrent national. L'entreprise n'apparaît nulle part. Elle en tire un constat, sans chercher à « optimiser » quoi que ce soit : elle n'a rien publié sur les critères de choix de ses clients. Pour regarder au-delà de Google, une méthode permet d'observer les signaux publics de vos concurrents (ia.consulting/fr/ia-pme/retard-concurrentiel/concurrents/).

Ce qui ne dépend pas de vous

Une partie du résultat vous échappe :

- **La variabilité** : une même question peut donner des réponses différentes. Un test isolé ne prouve rien.
- **La personnalisation** : la réponse peut dépendre du compte et du lieu. Ce que montre votre écran n'est pas forcément ce que voit votre client.
- **L'absence de position** : il n'y a pas de rang à suivre.

- **La mesure** : selon la documentation de Google, les apparitions dans les fonctions IA sont comptées dans le rapport Performances de la Search Console, dans le type de recherche « Web » [S6]. Google indique aussi que de nouveaux indicateurs de la Search Console ont été mis en service pour tous les sites au 31 août 2026. Ils comprennent des impressions (le nombre d'affichages) et la liste des pages qui apparaissent dans les réponses IA, par pays [S10]. Ce billet ne parle ni de clics ni d'un rapport propre au Mode IA. A priori, sa part dans votre trafic ne peut pas être isolée.
- **La durée** : la fonction a été lancée en France à l'été 2026 [S1]. Ses règles d'affichage peuvent changer sans préavis.

Comparaison, sans plus : le Minitel a été distribué à partir de 1982 et arrêté le 30 juin 2012. Comparable sur un point, un service par lequel on cherche une information a une date de début et une date de fin. Différent sur l'essentiel : le Mode IA n'a que quelques mois et ses règles changent sans préavis, d'où un test daté plutôt qu'un avis définitif.

Ce qu'il est raisonnable de faire, et ses limites

La décision raisonnable est modeste : faire le test, le dater, le refaire. Attendre coûte peu si vos clients viennent surtout par recommandation. Le risque monte s'ils comparent seuls en ligne.

Ce test n'a aucune valeur statistique. Il ne dit rien de votre chiffre d'affaires et se périme vite. Le calcul de ce que l'IA rapporte relève de notre page sur le retour sur investissement de l'IA (C4). La visibilité dans les autres moteurs conversationnels n'est pas traitée ici. Pour un usage interne, vous pouvez comparer les assistants IA du marché (ia.consulting/fr/ia-pme/budget-choix/comparatif-assistants-ia/).

Suivre ce qui change sans y passer vos semaines

Comment suivre ce qui bouge dans votre secteur sans y passer vos semaines ? La page qui explique comment organiser une veille IA adaptée à votre secteur (ia.consulting/fr/ia-pme/retard-concurrentiel/veille-dirigeants/) dit quoi suivre et quoi laisser de côté.

Les réponses de Google ne sont qu'un des endroits où l'IA se glisse entre vous et vos clients. Pour élargir la question à vos clients et à vos marges, le dossier sur l'IA, les clients et la rentabilité (ia.consulting/fr/ia-pme/clients-marges/) explique comment protéger la valeur de votre entreprise.

Questions fréquentes

Comment activer le Mode IA ? Est-il disponible en France ? Il n'y a rien à installer. D'après la page d'aide de Google, on y accède par google.com/ai, ou en saisissant une question sur google.com puis en appuyant sur « Mode IA » [S7]. Google l'a annoncé disponible en France

le 22 juillet 2026, et sa page d'aide compte le français parmi les langues prises en charge [S1] [S7].

Le Mode IA est-il payant ? Les pages de Google consultées le 20 octobre 2026 ne mentionnent ni prix ni abonnement pour y accéder depuis google.com [S7]. La page d'aide réserve en revanche Gemini 3 Pro en Mode IA aux « abonnés Google AI Plus, Pro et Ultra de 18 ans et plus », avec des limites d'utilisation par jour [S12].

Peut-on retirer son site du Mode IA ? Oui, d'après Google. Un contrôle de la Search Console, disponible en France, permet de décider si votre site apparaît dans les fonctionnalités d'IA générative de la recherche [S9]. Les sites qui s'en retirent ne reçoivent plus de trafic ni d'impressions de ces fonctionnalités [S10]. Les directives nosnippet, data-nosnippet, max-snippet et noindex limitent aussi ce que Google affiche de vos pages [S11]. Si vous voulez être cité quand vos clients posent leurs questions, ce retrait va rarement dans votre sens.

Comment savoir si mon entreprise est citée ? Posez dans le Mode IA les questions que vos clients posent vraiment, notez la date et les sources citées, et refaites le test à intervalle régulier, selon la grille plus haut. Ajoutez-y les impressions dans les réponses IA que la Search Console affiche désormais [S10]. Elles disent si vos pages apparaissent. Elles ne disent pas si vos clients cliquent.

Sources

1. S1 · Google France (blog.google), juillet 2026, « Explorez, obtenez des réponses : Aperçus IA et Mode IA en France ». https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/ (https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/)
2. S2 · Google France (blog.google), juillet 2026, même article (query fan-out). https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/ (https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/)
3. S3 · Google France (blog.google), juillet 2026, même article (liens vers le Web). https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/ (https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/)
4. S4 · Pew Research Center, juillet 2025, « Google users are less likely to click on links when an AI summary appears ». https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/ (https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/)
5. S5 · Google Search Central, décembre 2025, « AI features and your website ». https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features (https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features)

6. S6 · Google Search Central, décembre 2025, même page (rapport Performances). https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features (https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features)
7. S7 · Aide Recherche Google (support.google.com), consultée en octobre 2026, page d'aide Mode IA (accès, version Ordinateur). https://support.google.com/websearch/answer/16011537?hl=fr&co=GENIE.Platform%3DDesktop (https://support.google.com/websearch/answer/16011537?hl=fr&co=GENIE.Platform%3DDesktop)
8. S8 · Aide Recherche Google (support.google.com), consultée en octobre 2026, même page (saisie et questions complémentaires). https://support.google.com/websearch/answer/16011537?hl=fr&co=GENIE.Platform%3DDesktop (https://support.google.com/websearch/answer/16011537?hl=fr&co=GENIE.Platform%3DDesktop)
9. S9 · Google France (blog.google), juillet 2026, même article que S1 (contrôles pour les éditeurs de sites). https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/ (https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-réponses/recherche-ia-apercus-mode/)
10. S10 · Google (blog.google), juin 2026, mis à jour le 31 août 2026, « New controls for website owners » (effet du retrait, indicateurs Search Console). https://blog.google/products-and-platforms/products/search/new-controls-website-owners/ (https://blog.google/products-and-platforms/products/search/new-controls-website-owners/)
11. S11 · Google Search Central, décembre 2025, même page que S5 (contrôles de l'affichage). https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features (https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features)
12. S12 · Aide Recherche Google (support.google.com), consultée en octobre 2026, même page que S7 (Gemini 3 Pro en Mode IA). https://support.google.com/websearch/answer/16011537?hl=fr&co=GENIE.Platform%3DDesktop (https://support.google.com/websearch/answer/16011537?hl=fr&co=GENIE.Platform%3DDesktop)



PUBLIÉ SOUS LA RESPONSABILITÉ DE

Pierre-Louis Gaudreau, Président d'IA.consulting. Sources citées et datées. Une erreur ? Écrivez-nous.