

LE NUMÉRIQUE SANS BULLSHIT · WEBINAIRE WEBIKEO

Baisse du trafic organique : faut-il supprimer votre site web B2B en 2027 ?

Frédéric Canevet

Fondateur de ConseilsMarketing.com

Animé par Yann Gourvennec, Visionary Marketing

Mercredi 30 septembre 2026 · 12h15

2027 ?

Supprimer ou garder son site web

20 ans à tester ce qui marche en acquisition B2B (et ce qui ne marche plus)

2006

Création de **ConseilsMarketing.com**, l'un des blogs marketing B2B les plus influents en France

20 ans

Growth hacker et product manager B2B chez des éditeurs de logiciels

Dunod

Co-auteur de **Le Growth Hacking**, avec les usages de l'IA générative (ChatGPT, Claude)

16/09

Sortie de **Business Express**, un plan d'action en 90 jours pour booster son activité

60 minutes pour trancher, chiffres à l'appui

01

Le constat

15 min

Ce que disent vraiment les chiffres sur la baisse du trafic

02

Le débat

30 min

Garder, transformer ou abandonner son site web B2B

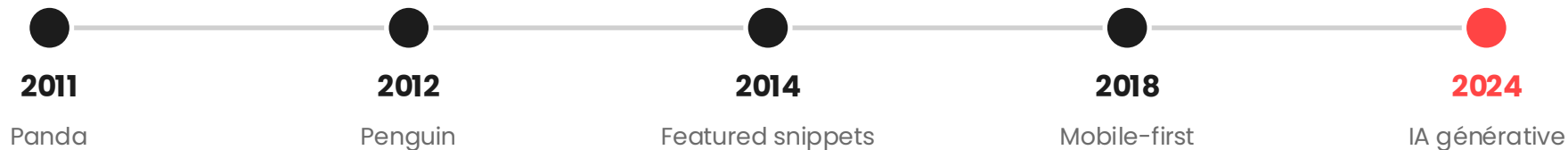
03

Le plan d'action

15 min

3 priorités concrètes, puis vos questions

Le SEO n'est pas mort, il change de victimes



Ce que l'IA est en train de tuer

- **Les articles de fond génériques**
- Les tutos et listes d'idées
- Les blogs "média" sans angle

Ce qui a une chance de survivre

- **L'actu fraîche**
- **L'expertise pointue**
- **Les dossiers documentés**

Le marché perd 15 à 25 % de trafic organique, le B2B tech en première ligne

15 à 25 %

de baisse moyenne
du trafic organique,
avec de fortes
disparités par
secteur

Bain & Company

-25 %

de volume de
recherche
traditionnelle
anticipé d'ici fin 2026

Gartner, février 2024

82 %

des requêtes B2B
tech déclenchent un
AI Overview, contre
5 % en finance

BrightEdge

40 à 60 %

de trafic perdu sur
certaines requêtes
informationnelles

BrightEdge

Sur mon blog : 10 fois moins de prospects en 5 ans

Prospects par jour

100

il y a 5 ans



< 10

aujourd'hui

Visites par jour

10 000

avant l'IA



2 000+

aujourd'hui

Ce qui compense

Le trafic "owned" : LinkedIn, newsletter, marketing automation

L'actu fraîche : GEO, IA, interviews d'auteurs et d'experts

L'omnicanal : le site n'est plus la seule clé

Le trafic venu de ChatGPT pèse peu, mais convertit 9 fois mieux

Taux de conversion

15,9 %



ChatGPT

1,76 %

Google organique

< 2 %

du trafic total vient de ChatGPT
Previsible

+31 %

de conversion et un tiers de
rebond en moins
Adobe

Mon constat : en vente longue, encore très dur à mesurer. Mais un consultant spécialisé reçoit des appels de clients qui ont demandé à l'IA « **qui est la référence pour...** »

Le vrai enjeu : entrer dans le top 5 de vos prospects



Les prospects se renseignent auprès des IA
et ne contactent plus les marques



Les contenus longs s'essouffent
livres blancs compris



La portée LinkedIn divisée par 4 en 1 an
le canal est saturé lui aussi

LE CAS ELOQUANT

**Plus de demandes de démo
depuis août, à trafic identique**

Un trafic plus ciblé, beaucoup sur la **marque**.
Le fruit d'un travail de fond on site et off site
(mentions, interviews) et de **branding**.

Un site ne devient un boulet que s'il reste générique

Le site boulet

- **Contenus génériques ou obsolètes**
- Du "slop" produit au kilomètre
- Une proposition de valeur floue
- Des pages à 0 trafic qui gaspillent le budget crawl

Le site atout

- **La carte de visite qui rassure une entreprise**
- Une proposition de valeur hyper claire
- Une cible resserrée et des preuves
- Une conversion travaillée : chat, bonus

« Il faut accepter de ne plus plaire à tout le monde. »

Le GEO n'est pas une révolution, c'est du SEO adapté aux IA

Ce qu'il faut ajouter à vos pages pour être facile à citer

1 TL;DR en tête d'article

2 FAQ

3 Tableaux comparatifs

4 Sources citées

5 Exemples concrets

6 Cas clients

Mais la barre monte : fini les textes au kilomètre. Visez l'effet « **Wow, ils ont vraiment compris mon problème !** »

L'autorité compte toujours, mais elle devient omnicanale

x3,5

plus de chances d'être cité par ChatGPT
pour les sites qui dépassent 32 000
domaines référents

SE Ranking, analyse de 129 000 domaines

Ma lecture

- 1 Les liens vont se tarir**
Moins de blogs, donc moins de backlinks demain
- 2 Les signaux sociaux prennent le relais**
LinkedIn, Reddit, X
- 3 On passe à la citation globale**
Être mentionné partout où vos prospects s'informent
- 4 Mon réflexe**
Partager chaque contenu sur X pour dire aux IA « hey, il y a un truc nouveau »

Moins de contenus, plus pointus : le générique est mort



Sur ConseilsMarketing.com : growth hacking, marketing B2B, CRM et expérience client. Et c'est déjà trop large !

« On n'est plus dans l'expectative, on est dans l'urgence. »

CPC

en hausse

Influenceurs

de plus en plus sollicités

Anciennes recettes

moins efficaces

Le bon réflexe : test & learn. Mieux vaut agir que ne rien faire.

3 actions à lancer d'ici la fin de l'année

1

Événementialiser

Actus fraîches, storytelling, cas clients, webinaires.
Devenir un aimant à prospects, pour les humains comme pour les IA.

2

Booster ses contenus stars

Les optimiser pour le GEO, puis y ramener du trafic depuis LinkedIn et vos emails.

3

Travailler son autorité

Répondre à « pourquoi moi plutôt qu'un autre ? ». C'est le retour du branding et de la starification.

Mesurer sa présence dans les IA sans exploser son budget

1

Artisanal

Taper ses requêtes stratégiques dans ChatGPT, Perplexity ou Gemini

Gratuit, mais biaisé

2

Outillé

Passer par des outils de suivi comme HubSpot ou Bot Rank

Un marché encore jeune

3

Dans la durée

Suivre ses statistiques : trafic de marque, demandes entrantes

Le juge de paix

ET DANS 5 ANS ?

Le web est en train de devenir une archive pour les IA

On n'ira plus voir des pages. On aura directement des réponses.

Le site B2B reste

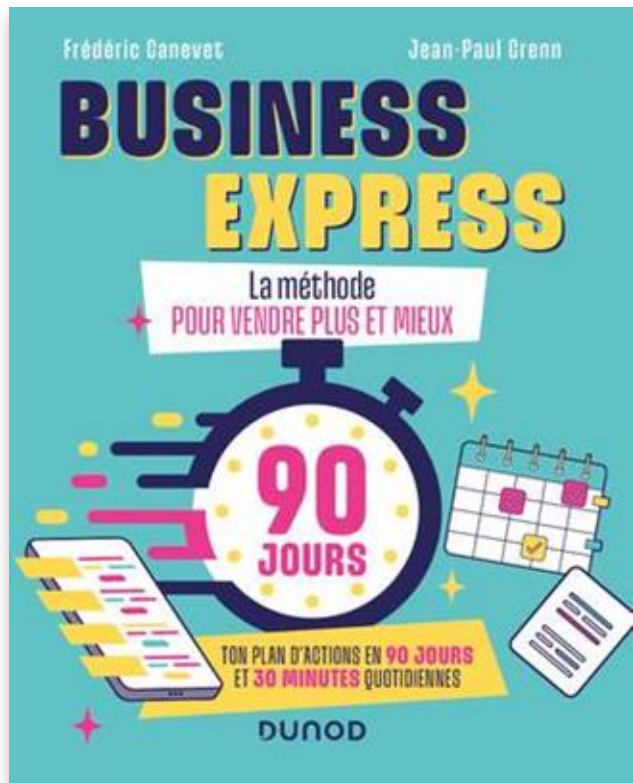
une carte de visite, avec vos références clients et vos preuves

La conversation migre

vers les réseaux sociaux, où se crée le contenu vivant

Le blog survit

surtout par l'expertise



Business Express : votre plan d'action en 90 jours

La méthode pour vendre plus et mieux

Frédéric Canevet & Jean-Paul Crenn · Dunod · sorti le 16 septembre 2026

1

90 jours, 30 minutes par jour

un plan d'action pour donner un coup de boost à son activité

2

Chaque jour, une action concrète

un concept, un exemple terrain et les erreurs à éviter

3

L'esprit test & learn

mieux vaut agir que ne rien faire

Merci ! Vos questions · [ConseilsMarketing.com](https://conseilsmarketing.com)