PUBLIC BRAND NETWORK

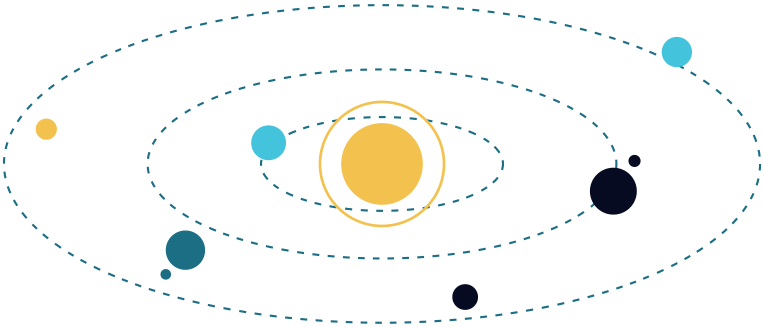
LE PBN SORTI DE L'OMBRE.

Imposez votre marque partout grâce à l'IA.



THIBAUT LEFORT

ÉDITION SPÉCIALE SEO & GEO SUMMIT 2026



PUBLIC BRAND NETWORK

Le PBN sorti de l'ombre.
Imposez votre marque partout grâce à l'IA.

THIBAUT LEFORT

CE LIVRE EST NÉ D'UN TALK

Trente minutes au SEO & GEO Summit, le jeudi 15 octobre 2026 à 9 heures, pour ouvrir la journée : « Public Brand Network, le PBN sorti de l'ombre ». Trente minutes, c'est court. Ce livre reprend tout : la méthode, les chiffres avec leur période, les coûts, les ratés, et les réponses aux questions qu'on n'a pas le temps de poser en trente minutes.

Il se lit en une heure. Il se met en pratique dès lundi.

SCANNEZ-MOI

Les slides du talk, 15 € offerts pour tester Octolinks, et la version numérique de ce livre.

octolinks.fr/seo-summit

> *Écrit en collaboration avec mon système agentique, qui me connaît mieux que moi-même.*

THIB

© 2026 Thibaut Lefort, Octolinks. Tous droits réservés. Première édition, octobre 2026.

Illustrations générées par IA, direction artistique « Planet Hop ». Sami et la présentatrice d'Octo-News sont des avatars IA : ils n'existent pas, leurs chaînes, si. Les liens affiliés évoqués sont signalés comme tels.

Les chiffres viennent du parc et des outils de l'auteur. Chacun porte sa période : ils disent ce qui a été mesuré, pas ce qui sera.

Octolinks · octolinks.fr · contact@octolinks.fr

SOMMAIRE

LE PLAN DE VOL

	Avant de commencer : Pourquoi moi ?	4
1	Le PBN est mort, vive le PBN	5
2	Le système solaire	9
3	Les quatre lois	12
4	Trouver ses planètes	15
5	Le cas Octo : 30 jours, 8 lancements	18
6	La salle des machines	21
7	Les chiffres, le point zéro et le pari	24
8	Les questions qu'on me pose	26
9	Lundi matin	28
	Fiche : dessinez votre système solaire	29
	Fiche : votre point zéro	30
	Les mots du livre	31
	Octolinks, Octo-Agency et contacts	32

Chaque chapitre porte le repère de sa slide : l'acte du talk, puis le minutage. **A2.06:15**, c'est l'acte 2, à 6 min 15 du début.

> *Un PBN, on le cache. Un Public Brand Network, on le montre.*

AVANT DE COMMENCER A0.02:00

POURQUOI MOI ?

Je ne suis pas un théoricien du SEO. Je suis un éditeur de sites, un fou de netlinking, et le fondateur d'Octolinks.

Au départ, j'étais seul avec mes agents. Je me suis attaqué à un marché costaud, la vente de liens, face à des acteurs bien plus gros que moi. Avec les moyens du bord. Alors j'ai fait ce que fait un indépendant quand il veut exister face aux gros : j'ai occupé le terrain. Des chaînes, une agence, un journal, des outils, un live le samedi matin. À chaque fois avec des agents IA, et à chaque fois sous mon nom.

Je l'appelle parfois ma guérilla technologique. Ce n'est pas une consigne, c'est mon histoire. Mais en la menant, j'ai compris un truc : tout ce que je construisais autour d'Octolinks finissait par le pousser. Pas en cachette, comme un PBN. Au grand jour, avec de vraies marques.

Alors plutôt que de vous dire à quel point Octolinks est beau et merveilleux, j'ai préféré prendre le contrepied : vous montrer la stratégie que vous pouvez mettre en place en interne pour monter votre propre réseau public de marques. Légitime, et fait pour durer. Vers lequel, bien sûr, on sera ravis de vous proposer des liens et des citations.

Le Public Brand Network, c'est inspiré de ce que je suis. Je l'ai appliqué en public pendant les trente jours qui ont précédé le Summit : huit lancements, des centaines d'agents, des chiffres, des coûts et des ratés. Tout est dans ce livre.

Et si j'ai pu le faire seul avec mes agents, vous qui avez une équipe et une marque, vous pouvez le faire mieux que moi. C'est le seul but de ces pages.

THIB

CHAPITRE 1 A1.03:50

LE PBN EST MORT, VIVE LE PBN



Imaginez. Vous êtes une compagnie de croisières. Sur vos affiches : la mer, le soleil, le paquebot, comme tout le monde.

Mais dans les avis de vos clients, une chose revient sans cesse : votre buffet de gambas et de homard à volonté. Ce n'est même pas dans votre pub. Et pourtant, ça se dit partout.

Paul prépare ses vacances d'été avec son assistant. Budget, envies : l'IA lui conseille une croisière. Et sans même qu'il en parle, elle se souvient qu'il est fou de fruits de mer, surtout de gambas. Au moment de choisir, elle lui vend votre croisière, avec l'argument massue : vos homards. Des milliers de clients l'écrivent sur Trustpilot, les sites de voyage le répètent. L'IA n'a rien inventé : elle l'a lu partout. Les avis, ça se mérite. Les articles qui en parlent, ça se travaille.

Paul n'a jamais tapé votre nom. Il ne vous a jamais vu dans un classement. Il a juste parlé de ses vacances.

CHACUN SA RÉPONSE

Sur Google, malgré Chrome et la personnalisation, la réponse reste à peu près la même pour tout le monde. Dans une IA, non, et ça va s'accentuer : la réponse dépend de la question, de qui la pose, de toute la conversation d'avant, et de plus en plus de

ce qu'elle sait de lui. Elle se souvient de vous. Et c'est là que tout change.

> *Sur Google, tout le monde voit la même réponse. Dans une IA, chacun voit la sienne.*

VOS HOMARDS

Une IA ne recommande pas la marque la plus connue. Elle recommande la plus connue pour ce qu'on cherche. C'est la leçon de Paul : une marque doit être citée pour ce sur quoi elle est la meilleure, son avantage, ses homards. Et ses homards ne sont pas forcément dans sa pub : ils sont dans ce que les autres disent d'elle. Être ultra connu pour votre spécialité vous envoie les bonnes personnes, déjà convaincues : meilleur taux de clic, meilleure conversion, moins de clients qui partent, de meilleurs avis.

L'inverse est vrai aussi. Si on vous envoie la mauvaise cible, vous passez pour moyen, voire mauvais, alors que vous n'avez juste pas la bonne personne en face. Imaginez un restaurant vietnamien qui clame partout qu'il fait les meilleurs œufs pochés à la truffe. Les clients venus pour ça repartent frustrés : ce n'est même pas à la carte.

LE PBN EST MORT

Maintenant, une question, comme au Summit. Levez la main si vous avez une vraie marque. Gardez-la levée si vous avez été touché par la spam update d'août. Si votre main est encore en l'air, désolé pour vous : Google avait promis une frappe chirurgicale, mais il y a toujours des dégâts collatéraux.

Moi, je viens de l'édition de sites. Des PBN, j'en ai lancé par centaines : c'est pour ça que je sais ce qui ne marche plus. Et je peux vous le dire, pour beaucoup d'éditeurs, août a été un massacre. Google n'a jamais envoyé un message aussi clair : la stratégie doit être multicanale, et le maître mot, c'est la légitimité.

Le PBN, le Private Blog Network, ce sont des sites qu'on possède en cachette pour se faire des liens. On les cache, on change d'hébergeur à chaque site, et on prie pour ne pas les voir tomber. Soyons honnêtes : je ne juge pas ceux qui en vivent, ça marche encore. Mais depuis la spam update, ça demande beaucoup plus d'efforts. Alors autant faire les choses au grand jour.

VIVE LE PBN

Dans PBN, il y a « private ». Moi, je le retourne :
Public Brand Network. De vraies marques, avec de vraies activités, qu'on ne cache pas. Au contraire, on les montre. Au lieu d'un réseau obscur, un réseau de vraies marques qui viennent pousser la vôtre, avec la force de frappe que vous donne l'IA. Les deux approches peuvent cohabiter. Mais la publique assume de faire les choses bien, sur le long terme : elle coûte plus d'énergie, et elle dure plus longtemps.

VOTRE SITE A DE NOUVEAUX LECTEURS



Sur mon parc d'environ 1 100 sites (1 107 domaines au 24/09/2026), j'ai regardé qui vient lire. Du 22/08 au 20/09/2026, sur 1 105 d'entre eux : 14,2 millions de passages de robots en trente jours. Et les robots des IA passent autant que Google : sur un échantillon vérifié de 100 sites, du 15 au 21/09/2026, Googlebot fait 16 283 passages et ClaudeBot 15 747, à 3 % près.

5 JOURS
avant la première visite des robots qui entraînent les IA (GPTBot, ClaudeBot)
MÉDIANE
SUR 3 483 ARTICLES,
DU 12/07 AU 06/09/2026

9 JOURS
avant celle de Googlebot
MÊME MESURE

16 JOURS
pour l'assistant qui lit pour répondre, et 29,3 % des articles lus
MÊME MESURE

Les robots des IA arrivent même avant Google. Vos pages ont de nouveaux lecteurs, et ils ne lisent pas comme Google. Mais attention : il y a deux sortes de robots d'IA. Ceux qui apprennent

passent vite. Celui qui lit pour répondre, l'assistant de ChatGPT ou de Claude au moment où Paul pose sa question, met 16 jours, et il ne lit même pas un article sur trois. C'est lui qu'il faut faire venir.

> *Être lu n'est pas être cité. Mais on n'est jamais cité sans avoir été lu.*

RÉSUMONS

Google veut de la légitimité : la spam update vient de le rappeler à tout le monde. L'IA veut de la renommée, et de la redondance : la même information, venue de sources différentes. Et les deux se fabriquent de la même façon : être partout, en vrai.

Le premier réflexe, c'est de faire des sites qui ont l'air vrais. Mais le meilleur moyen d'avoir l'air vrai, c'est d'être vrai. Le deuxième réflexe, c'est de dire que vous êtes bon partout. Sauf qu'être bon partout, c'est être bon nulle part. Par contre, chacune de vos marques est bonne quelque part, et chacune dit que le meilleur de tous sur vos sujets, c'est vous. Et pour que l'IA y croie, il faut aussi que d'autres le disent : vos clients, des médias, des sites qui ne sont pas à vous.

C'est exactement ça, un Public Brand Network.

À RETENIR

- Dans une IA, chacun voit sa propre réponse.
- Une marque doit être citée pour ses homards : son avantage, pour attirer la bonne cible.
- Une marque par canal, et chacune signée.
- Chacune de vos marques est bonne quelque part, et chacune dit que le meilleur, c'est vous.
- Et pour que l'IA y croie, d'autres doivent le dire : vos clients, des médias.

CHAPITRE 2 A2.06:15

LE SYSTÈME SOLAIRE



Pour expliquer la méthode, j'avais un millier de blagues Star Wars. Google en Empire. Les updates ? L'Empire contre-attaque. Le black hat ? Les Jedi du côté obscur. Et le PBN caché, une Étoile noire : énorme, avec un seul point faible.

Et puis j'ai vu l'adresse du Summit : Disney Hotel New York. J'ai eu trop peur de me faire éteindre pour usage abusif de la licence. Donc ce sera un système solaire. Full IA.

Au centre, l'étoile. Autour, les planètes. Autour des planètes, les satellites. Et entre tout ça, la gravité. Voici les définitions telles que je les ai notées le 28 septembre, en préparant le talk. Je les laisse dans leur jus.

L'ÉTOILE	« *ton business principal (obligatoirement une brand)* »
LES PLANÈTES	« OBLIGATOIREMENT *des brands qui doivent être utiles à ton étoile* »
LES SATELLITES	« *ne sont pas des brands à proprement parler mais ont quand même leurs propres réseaux et raison d'exister* »
LA GRAVITÉ	« *Les planètes poussent l'étoile et les satellites poussent les planètes* »

L'ÉTOILE : UN SEUL PROJET PRINCIPAL

Je suis persuadé qu'il ne faut avoir qu'un seul projet principal. Dans la vie, c'est quand même plus pratique. Mais ça n'empêche pas, une fois qu'on l'a, de fabriquer à côté des entités qui viennent le pousser. Chez moi, l'étoile, c'est Octolinks. Mon vaisseau amiral, appelez-le comme vous voulez : dans ma vision interplanétaire, c'est mon soleil. Tout ce que je crée autour se ramène là-dessus. Je suis un peu tentaculaire, je l'avoue. Alors ma règle est simple : tout ce que je lance à côté, je le rebranche sur l'étoile.

LES PLANÈTES : DES MARQUES SUR LE CÔTÉ

Une planète, c'est une marque que vous avez sur le côté, et à qui vous donnez du corps, de l'âme. Une side brand. Pas forcément une nouvelle société : un média, un outil, une agence, une chaîne, un show. Mais une vraie marque, avec ses réseaux, son objectif à elle, son activité légitime, et branchée sur l'étoile. Une marque par canal. Chacune peut vendre le service, valoriser ses leads dans les règles, requalifier le client vers vous, gêner un concurrent indirect, ou vous ouvrir un marché de secours en cas de coup dur. Et comme elle est dans votre secteur, c'est l'actrice idéale pour parler de vous, voire vous faire des liens.

Les grandes marques le font depuis longtemps sans lui donner de nom : le blog de tutos d'une enseigne de bricolage, l'expert maison qui devient une personnalité à part entière. Le Public Brand Network, c'est la même idée, que l'IA met à la portée de tout le monde.

LES SATELLITES : PETITS, MAIS UTILES

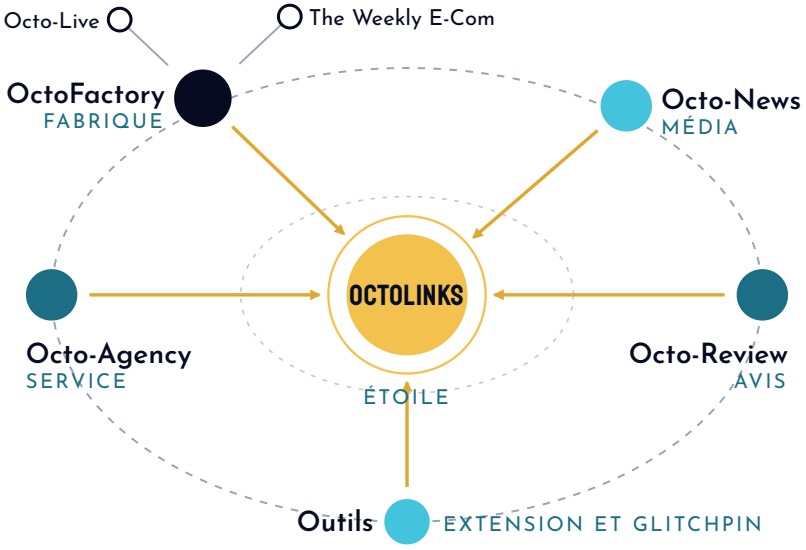
Autour des planètes tournent les satellites : les comptes, les chaînes, les shorts, les sites verticaux qui citent les planètes, les backlinks et les citations achetés sur des sites vivants. Ce ne sont pas des marques à proprement parler, mais chacun a sa raison d'exister. Même les petits sites façon PBN d'avant peuvent encore servir, s'ils sont monothématiques, très verticaux, et qu'ils

publient. Légitimes aux yeux de Google ? Août a montré que personne ne peut le garantir.

LA GRAVITÉ : QUI TOURNE AUTOUR DE QUOI

La gravité, je l'appelle aussi la force de renommée. Qui tourne autour de quoi détermine où va la force que vous donnez au projet. Regardez la masse autour de laquelle ça gravite : elle vous dit d'où doit partir la force. Et la taille de l'astre vous dit à quel point il faut charger. Une petite planète n'a pas besoin de dix satellites. Une étoile qui veut se placer sur la requête la plus disputée de son marché, si.

Pour un moteur comme pour une IA, la gravité dit de qui le système parle. Tout ce qui tourne autour d'Octolinks finit par parler d'Octolinks. Et le sens ne change jamais : les satellites poussent les planètes, les planètes poussent l'étoile.



Mon système au 11/10/2026. Les flèches dorées : la gravité, vers l'étoile. The Weekly E-Com et Octo-Live tournent autour d'OctoFactory.

CHAPITRE 3 A2.08:00

LES QUATRE LOIS



Un système solaire, c'est joli sur une slide. Pour qu'il tienne dans la durée, il lui faut des lois. J'en ai quatre, chacune avec un exemple tiré de mon propre système.

LOI N° 1

TOUTE PLANÈTE EST UNE VRAIE MARQUE, BONNE QUELQUE PART.

Une planète, c'est une vraie marque, avec une vraie activité, branchée sur l'étoile, et bonne quelque part. Ma règle, je l'ai dite un samedi matin en live : « si c'est pas branchable, surtout, tu le fais pas ». Pas forcément une nouvelle société : un outil, un média, une chaîne, un show. Mais si elle ne sert à personne, ce n'est pas une planète. C'est un caillou.

Une vraie planète vit seule. Elle a ses réseaux, son objectif, son public. Elle doit pouvoir rapporter de l'argent, ou au moins ne pas en coûter : dans le pire des cas, elle est à l'équilibre, et elle pousse tout le reste. Si elle est réelle et qu'elle est valable, elle est autosuffisante. J'essaie de donner une âme à tout ce que je fais. Au pire, le projet ne voit pas le jour. Mais un projet qui veut se positionner et durer doit avoir une pertinence de propos.

L'exemple. Octo-Agency. Le site a été monté en 47 heures, mais derrière, ce sont des années de terrain. Une agence 100 % netlinking et citations : le SEO, elle ne le fait pas, elle l'envoie à des agences partenaires. Bonne à un seul endroit, et elle vit seule : dans le pire des cas, elle est à l'équilibre, et elle pousse tout le reste.

LOI N° 2

LA GRAVITÉ VA VERS LE CENTRE.

En règle générale, les satellites citent les planètes, et les planètes font des liens vers l'étoile, au cas par cas. L'audience, les preuves et les clients suivent le même chemin : de la périphérie vers le centre. Jamais l'inverse, et jamais tout le monde vers tout le monde : pas de liens en masse. Et chaque planète dit la même chose : le meilleur, c'est l'étoile.

Les exemples. Octo-News, mon journal tech, se fabrique la nuit avec mes agents, pour moins de trois dollars de GPU par épisode ; le matin, je relis et je publie. Chaque épisode le rappelle : c'est un média Octolinks. Octo-Review a une triple utilité : elle vit des recherches « avis » et de l'affiliation, signalée comme telle ; elle construit son audience à elle ; et à chaque test, elle parle d'Octolinks. Les tests sont vrais. Sami, non.

Et quand trois de vos planètes sortent sur la même requête ? Ce n'est pas de la cannibalisation. C'est de la SERP domination.

LOI N° 3

LE FOOTPRINT, C'EST LA MARQUE.

Dans un PBN, on passe sa vie à effacer ses traces : un hébergeur par site, des thèmes qui ne se ressemblent pas, des ancres qu'on varie. Mes marques à moi, je les signe. Octo-Agency, Octo-News, Octo-Review, OctoFactory, Octo-Live : la trace est dans le nom. Le journal se présente comme « un média Octolinks ». L'agence,

comme une « agence de la famille Octolinks ». Rien que mettre « Octo » partout, ça rappelle Octolinks.

L'exemple, et l'aveu. J'adore le chiffre 8. Octo, c'est l'infini, ça va avec tout. Au point qu'en live, je ne me souvenais plus du nom d'une de mes propres marques : « Octo Studio… non, OctoFactory ». Et j'ai menacé de lancer Octo-Agenda. Le jour où vous confondez vos planètes, c'est que votre footprint fonctionne.

LOI N° 4

CE QU'ON NE POSSÈDE PAS, ON L'ACHÈTE OU ON LE DÉLÈGUE.

Votre système ne couvrira jamais tout le web. Ce que vous ne possédez pas, vous l'achetez ou vous le déléguez. Acheter, ce sont des backlinks et des citations sur des sites vivants que vous n'avez pas. Pas trois gros articles hors de prix : une guérilla de petits spots. Déléguer, c'est confier cette guérilla à quelqu'un dont c'est le métier. Il faut être cohérent avec la bête qu'on a en face, et c'est Google.

Et puisqu'on est entre nous : c'est mon métier. Avec Octolinks, je vends des liens et des citations sur un parc dont je ne vous montre pas la liste, et c'est voulu. La liste reste chez moi : personne ne peut la copier, ni cibler vos liens. Les articles, eux, sont publics. Ça, c'est la couche qu'on achète. Votre Public Brand Network, c'est ce que vous possédez et que vous signez.

L'exemple : le cirque. Le petit bar de quartier qui organise un concert colle trois affiches. Il aura du monde, parce qu'on le connaît et que le bouche-à-oreille marche. Le cirque, lui, arrive dans une ville où personne ne le connaît. Et il placarde partout, en grand, à l'entrée comme à la sortie. Pourquoi le forain est-il un foutu professionnel de l'affichage ? Parce qu'il doit vendre des places à des inconnus. Le netlinking, c'est l'affichage du cirque. Celui qui se lance sur internet vivra peut-être de son bouche-à-oreille. S'il utilisait les stratégies du forain, il exploserait tout.

CHAPITRE 4 A2.11:55

TROUVER SES PLANÈTES



Comment trouver vos planètes ? Regardez vos canaux d'acquisition : sur chacun, une marque. Pour savoir laquelle, regardez vos concurrents indirects et copiez leurs formats. Pas leurs contenus : leurs formats. L'agence, le média, l'outil, le comparateur, le show : chacun prend une part de l'attention de vos clients.

> *Chaque concurrent indirect est une planète que vous n'avez pas encore.*

Pour trouver les miennes, je suis parti de mon étoile avec une seule question : quels services complémentaires je peux viser ? Pour chacun, j'ai créé une marque. Il lui suffit de tenir à l'équilibre ; si elle vend, tant mieux : elle est légitime. Et surtout, elle se revendique de l'école Octolinks. C'est le même principe que le PBN, sauf en public, avec de vraies marques.

LES SIX TYPES DE PLANÈTES

- SERVICE une agence, une formation, un accompagnement : pour ceux qui préfèrent déléguer.
- FABRIQUE la planète qui fabrique les autres : sites, outils, shows.
- MÉDIA un journal, une newsletter, un podcast sur votre secteur, signé de votre marque.

- AVIS des tests et des comparatifs : la planète qui vit des recherches « avis ».
- OUTIL un simulateur, un calculateur, une extension : elle vit chaque jour dans le navigateur de vos clients. Les données ouvertes de votre secteur sont un bon point de départ.
- SHOW un live, une émission, un défi : il donne un visage au fondateur.

SES HOMARDS À ELLE

Chaque planète doit être la meilleure à un seul endroit, sur son canal : ce sont ses homards à elle. Le comparatif est le meilleur pour comparer, le média pour informer, l'outil pour calculer. Il vaut mieux qu'un LLM sache exactement pourquoi c'est elle la meilleure, et sur quoi. Cette idée-là, avec des mots variés, c'est elle qu'il faut faire circuler dans vos citations et vos liens. Et sur le fond, toutes disent la même chose : le meilleur, c'est votre étoile. Sauf le comparatif : lui compare pour de vrai, et ne conclut pas d'avance.

L'ÉPINE DANS LE PIED

Une planète n'a même pas besoin d'être rentable. Prenez le business d'un concurrent indirect et refaites-le, idéalement mieux. Pas besoin de beaucoup mieux : vous n'avez pas à gagner votre vie sur son business. À l'équilibre, votre planète suffit à lui mettre une belle épine dans le pied, et à capter au passage une part de sa clientèle. Je ne l'ai pas encore pratiqué : c'est une idée, pas un résultat. Mais méfiez-vous, les concurrents viendront le faire chez moi.

À RETENIR

- Copiez les formats de vos concurrents indirects, pas leurs contenus.
- Une planète par canal, la meilleure à un seul endroit.
- À l'équilibre, elle suffit déjà.

TROIS SYSTÈMES, DESSINÉS POUR VOUS

Au Summit, la salle choisit une étoile à l'applaudimètre. Voici les trois systèmes préparés : leurs homards, puis une planète par canal, signée « par » l'étoile (loi n° 3).



A UNE MARQUE DE CAFÉ EN LIGNE

SES HOMARDS *« torréfié à la commande, livré en 48 h »*

- « Le Labo du grain », un média
- « Quel moulin ? », un comparatif de moulins
- « Le calculateur de ratio », un outil
- « La dégustation du jeudi », un live
- « L'atelier barista », un service de formation.

SATELLITES Des comptes de vidéos courtes, des citations achetées sur des blogs de cuisine.



B UN PLOMBIER À LYON, PETIT BUDGET

SES HOMARDS *« dépannage en une heure, prix fixé avant de venir »*

- « Combien ça coûte ? », un simulateur de devis
- « Dépannage en 60 s », des tutos courts
- « Le banc d'essai », des tests de chauffe-eau.

SATELLITES La fiche Google, des citations dans des médias locaux et des médias maison.



C UN SAAS RH

SES HOMARDS *« la paie sans erreur pour les PME du BTP »*

- « Le baromètre RH du BTP », un média de données
- « Simulateur de coût salarial », un outil
- « RH en clair », un podcast
- « Onboarding Studio », un service.

SATELLITES LinkedIn, des citations dans des médias RH.

Signé ne veut pas dire truqué : « Quel moulin ? », signé par votre café, reste un comparatif honnête, qui ne conclut pas d'avance. Et si vous êtes une agence : ce système, c'est une offre que vous pouvez vendre à vos clients.

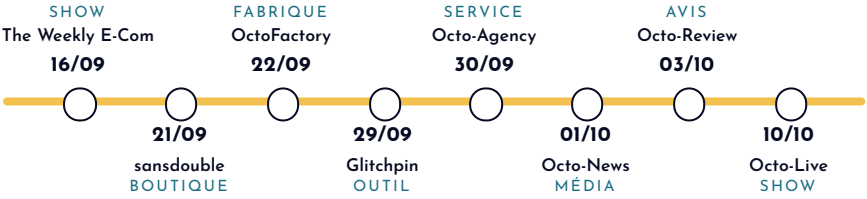
CHAPITRE 5 A2.07:30

LE CAS OCTO : 30 JOURS, 8 LANCEMENTS



Maintenant, la preuve. Mon étoile, c'est Octolinks : des backlinks et des citations sur un parc d'environ 1 100 sites verticaux vivants. Cet été, du 1er juin au 24 août 2026, 97,9 % des 941 liens de nos clients ont été indexés en moins de trente jours. Et je le garantis : un lien indexé sous trois semaines, ou refait. Et à 30 € HT, sur un site qui a du trafic, s'il sort de l'index dans les douze mois, on le refait.

Il y a un mois, cette étoile tournait seule. Depuis, j'ai sorti le plus d'entités possible avant le Summit, chacune avec son concept de marque : un CQFD de ce que je défends. Et le 3 octobre, en live, j'ai lancé un pari. Je vous le raconte au chapitre 7.

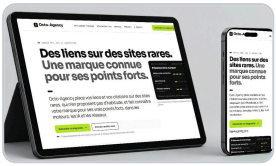


> *Huit lancements. Pas huit succès.*

Une chaîne qui n'existait pas l'avant-veille, une agence montée en deux jours, un live né en direct : ça va vite parce que plus vous faites, plus vous profitez des intérêts composés de ce que vous avez fait avant. Voici ce que chaque planète pousse, et ce que vous pouvez en copier dès lundi.

OCTO-AGENCY

PLANÈTE SERVICE



Mon agence 100 % netlinking et citations. Le site a été monté en 47 h 25, du nom de domaine au site public, en ligne le 30/09. Mais derrière, ce sont des années de terrain. Elle va chercher des liens rares, ceux qu'on ne trouve pas sur toutes les plateformes, pour construire une vraie stratégie. Le SEO, elle ne le fait pas : elle confie ces missions à des agences partenaires. Elle publie aussi nos mesures en clair : c'est elle qui a sorti les chiffres de robots du chapitre 1.

ELLE POUSSE Les clients qui préfèrent déléguer, vers l'étoile.

> À COPIER LUNDI
>
> Une page de preuves, avec vos propres données.

OCTO-NEWS

PLANÈTE MÉDIA



Le journal tech « Le 8 h », lancé le 01/10. Sa présentatrice n'existe pas : c'est un avatar IA, et c'est écrit à l'écran. Il se fabrique la nuit : veille, écriture, voix, présentatrice, montage. Moins de 3 $ de GPU par épisode. Moi, je fais la DA, je relis les sujets et j'appuie sur publier. Parfois à midi : automatiser la publication sur YouTube, c'est un peu chaud. Chaque épisode le rappelle : c'est un média Octolinks.

ELLE POUSSE La signature et l'attention.

> À COPIER LUNDI
>
> Un média sur votre secteur, signé de votre marque.

OCTO-REVIEW

PLANÈTE AVIS



Sami teste vos outils SEO. Sami n'existe pas non plus : avatar IA, mention à l'écran. Les outils, eux, sont vraiment testés, captures à l'appui, avec un code promo et des liens affiliés signalés. Chaîne lancée le 03/10, site en ligne le 11/10. Il me coûte deux centimes la seconde, il ne prend jamais de vacances, et si un jour je vends Octo-Review, je fournis Sami avec.

ELLE POUSSE La confiance, et les partenariats avec les éditeurs d'outils.

> À COPIER LUNDI
>
> Des tests signés, avec un code promo et des liens affiliés signalés.

OCTOFACTORY

PLANÈTE FABRIQUE



La planète qui fabrique les planètes, avec son compte X depuis le 22/09. Elle lance des sites et des boutiques en public, comme sansdouble, une boutique de lots de cartes à collectionner (21/09). Elle porte deux shows en satellites : The Weekly E-Com, avec Julien Beydon (16/09), et Octo-Live, chaque samedi matin (10/10). Le fondateur a un visage, et la communauté suit. Elle fabrique aussi des outils : une extension Chrome follow / nofollow, faite en une journée le 30/09, de 10 h 38 à 17 h 20, et Glitchpin, une extension WordPress éditée par Octolinks, en cinq langues.

ELLE POUSSE Les shows, les outils et la communauté.

> À COPIER LUNDI
>
> Un outil gratuit, utile chaque jour.

CHAPITRE 6 A3.14:25

LA SALLE DES MACHINES



Au départ, je voulais appeler ce talk « submerger son marché avec un dev, un communicant et des agents IA ». Pour ces lancements, le dev, c'est moi. Le communicant, c'est moi. C'est la même personne. Et autour de moi, des agents.

366
agents IA lancés
DU 11/09 AU 11/10/2026

600 H ET PLUS
de travail d'agent, dont 618 h sur mon seul PC
MÊME PÉRIODE

< 900 €
un serveur d'occasion (751,69 €) et un SSD (120 €)
30/08/2026

0,52 $
l'heure de GPU louée pour la vidéo
OCTOBRE 2026

Moi, plus de 90 heures par semaine, je ne vais pas vous mentir : l'IA ne travaille pas à votre place, elle multiplie ce que vous faites. Ne faites pas comme moi, confiez vite une planète à quelqu'un de l'équipe. Et si j'ai pu le faire seul avec mes agents, vous qui avez des équipes, vous le pouvez aussi. Pas besoin d'une armée : un dev, un communicant, un ou deux abonnements IA, et beaucoup d'heures.

L'IA NE REMPLACE PAS L'ÉQUIPE

Il faut arrêter de penser que, parce qu'il y a l'IA, on va arrêter d'embaucher et que les métiers sont morts. Non : on prend des

techniciens, on leur met dans les mains ce qu'on faisait soi-même, et dès que la charge est assez haute, l'équipe grandit. Pendant que je lançais mes planètes, deux personnes faisaient tourner le back-end d'Octolinks. L'étoile, elle, a une vraie équipe. Moi, je reste seul sur le branding, pour l'instant.

UN PROMPT, ET HUIT MOIS DERRIÈRE

Un matin, je me lève : j'ai lancé un prompt la veille au soir à l'agent qui gère ma fabrique de sites, et il m'a sorti un site. Un site en un prompt ? D'accord. Mais derrière ce prompt, il y a huit mois de travail acharné dans l'IA. Ce sont des intérêts composés : chaque agent s'appuie sur tout ce que les précédents ont appris. Et le matin, c'est moi qui choisis. Quand il me propose deux versions, je tranche. Quand il prend un angle qui ne me va pas, je le refuse. Le jour où il m'a présenté l'identité d'Octo-Live, tout était superbe, sauf une chose : il reprenait le logo d'OctoFactory. J'ai dit non. L'IA ne pense pas à ma place : elle est là pour m'accompagner.

CHAQUE RATÉ DEVIENT UNE RÈGLE

Rien ne marche du premier coup. Chaque raté devient une règle, codée, pour que ça n'arrive plus. Un agent bloqué toute une nuit ? Un détecteur qui sonne en 23 minutes. Un site resté invisible pour Google ? Une sonde qui le vérifie chaque matin. Et quand mon jury d'IA a mis 8,5 sur 10 à une page que je trouvais fade, j'ai dit non.

> *L'IA propose. L'humain tranche.*

LES OUTILS

Puisqu'on me le demande toujours : Claude pour les agents, Orca pour les orchestrer, Gemini pour les voix, GPT Image pour les visages, des GPU loués pour la vidéo, Astro et Cloudflare pour les sites. En live, quand on m'a demandé comment j'avais fait Sami,

j'ai répondu « je crois que j'utilise GPT Image ». Je crois, oui. L'exécution, c'est Claude. Les choix, c'est moi.

LE BÊTISIER



Au début, Google a cru qu'Octolinks était un site d'électronique.



Sami parle tout seul. Quand on ne lui donne la voix qu'en guide, il invente sa propre réplique : zéro clip synchronisé sur huit. Et un plan a été refusé par nos contrôles pour 0,9 milliseconde de décalage.



Gemini a inventé cent secondes de texte que personne n'avait écrit. Et la voix disait « Octolink », sans s. La parade : lui faire lire « Octolinkse ».



13 GPU loués, 3,60 $ dépensés, zéro épisode : il manquait gzip.



Le compte @OctoNews appartient déjà à une chaîne brésilienne d'arts martiaux.



La première vente de sansdouble, malgré Stripe et le webhook : 8 €, sur Leboncoin.

Sans oublier l'enseigne « OCTO-NEWS » du plateau, qui apparaît et disparaît toute seule d'un plan à l'autre. Ni le jour où, en direct, je n'ai pas réussi à acheter un nom de domaine : j'avais tapé mon identifiant à la place du code. Et les dix ou quinze premiers lives que j'ai lancés seul, puis arrêtés, puis supprimés.

Je sais que ça a l'air de partir dans tous les sens. Mais j'ai un objectif, un seul, et toutes ces planètes tournent autour de la même étoile. Je me suis loupé plein de fois dans ma vie. Celle-là, je vais la réussir.

CHAPITRE 7 A4.16:40

LES CHIFFRES, LE POINT ZÉRO ET LE PARI



Alors, les chiffres ? Je ne les donne qu'en appel commercial qualifié. Je déconne. Les voici, avec leur période, les grands comme les petits.

CE QUI MARCHE

- **L'indexation.** 97,9 % des 941 liens clients indexés en moins de 30 jours, du 01/06 au 24/08/2026.
- **Les robots d'IA passent autant que Googlebot.** ClaudeBot contre Googlebot, échantillon vérifié de 100 sites, du 15 au 21/09/2026.

CE QUI DÉMARRE, AU 11/10/2026

- **Octo-News :** 12 abonnés, 152 vues.
- **Octo-Review :** 14 abonnés, 517 vues.
- **The Weekly E-Com :** 161 abonnés, 1 186 vues.

Octo-News a douze abonnés. Douze. Un jour de live, le compteur affichait 35 spectateurs ; j'ai répondu : « Je pense que vous êtes deux. » Mais quarante-trois vidéos m'ont coûté 35,8 $ de GPU, du 01 au 10/10/2026. Une planète se juge à douze mois, pas à dix jours.

POURQUOI MONTRER LES PETITS CHIFFRES

Parce qu'un Public Brand Network, ça se montre. On ne peut pas signer ses marques et cacher leurs audiences. Et le jour où ces chiffres seront gros, vous saurez d'où ils viennent.

LE POINT ZÉRO

Et le GEO ? Je vais être honnête. Mon parc est lu tous les jours. Mais sur la requête principale de mon métier, ma marque n'est citée nulle part. Du 28/09 au 08/10/2026, Octolinks n'apparaît dans aucun des 11 Aperçus IA relevés : zéro sur onze. Et le 07/10/2026, sur « plateforme netlinking », il n'était même pas dans le top 57 de Google. Lu, oui. Cité, pas encore. Mes homards à moi, en une phrase : un lien indexé sous trois semaines, ou refait. Aujourd'hui, aucune IA ne le sait. Je le mesure chaque mois, depuis un compte neuf, en navigation privée, et je publierai le relevé sur Octo-News.

C'est mon point zéro. Tout le monde devrait avoir le sien, daté, avant de commencer quoi que ce soit. La grille est au chapitre 9.

LE PARI

Alors je fais un pari, en public : top 10 Google sur « plateforme netlinking » avant le 1er janvier 2027, avec exactement la méthode de ce livre. Pourquoi cette requête ? Parce qu'il y a des monstres en face, qui font eux-mêmes du netlinking. Si j'y arrive, j'aurai montré que le netlinking n'est pas mort, et que la fraîcheur et la technicité comptent encore.

Le jour où je l'ai annoncé en live, j'ai promis cent euros à chaque personne qui commenterait « pas cap ». Ma compagne m'a recadré en direct : « Comment ça, tu lances un pari comme ça, en ligne et en live ? » Ce qu'elle a fini par valider, je vous le dis en dernière page. Et si je perds le pari ? C'est ma présentatrice qui l'annoncera en ouverture du journal d'Octo-News, le 1er janvier 2027. Elle n'existe pas, mais promis : je ne toucherai pas à son texte.

Si vous lisez ces lignes après cette date, vous connaissez déjà la réponse. Moi, pas encore.

CHAPITRE 8 A4.19:05

LES QUESTIONS QU'ON ME POSE

Au Summit, pas de questions en salle : elles se posent au stand, par écrit, en commentaire. Voici dix questions qu'on me pose, avec mes réponses.

? « Tu caches 1 100 sites et tu appelles ça public ? »

La liste reste chez moi, les articles sont publics. C'est la couche qu'on achète. Votre Public Brand Network, c'est ce que vous possédez et que vous signez. Votre argent d'un côté, votre nom de l'autre. En tête-à-tête, je montre volontiers quelques sites du parc à un acheteur. Jamais en public.

? « Et vos liens, ils tiennent dans le temps ? »

Un lien dès 10 € HT, indexé sous trois semaines, ou on refait l'article. Et à 30 € HT, sur un site qui a du trafic, s'il sort de l'index dans les douze mois, on le refait.

? « BuildMyRank aussi était public, et il est tombé en 2012. »

BuildMyRank vendait des liens sur des blogs qui n'existaient que pour ça. Mes marques signées n'en vendent aucun. Le parc d'Octolinks, lui, en vend : ses sites doivent encore publier, la liste reste chez moi pour que personne ne cible vos liens, et ces liens sont garantis.

**? « Un réseau de marques liées,
Google va le voir comme un PBN. »**

Il voit le réseau, oui, et c'est voulu : tout est signé, et les liens se font au cas par cas, quand c'est pertinent. Chaque marque a une vraie activité, une vraie audience, et les satellites citent. Pas de liens en masse.

? « Ta présentatrice IA, c'est de la tromperie. »

Elle est annoncée comme IA, à l'écran et sur la chaîne : présentatrice fictive, voix générée par IA, rédaction vérifiée par l'équipe. Le média, lui, est réel, et ses sources sont citées. De toute façon, les gens le savent. Autant leur montrer patte blanche.

? « Tes audiences sont minuscules. »

Elles ont dix jours. Une planète se juge à douze mois. Et regardez Octo-Review : 517 vues pour 14 abonnés, au 11/10/2026. On y vient pour l'outil, pas pour moi.

? « Combien ça coûte, vraiment ? »

35,8 $ de GPU pour 43 vidéos, du 01 au 10/10/2026. Un serveur à moins de 900 €. Un ou deux abonnements IA à 200 € par mois. Plus de 90 heures par semaine de mon temps, et deux personnes sur le back-end d'Octolinks. Ce n'est pas gratuit. C'est juste accessible.

? « Avez-vous un client marque qui a progressé dans ChatGPT grâce à vos Citations ? »

Réponse honnête : pas encore de cas daté. C'est tout le sens du pari et du point zéro mensuel. Je préfère vous montrer un zéro daté qu'un succès que je ne peux pas prouver.

? « À 300 liens par mois, qui me répond quand tu es malade ? Et Octo-Agency va démarcher mes clients ? »

L'étoile a une équipe : deux personnes sur le back-end, en plus de moi. Votre interlocuteur est nommé : Thib, contact@octolinks.fr. Et Octo-Agency ne fait que du netlinking et des citations. Les missions SEO, elle les envoie à des agences partenaires : elle vous en apporte, elle ne vous en prend pas.

? « Et le contenu IA, Google le pénalise ? »

Google pénalise le contenu sans valeur. L'IA produit, l'humain tranche, et chaque raté devient une règle. Le bêtisier du chapitre 6, c'est la preuve qu'on contrôle.

CHAPITRE 9 A5.20:50

LUNDI MATIN

Ce que vous pouvez faire lundi matin, en trois gestes. Pas besoin d'attendre une équipe ni un budget : un stylo, ce livre et une heure suffisent.

1 TROUVEZ VOS HOMARDS.

Votre avantage, en une phrase. Cherchez-le aussi dans les avis de vos clients, pas seulement dans votre pub. Si vous n'y arrivez pas, l'IA non plus. Écrivez-la en haut de la fiche 1.

2 UNE MARQUE PAR CANAL, SIGNÉE.

Dessinez votre système : sur chaque canal, une planète prise chez vos concurrents indirects, chacune bonne quelque part, chacune signée du nom de votre étoile. Fiche 1, page suivante.

3 LANCEZ, PUIS MESUREZ.

Lancez une planète en sept jours. Une seule : en tant qu'humain, vous ne pouvez pas être multi-thread. Puis mesurez votre point zéro : dix questions de vos clients, posées chaque mois à ChatGPT, Perplexity, Gemini et Claude depuis un compte neuf, en navigation privée. Dans vos logs, comptez d'abord ceux qui lisent pour répondre (ChatGPT-User, OAI-SearchBot, Claude-User, Perplexity-User), puis ceux qui apprennent (GPTBot, ClaudeBot). Fiche 2.

Soyez connus pour ce que vous faites de mieux, partout : par des marques qui sont les vôtres, et par des voix qui ne le sont pas.

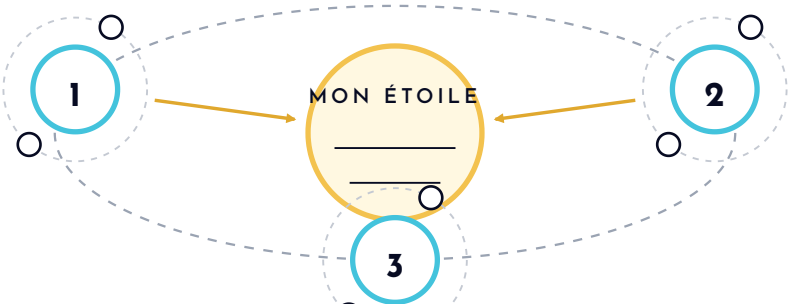
> *Un PBN, on le cache. Un Public Brand Network, on le montre.*

FICHE 1 · GESTES 1 ET 2

DESSINEZ VOTRE SYSTÈME SOLAIRE

MES HOMARDS, EN UNE PHRASE _____

Au centre, votre étoile. Autour, une planète par canal, prise chez vos concurrents indirects, avec deux satellites. Types : service, fabrique, média, avis, outil, show.



1 PLANÈTE 1

NOM _____

TYPE _____

MEILLEURE SUR _____

SIGNÉE « … PAR » _____

SATELLITES _____

2 PLANÈTE 2

NOM _____

TYPE _____

MEILLEURE SUR _____

SIGNÉE « … PAR » _____

SATELLITES _____

3 PLANÈTE 3

NOM _____

TYPE _____

MEILLEURE SUR _____

SIGNÉE « … PAR » _____

SATELLITES _____

LES QUATRE LOIS, COCHÉES

- ☐ Chaque planète est une vraie marque, branchable, qui tient seule.
- ☐ La gravité va vers le centre : des satellites à l'étoile.
- ☐ Chaque planète porte la signature de l'étoile.
- ☐ Ce que je ne possède pas, je l'achète ou je le délègue.

FICHE 2 · GESTE 3

VOTRE POINT ZÉRO

Dix questions que vos clients posent vraiment. Posez-les aux quatre IA depuis un compte neuf, en navigation privée, une fois par mois. Cochez la case du mois quand votre marque est nommée dans la réponse, notez le concurrent cité à sa place, et gardez une capture datée.

MOIS 1 le __ / __ / 20__ MOIS 2 le __ / __ / 20__ MOIS 3 le __ / __ / 20__

N°	Question de vos clients	ChatGPT mois 1 · 2 · 3	Perplexity mois 1 · 2 · 3	Gemini mois 1 · 2 · 3	Claude mois 1 · 2 · 3	Concurrent cité à votre place
1		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
2		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
3		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
4		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
5		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
6		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
7		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
8		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
9		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	
10		☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	☐☐☐	

Votre marque citée mois 1 : ___ / 40 · mois 2 : ___ / 40 · mois 3 : ___ / 40

Dans vos logs, sur 30 jours. D'abord ceux qui lisent pour répondre : ChatGPT-User ____ · OAI-SearchBot ____ · Claude-User ____ · Perplexity-User ____. Ensuite ceux qui apprennent : GPTBot ____ · ClaudeBot ____.

Dans vos statistiques, suivez les visites venues de chatgpt.com ____ et de perplexity.ai ____.

> *Être lu n'est pas être cité. Mais on n'est jamais cité sans avoir été lu : si les robots ne passent pas, commencez par là.*

EN DEUX LIGNES CHACUN

LES MOTS DU LIVRE

PBN	Private Blog Network. Des sites qu'on possède en cachette pour se faire des liens.
Public Brand Network	De vraies marques, signées, qui poussent la vôtre au grand jour.
Étoile	Votre projet principal, obligatoirement une marque. Une seule.
Planète	Une autre marque, utile à l'étoile, branchée sur elle, qui vit seule ou au moins à l'équilibre.
Satellite	Un compte, une chaîne, un site vertical, un lien ou une citation qui pousse une planète.
Gravité	Le sens de la force : des satellites vers les planètes, des planètes vers l'étoile.
Footprint	Les traces communes qui trahissent un réseau. Ici, on les signe.
Citation	Votre marque nommée, sans lien, dans un article qu'une IA peut lire.
GEO	Le travail pour être lu, puis cité, par les IA qui répondent : ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude.
Aperçu IA	La réponse générée que Google affiche au-dessus de ses résultats.
Point zéro	Votre mesure de départ, datée, avant de lancer quoi que ce soit.
Homards	Votre avantage, ce pour quoi une IA doit vous citer. En une phrase.

L'AUTEUR

Thibaut Lefort, Thib pour tout le monde, a fondé Octolinks, une plateforme de netlinking et de citations. Il construit en public, avec ses agents IA, un système de marques autour de son étoile, et il le raconte chaque samedi matin en live. Il coanime aussi le podcast Ô Bistro Tech.

LOI N° 4 A5.21:40

CE QUE VOUS NE POSSÉDEZ PAS : OCTOLINKS

CITATION

DÈS 8 € HT

Votre marque nommée, sans lien, dans un article d'un site vivant de votre thématique. Les citations pour vos homards, c'est nous.

LIEN

DÈS 10 € HT

Indexé sous 3 semaines, ou on refait l'article. À 30 € HT, sur un site qui a du trafic : s'il sort de l'index dans les douze mois, on le refait.

15 € OFFERTS

pour tester Octolinks : scannez le QR. Et ce que ma compagne a fini par valider : **2 500 € de liens à gagner** au Summit, dont 1 000 € tirés au sort chaque jour parmi les comptes créés le jour même, et 500 € pour la salle du talk.

octolinks.fr/seo-summit

Octo-Agency

Vous préférez déléguer ? Octo-Agency, l'agence de la famille Octolinks, fait 100 % netlinking et citations. Les missions SEO, elle les confie à des agences partenaires : on travaille avec vous, pas contre vous.

Octolinks

contact@octolinks.fr
octolinks.fr

Tarifs d'octobre 2026, hors taxes. Offre de 15 € soumise aux conditions de la page. Tirage gratuit, sans obligation d'achat : règlement sur la page.