

L'année 2026 s'annonce dynamique pour l'Agence WAM

L'Agence WAM, spécialisée dans la visibilité et l'autorité digitale des marques, démarre l'année 2026 avec dynamisme. Après une année 2025 de consolidation dans un contexte économique complexe, l'agence basée à Lyon et à Mulhouse commence l'année 2026, marquée par son fort dynamisme commercial et la confiance renouvelée de ses clients.

Une série de signatures prometteuses

Pour l'Agence WAM, le mois de janvier 2026 aura été marqué par une forte vague de renouvellement et de nouvelles signatures. Au-delà d'une tendance économique qui semble repartir doucement à la hausse, l'agence lyonnaise constate surtout une véritable confiance tissée avec ses clients. En effet, plus de 90% d'entre eux ont choisi de poursuivre la collaboration, comme Kiabi, Apicil, Orange, Botanic, ...

20% des renouvellements sont également accompagnés d'un enrichissement de l'accompagnement avec de nouvelles expertises métiers : Endress+Hauser, FED Group, ECO Cuisine, Synergie ...

Finalement, l'Agence WAM a déjà signé 23 contrats avec des nouveaux clients, soit +25% par rapport à 2024. Parmi ces nouvelles signatures, on peut citer Sedomicilier.fr, Macompta.com, Ubisoft, PointVision, April ...

Pour l'Agence WAM, cette forte augmentation du newbizz sur 2025 et 2026 serait liée à deux facteurs principaux : le service commercial et son positionnement anticipé autour du GEO.

Le service commercial de l'agence représente un de ses piliers forts de développement. Tout au long de l'année, un haut niveau de contenus est transmis aux CMO (WAMcast, WAMletter, Webinaires, conférences, ...) qui fait la renommée de l'agence et assure une bonne partie du taux de conversion. Dès 2023, l'Agence WAM a fait partie des premières à prendre la parole et à se positionner sur le GEO. C'est notamment cette prise de parole anticipée qui a motivé le nouveau positionnement de l'agence autour de la Digital Brand Authority (Autorité Digitale des marques). De son positionnement de référent sur le sujet, l'Agence WAM a fait un enjeu fondamental du développement digital de ses clients et une étape clé de l'accompagnement des Directions des PME, ETI et Grands groupes.

Le GEO, un terrain à investir en 2026

L'Agence Wam, en sa qualité de spécialiste de la visibilité et de l'autorité digitale des marques, s'est interrogée sur l'arrivée des IA génératives et sur leur impact en matière de référencement. Le GEO (Generative Engine Optimization) est un des nouveaux territoires à investir dans les stratégies de visibilité et d'autorité digitale.

Dès mars 2025, l'Agence WAM a gagné le prix de l'IA Search au SMX Paris, avant que le sujet n'émerge, grâce à sa proposition de valeur unique appuyée par des stratégies

transverses et unifiées entre SEO, éditorial, relations presse, social, data et web/UX. En tant que précurseur, l'agence a développé une 1^o offre, le POC² GEO, un audit qui repose sur l'analyse de la présence de leurs clients sur les LLMs et les préconisations qui en découlent.

Le bilan de chaque audit permet d'avoir une vision claire de la présence actuelle de leurs clients dans les réponses aux recherches IA et d'établir en conséquence une feuille de route pour améliorer ou développer son positionnement face aux concurrents et devenir l'un des experts que les moteurs génératifs choisissent. Plusieurs dizaines de clients ont déjà fait confiance à l'Agence WAM pour les accompagner dans leurs stratégies de visibilité dans les intelligences artificielles.

« L'IA générative n'est plus une curiosité, c'est un standard : 44 %² des Français l'intègrent déjà à leur quotidien. Pour les marques, l'enjeu n'est pas de choisir entre SEO et GEO (Generative Engine Optimization), mais de piloter leur hybridation.

Nos données sont formelles : loin de s'opposer, ces deux leviers créent un cercle vertueux de visibilité indispensable à la conversion. »

David Eichholtzer, dirigeant fondateur de l'Agence Wam

A propos de l'Agence WAM :

L'Agence WAM est une agence de marketing digital experte des stratégies de visibilité et d'autorité digitale. Fondée en 2008 par David Eichholtzer, l'agence fête ses 18 ans cette année. Elle est à l'origine du concept déposé de Digital Brand Authority, qui consiste à travailler sur quatre piliers fondamentaux pour positionner une marque : expertise, crédibilité, confiance, conversation. Pour se faire, l'Agence WAM mets ses différentes expertises métiers (SEO/GEO, Relations Presse, Contenu, Data, Paid Media et Développement Web) au service de ses clients qui vont des PME et ETI aux grands groupes. L'Agence WAM regroupe 50 collaborateurs spécialistes basés à Lyon et Mulhouse.

Plus d'infos sur : agence-wam.fr

CONTACT PRESSE :

Matthieu BERBY – m.berby@agence-wam.fr – 06 30 04 63 74

¹ Proof of Concept

² Selon une étude de Microsoft, relayé par [LesEchos](https://www.lesechos.fr)