Come passare dalla SEO alla GEO? Farsi citare nelle risposte dell'AI

di Paolo Franzese



Come passare dalla SEO alla GEO? La ricerca online sta cambiando più velocemente di quanto molti si rendano conto.

Per anni abbiamo costruito siti, scritto articoli e studiato la SEO con un obiettivo molto preciso: *farci trovare su Google*. Essere presenti nei risultati, conquistare una buona posizione e ottenere quel famoso clic capace di portare una persona sul nostro sito.

Ma cosa succede quando quel clic non è più il primo obiettivo?

Sempre più persone stanno iniziando a fare qualcosa di diverso: *non cercano soltanto informazioni, chiedono direttamente una risposta all'Intelligenza Artificiale*. Chiedono quale prodotto scegliere, quale professionista contattare, quale soluzione adottare, quale azienda può risolvere un determinato problema.

Ed è qui che cambia tutto, a proposito di cambiamenti, aggiornati settimanalmente con la mia newsletter:

La nuova sfida non sarà soltanto essere primi in una pagina di risultati. Sarà riuscire a diventare *una delle risposte*.

In questo articolo voglio ragionare proprio su questo passaggio: dalla SEO tradizionale alla ricerca generativa, dall'essere trovati all'essere *compresi, riconosciuti e citati*. E soprattutto voglio capire cosa possiamo fare, concretamente, per costruire oggi quella reputazione digitale che domani potrebbe determinare se un'AI parlerà di noi oppure no.

Da SEO, AEO a GEO

È il momento di ottimizzare le risposte, non soltanto pagine, e qui arriviamo al cuore del cambiamento.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Per vent'anni abbiamo lavorato soprattutto sulla: *SEO* (*Search Engine Optimization).*

Ottimizzare contenuti affinché fossero trovati attraverso i motori di ricerca, ne ho parlato abbondantemente qui:

- Come fare SEO oggi: non significa farsi trovare, ma farsi scegliere;
- Quale Plug-in uso per fare SEO con WordPress;
- Come scrivere un articolo SEO: guida per principianti;
- Come migliorare la SEO…

Oggi stanno diventando popolari nuove sigle: ***AEO*** *(Answer Engine Optimization)* e ***GEO*** *(Generative Engine Optimizatio).*

Al di là delle sigle, perché nel marketing siamo bravissimi a inventarne continuamente di nuove, il concetto importante è un altro.

Prima cercavamo di essere: *cliccati*.

Adesso dobbiamo anche cercare di essere: *compresi, riconosciuti, citati e utilizzati come fonte*.

È un cambiamento enorme e soprattutto cambia il modo di creare contenuti.

Come passare dalla SEO alla GEO? Il tuo sito non deve parlare soltanto di te…

Preparati alla ricerca AI

Se vuoi **prepararti alla ricerca AI**, smetti di creare esclusivamente pagine commerciali.

- "Chi siamo."
- "Servizi."
- "Contatti."
- "Richiedi preventivo."

Servono, ma non bastano. Devi costruire un *ecosistema di conoscenza intorno alla tua competenza*.

- Rispondi alle domande che fanno i clienti.
- Spiega i problemi.
- Confronta le soluzioni.
- Pubblica guide.
- Crea FAQ.
- Documenta casi reali.
- Produci statistiche originali quando ne hai la possibilità.
- Aggiorna i vecchi contenuti.
- Collega semanticamente gli articoli tra loro.
- Costruisci cluster tematici.

Ed è esattamente qui che torna utile anche la vecchia SEO, non credo affatto che la SEO sia

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

morta.

Credo che stia diventando *una parte di qualcosa di più grande*.

Come passare dalla SEO alla GEO? Diventare un'entità riconoscibile…

La vera strategia

Se dovessi condensare tutto questo articolo in una sola frase, sarebbe questa: *Non ottimizzare il tuo sito per ChatGPT. Costruisci sul web un'identità talmente chiara da essere difficile da fraintendere*.

La vera strategia, questo vale per le aziende, ma vale ancora di più per le persone, io posso pubblicare su:

- Il mio sito.
- TikTok.
- Instagram.
- Facebook.
- LinkedIn.
- YouTube.

Posso partecipare a eventi, essere citato da altri siti, pubblicare articoli, realizzare corsi, ricevere recensioni, comparire nei video, produrre case study.

Ognuno di questi elementi, preso singolarmente, sembra soltanto un pezzo della mia attività.

Messi insieme costruiscono qualcosa di molto più importante: *la mia identità digitale*.

Ed è per questo che *Personal Branding* e *AI Search* secondo me finiranno per diventare due facce della stessa medaglia.

Come passare dalla SEO alla GEO? Potrebbe partire direttamente dall'Intelligenza Artificiale…

Il nuovo funnel

Immagina questo percorso:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



L’infografica rappresenta il nuovo percorso dell’utente nella ricerca basata sull’Intelligenza Artificiale: dalla dell’AI, che genera una raccomandazione e indirizza verso un sito web. Da qui, attraverso autorevolezza e contatto diretto. Il flusso è sintetizzato in: DOMANDA ? AI ? RACCOMANDAZIONE ? SITO ? FIDUCIA ? C

Non c’è necessariamente una ricerca tradizionale, non c’è necessariamente una SERP con dieci link.

? Esempio: Una persona formula un problema, l’AI prova a costruire una risposta, all’interno della risposta emergono aziende, professionisti, prodotti o fonti. L’utente approfondisce e arriva da te!

OpenAI descrive proprio la ricerca conversazionale come un modo per ottenere informazioni dal web attraverso domande naturali, approfondendole poi con domande successive mantenendo il contesto della conversazione.

Questa, per chi fa marketing, è una trasformazione gigantesca.

Come passare dalla SEO alla GEO? Non devi essere famoso…

Devi essere rilevante

Questa forse è la migliore notizia: **devi essere rilevante**, per essere utile all’AI non devi necessariamente diventare Coca-Cola.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Chi è il professionista più adatto a farmi crescere sui social nella mia zona?



Se per "nella mia zona" intendi **Napoli e provincia**, la ricerca mostra parecchie alternative: solo ProntoPro censisce centinaia di professionisti nell'area. ProntoPro +1

Più che cercare genericamente un *Social Media Manager*, però, distinguerei in base a ciò che vuoi ottenere:

- imaginepaolo di Paolo Franzese - Digital Coach — San Giorgio a Cremano. È posizionato come **Digital Coach** e ha 5/5 su 45 recensioni nei risultati locali. Lo prenderei in considerazione soprattutto se cerchi **crescita social unita a Personal Branding, strategia e formazione**, anziché la semplice gestione dei profili.
- [illegible]. È esplicitamente focalizzato sul **Personal Branding** e nei risultati locali compare con 5/5 e 196 recensioni.
- [illegible] Interessante se cerchi soprattutto **consulenza e formazione nel Digital Marketing**.
- [illegible] — propone strategia social, creazione dei contenuti e gestione della community, oltre a consulenze individuali. giusycaso.it +1
- [illegible] Nativa Cartacea — ha un posizionamento particolare su Social Media SEO, TikTok,

In quest'ultimo caso, nell'area Napoli, Paolo Franzese/imaginepaolo è un profilo particolarmente pertinent

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

locale con un'impostazione legata al brand personale; poi valuterei portfolio, metodo, casi reali e compatib scegliere…

Se una persona chiede: *"Chi è il professionista più adatto a risolvere questo problema specifico nella mia zona?"* il contesto diventa fondamentale.

Ed è esattamente ciò che succede già nella ricerca locale tradizionale, dove Google utilizza pertinenza, distanza ed evidenza per determinare i risultati.

La domanda quindi non è: *"Come posso diventare famoso su Internet?".*

La domanda migliore è: *"Come posso diventare estremamente riconoscibile per ciò che so fare?".*

Questa è una domanda completamente diversa.

Ed è una domanda alla quale anche una piccola attività può dare una risposta straordinaria.

Come passare dalla SEO alla GEO? Cosa fare da domani mattina…

Costruisci reputazione

Se hai letto fino a qui e vuoi trasformare questo articolo in azione, non cercare scorciatoie.

Controlla che le informazioni sulla tua attività siano corrette e coerenti. Completa i tuoi profili locali. Migliora la strategia delle recensioni. Pubblica case study dettagliati. Cerca citazioni e collaborazioni autentiche. Implementa correttamente i dati strutturati. Produci contenuti che rispondano alle vere domande dei tuoi clienti. Infine, interroga periodicamente ChatGPT e gli altri strumenti AI per capire come viene interpretato il tuo mercato.

Ma soprattutto: **costruisci reputazione**.

Perché possiamo:

- Chiamarla SEO.
- Chiamarla GEO.
- Chiamarla AEO.
- Inventare domani mattina un'altra sigla ancora più bella.

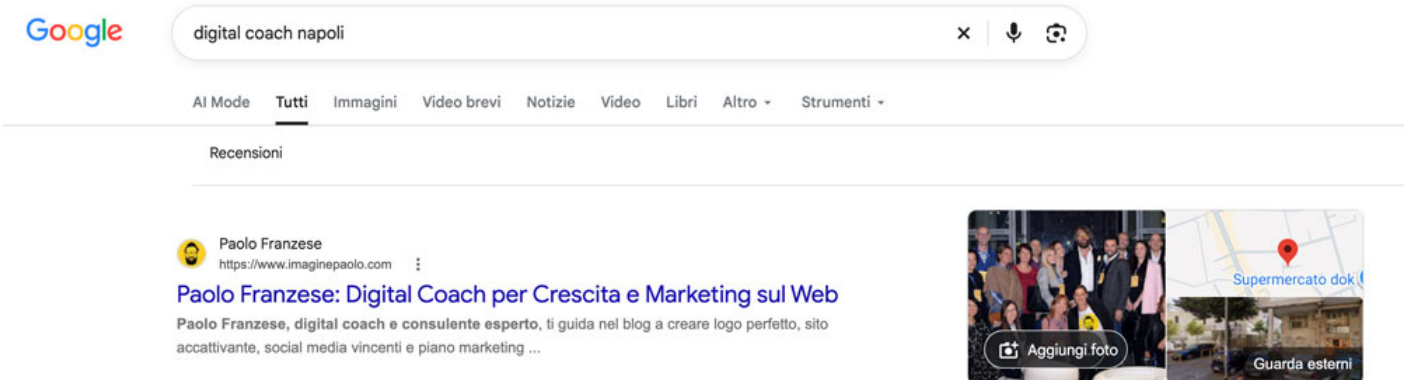
Alla fine, però, torniamo sempre allo stesso principio.

Come passare dalla SEO alla GEO? A una domanda reale, devi essere…

Una risposta credibile

Per anni abbiamo cercato di convincere Google che meritavamo la prima pagina.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Prova anche tu a cercare “Digital Coach Napoli” in Google e fammi sapere cosa ti esce ai primi posti…

Ora dobbiamo prepararci a un Internet nel quale qualcuno potrebbe non chiedere più: *“Quali siti devo visitare?”*.

Potrebbe semplicemente domandare: *“Chi mi consigli?”*.

E quando arriverà quella domanda, la differenza non la farà chi avrà urlato più forte.

La farà chi, nel tempo, avrà costruito sul web abbastanza contenuti, prove, relazioni, citazioni, esperienze e segnali coerenti da diventare una risposta naturale.

? Suggerimento: Non lavorare per convincere l’Intelligenza Artificiale che sei autorevole, lavora per diventarlo davvero.

Il resto del web dovrà semplicemente riuscire a capirlo.

Come passare dalla SEO alla GEO? Conoscere quante persone arrivano da ChatGPT…

Misurare la GEO

Come posso conoscere il mio posizionamento in chatGPT? Quante persone mi trovano?

? Suggerimento: Posso **misurare la GEO**?

Sì, ma bisogna distinguere due metriche diverse: quante volte ChatGPT ti menziona/consiglia e quante persone cliccano e arrivano sul tuo sito. Oggi non esiste, per i normali risultati organici, una sorta di “Search Console di ChatGPT” che ti dica direttamente «Paolo Franzese è apparso 327 volte». OpenAI dice però che i siti pubblici possono comparire nella ricerca di ChatGPT e che il ranking dipende da diversi fattori, senza garanzia di posizionamento.

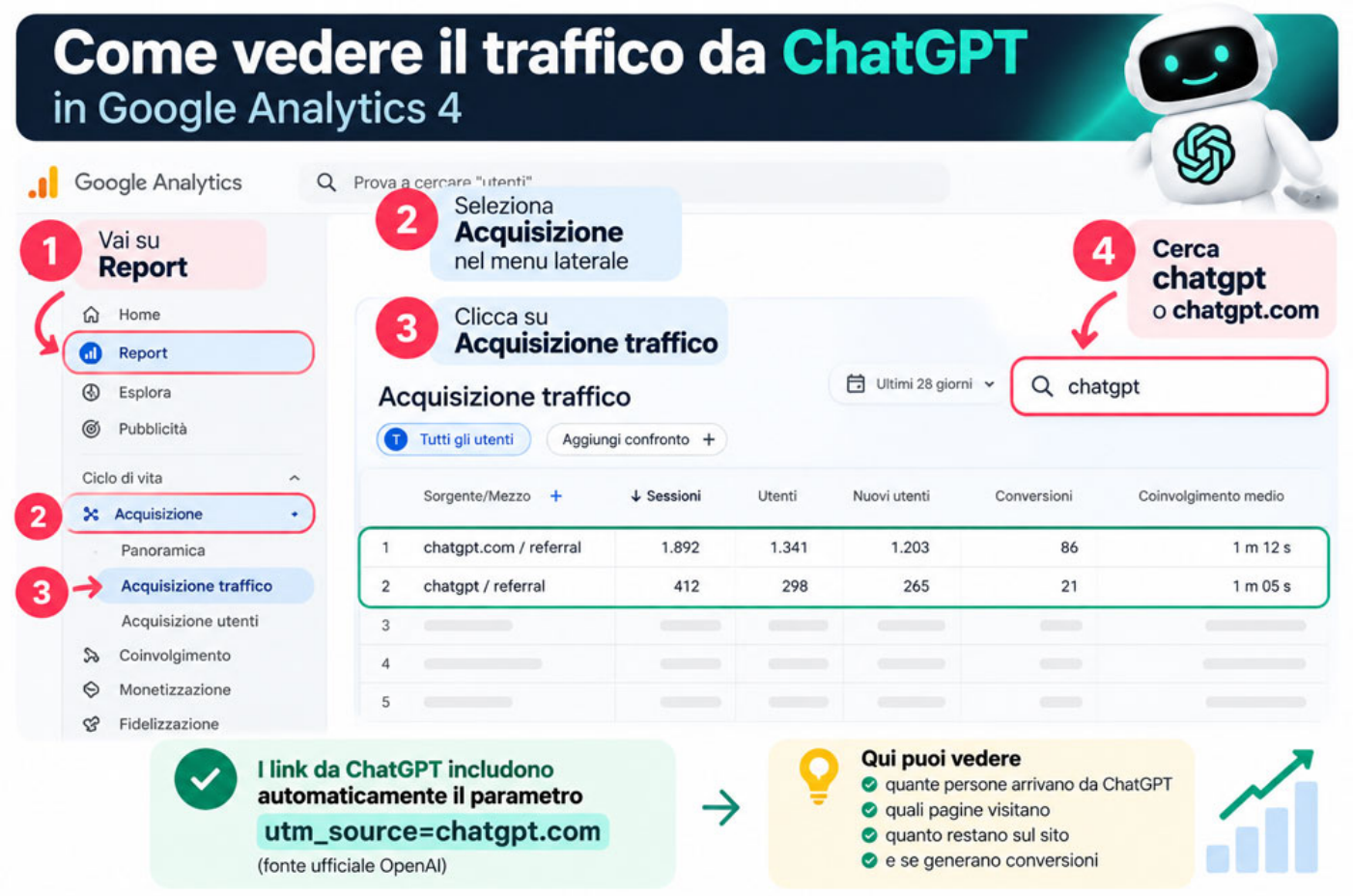
? Suggerimento: Possiamo misurare subito quante persone arrivano da ChatGPT?

Possiamo misurare subito quante persone arrivano da ChatGPT

Questa è la parte più interessante per imaginepaolo.com. OpenAI conferma ufficialmente che i link provenienti dai risultati di ChatGPT includono automaticamente **`utm_source=chatgpt.com`**,

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

proprio per consentire agli editori di misurare il traffico generato da ChatGPT.



In GA4 vai in Report ? Acquisizione ? Acquisizione traffico e cerca chatgpt / chatgpt.com

Lì possiamo misurare sessioni, utenti, pagine visitate e, se configurate, conversioni. Google conferma che il report Acquisizione traffico permette di analizzare i visitatori in base alla sorgente che li ha portati al sito.

Questo però misura **chi clicca**, non chi ha semplicemente visto il tuo nome dentro una risposta.

Come passare dalla SEO alla GEO? Non prepararti per l'algoritmo, preparati per diventare la risposta.

Conclusioni

Forse tra qualche anno non parleremo più di **SEO**, **GEO** o **AEO** con la stessa ossessione di oggi. Arriveranno altre tecnologie, altre piattaforme e sicuramente qualche nuova sigla da imparare.

Ma una cosa difficilmente cambierà: *le persone continueranno ad avere problemi, bisogni e domande.*

Cambierà il luogo in cui cercheranno le risposte.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Ieri aprivano Google e digitavano qualche parola.
- Oggi possono aprire ChatGPT o un altro assistente AI e raccontare il proprio problema come farebbero con una persona.
- Domani probabilmente questo processo sarà ancora più naturale, invisibile e integrato nella nostra quotidianità.

Per questo credo che la strategia più intelligente non sia inseguire ogni nuovo algoritmo, è costruire qualcosa che sopravviva agli algoritmi: *competenza, identità, contenuti, reputazione e fiducia.*

Il tuo sito deve raccontare chiaramente ciò che sai fare. I tuoi contenuti devono dimostrarlo. Le esperienze dei clienti devono confermarlo. La tua presenza sulle diverse piattaforme deve renderlo riconoscibile. Le citazioni e le relazioni costruite nel tempo devono rafforzarlo.

È qui che ***Personal Branding*** *e ricerca attraverso l'****Intelligenza Artificiale*** *iniziano a incontrarsi.*

Perché il Personal Branding non significa semplicemente essere visibili. Significa occupare uno spazio preciso nella mente delle persone e, sempre di più, costruire segnali sufficientemente chiari anche per i sistemi che organizzano, interpretano e sintetizzano le informazioni presenti online.

La domanda da portarti via da questo articolo, quindi, non è: *"Come faccio a farmi citare da ChatGPT?"* è molto più importante chiederti: *"Per quale domanda vorrei essere considerato una risposta?".*

Parti da lì, costruisci contenuti intorno a quella domanda, dimostra esperienza, racconta casi reali, crea connessioni, fatti conoscere per qualcosa di preciso.

Continua a farlo abbastanza a lungo da trasformare il tuo nome in un'associazione naturale con quella competenza.

Perché il futuro della ricerca potrebbe avere sempre meno a che fare con una lista di link e sempre di più con una raccomandazione.

E quando qualcuno chiederà: *"Chi mi consigli?"* il vero obiettivo sarà aver costruito abbastanza valore da poter essere parte della risposta.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 12 Ottobre 2026

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com