

Dalla SEO alla GEO

Come restare visibili nell'era delle AI, scopri il metodo operativo per farsi citare

Obiettivo del corso: Corso pensato per una platea con competenze di base o intermedie in ambito SEO, che vuole aggiungere un metodo concreto per lavorare anche con la ricerca generativa (AI Overviews, ChatGPT, Perplexity, Gemini). Un primo blocco copre le basi della SEO, un secondo blocco applica un metodo completo — costruito su un percorso di 4 lezioni dedicate alla GEO — per capire, controllare e migliorare come i contenuti vengono letti e citati dalle AI.

Modulo 1: Fondamenti di SEO e ricerca generativa

- **Teoria:** cos'è la SEO, come funziona un motore di ricerca, cosa cambia con le AI Overviews e i chat bot di ricerca, differenza tra "essere trovati" ed "essere citati".
- **Pratica:** confronto tra la stessa domanda su Google e su un'AI, prime osservazioni guidate.

Modulo 2: Keyword Research

- **Teoria:** cos'è una parola chiave, intento di ricerca, differenza tra query di ricerca e domande poste a un'AI.
- **Pratica:** ricerca di parole chiave con strumenti gratuiti e a pagamento, costruzione di una prima lista di domande da monitorare.

Modulo 3: Le basi tecniche del sito

- **Teoria:** come un motore di ricerca indicizza un sito, perché un sito deve essere accessibile anche ai crawler AI, cenni su robots.txt e Core Web Vitals.
- **Pratica:** audit tecnico guidato di un sito reale con strumenti gratuiti.

Modulo 4: Scrivere contenuti che si fanno leggere

- **Teoria:** principi E-E-A-T, cosa rende un contenuto chiaro, utile e affidabile, cenni sui dati strutturati (schema markup).
- **Pratica:** riscrittura guidata di un contenuto esistente.

Modulo 5: Come leggere le risposte delle AI *(Lezione GEO 1 — Audit con LLM e AI Overviews)*

- **Teoria:** come un LLM sceglie una fonte da citare, differenza tra SEO classica e risposta AI, cos'è la "citabilità", come riconoscere una buona domanda da usare come test.
- **Pratica:** audit guidato con ChatGPT e Perplexity su domande reali, osservazione di cosa viene citato e perché, tre casi commentati (beauty, e-commerce, SEO).

Modulo 6: Identificare i GAP *(Lezione GEO 2 — pensiero critico sui contenuti)*

- **Teoria:** cos'è un GAP, i tre livelli in cui nasce (intento, struttura, affidabilità).
- **Pratica:** checklist di analisi applicata a un contenuto reale, confronto tra pagina citata e pagina non citata.

Modulo 7: Dalla diagnosi all'azione *(Lezione GEO 3 — checklist di ottimizzazione)*

- **Teoria:** come trasformare un GAP in un'azione concreta, come assegnare le priorità, cosa NON è un'azione valida, struttura della checklist operativa.
- **Pratica:** costruzione di una checklist completa (azione, priorità, note operative) su tre casi reali diversi (servizi, e-commerce, contenuti informativi).

Modulo 8: Implementazione e monitoraggio — progetto finale *(Lezione GEO 4)*

- **Teoria:** perché il monitoraggio conta più del posizionamento, cosa osservare in una risposta AI nel tempo, come ripetere un audit senza falsare il confronto.
- **Pratica:** applicazione della checklist su un caso reale, nuovo audit dopo le modifiche, confronto prima/dopo, consegna finale del metodo (domanda → audit → GAP → azioni → verifica).