CYBEAR WEB AGENCY · ATRIPALDA (AVELLINO)

SERVIZIO GEO · EDIZIONE 2026

POSTE CYBEAR · ATRIPALDA · 2026

Ti trova anche l'AI?

La nuova SEO si chiama GEO!



Il servizio GEO di Cybear: visibilità su Google e sui motori AI per imprese e professionisti.

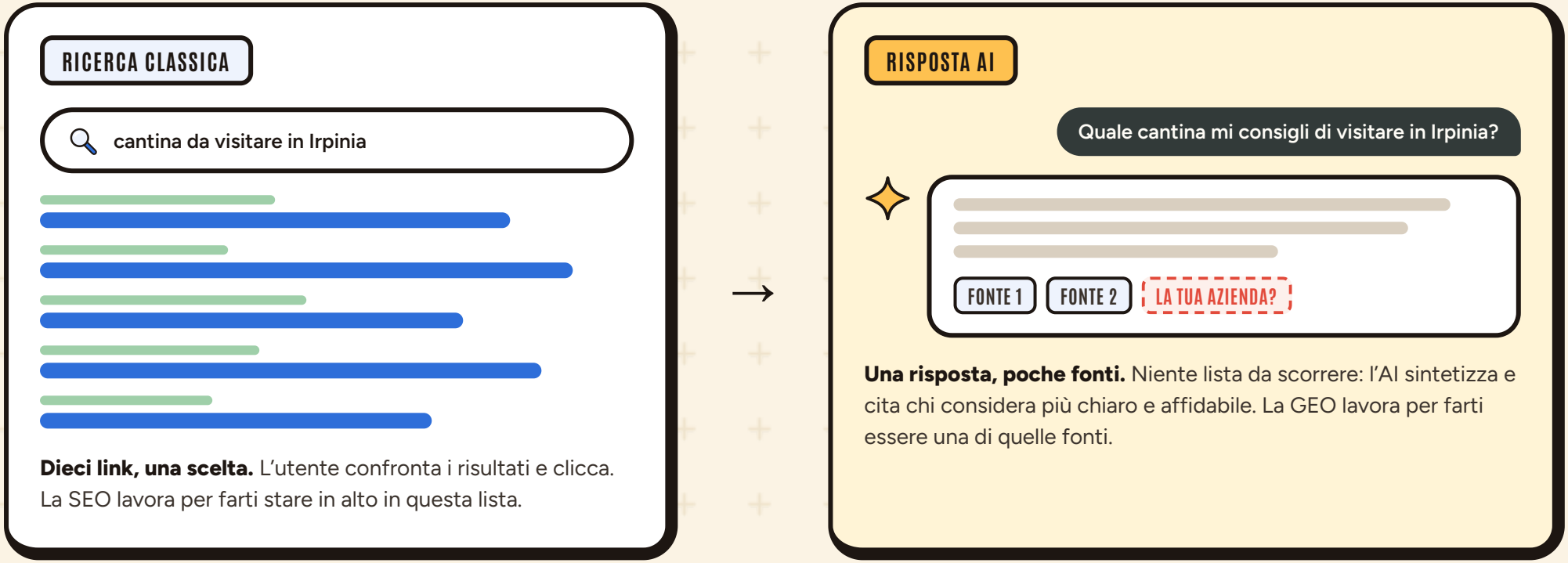
ChatGPT · Gemini · Perplexity · AI Overview di Google · Google Search

Cybear S.r.l. · Via Michele Capozzi 38, Atripalda (AV)
cybear.it · info@cybear.it · +39 392 657 7184

01 · LA RICERCA STA CAMBIANDO

Farsi trovare non basta più: bisogna essere la risposta.

Per vent'anni "farsi trovare online" ha voluto dire una cosa sola: posizionarsi su Google. Oggi accanto al motore di ricerca classico ci sono ChatGPT, Gemini, Perplexity e le AI Overview di Google: strumenti che non restituiscono dieci link tra cui scegliere, ma una risposta già confezionata, costruita su poche fonti citate. **Se la tua azienda non è tra quelle fonti, per chi fa quella domanda semplicemente non esiste.**



Dieci link, una scelta. L'utente confronta i risultati e clicca. La SEO lavora per farti stare in alto in questa lista.

Una risposta, poche fonti. Niente lista da scorrere: l'AI sintetizza e cita chi considera più chiaro e affidabile. La GEO lavora per farti essere una di quelle fonti.

Esempio illustrativo: domanda e risposta sono una simulazione grafica, non un risultato reale.

GEO, Generative Engine Optimization

È l'insieme di attività che rendono un'azienda **comprensibile, affidabile e citabile** dai motori generativi basati sull'intelligenza artificiale. Dove la SEO lavora per ottenere un clic dalla pagina dei risultati, la GEO lavora per diventare la fonte che l'AI usa e nomina quando sintetizza una risposta. Cambia l'obiettivo: non solo "essere in prima pagina", ma "essere la risposta".

	SEO	GEO
DOVE	Pagina dei risultati di Google e degli altri motori di ricerca	Risposte di ChatGPT, Gemini, Perplexity e AI Overview di Google
OBIETTIVO	Il clic: stare in alto tra i link	La citazione: essere la fonte che l'AI usa e nomina
COSA CONTA	Contenuti di qualità, struttura chiara, autorevolezza, accessibilità tecnica	Le stesse basi, più entità chiare, dati strutturati, contenuti citabili e prove verificabili
COME SI MISURA	Posizioni, impressioni e clic in Google Search Console	Presenza e citazioni nelle risposte AI, report «AI generativa» di Search Console, canale «AI Assistant» di GA4

SEO e GEO non sono in conflitto. La GEO non sostituisce la SEO, la integra: le due discipline condividono gran parte delle fondamenta, perché anche i motori AI, per capire e citare una pagina, hanno bisogno di leggerla bene.



03 · I FATTORI

Cosa rende un'azienda «citabile» dall'AI

Dalla nostra esperienza, i fattori che contano di più sono cinque. Molti coincidono con la SEO classica, alcuni sono specifici della GEO.

1 · Entità e dati strutturati

Schema Organization, LocalBusiness, Service, FAQ e Breadcrumb aiutano la macchina a capire chi sei, dove sei e cosa fai, senza ambiguità.

2 · Accessibilità tecnica

Se il contenuto è nascosto dietro challenge anti-bot o caricato solo via JavaScript, molti crawler non lo leggono e quindi non lo citano.

3 · Contenuti citabili

Pagine che rispondono a domande reali con fatti verificabili: risposte chiare, numeri con fonte, paragrafi che stanno in piedi da soli.

4 · Autorevolezza esterna

Recensioni, riconoscimenti, profili coerenti e menzioni: la reputazione fuori dal sito rafforza la fiducia dentro le risposte AI.

5 · File per le macchine

Un file llms.txt e sitemap pulite offrono ai modelli una mappa ordinata di chi sei e di cosa offri.



Google resta la base. Il grosso del traffico commerciale passa ancora dalla ricerca tradizionale: sito veloce, pagine di servizio con contenuti reali, SEO locale curata e autorevolezza. Senza queste fondamenta nessuna strategia AI funziona, perché i motori generativi attingono alle stesse fonti.

04 · IL SERVIZIO

Cosa facciamo per la tua visibilità AI

Sette attività, un unico percorso. Si parte sempre da un audit e si misura con indicatori concreti: presenza nelle risposte AI, citazioni, traffico e contatti generati.

Audit di visibilità AI

Verifichiamo come ChatGPT, Gemini e Perplexity descrivono oggi la tua azienda, quali fonti usano e dove sei assente rispetto ai concorrenti.

Dati strutturati ed entità

Implementiamo schema.org (Organization, LocalBusiness, Service, FAQ) e consolidiamo l'identità dell'azienda su directory, profili e fonti citate dai motori AI.

Contenuti citabili

Riscriviamo le pagine chiave perché rispondano a domande reali con dati, numeri e casi concreti: il formato che i motori generativi preferiscono citare.

Autorevolezza e digital PR

Costruiamo menzioni su testate e portali di settore e curiamo recensioni e profili coerenti: ogni citazione lavora anche per la SEO classica.

Accessibilità tecnica

HTML pulito, pagine veloci, nessun contenuto nascosto dietro challenge anti-bot o caricato solo via JavaScript.

File leggibili dalle macchine

Dal file llms.txt alle sitemap pulite: diamo ai modelli una mappa chiara di chi sei e cosa offri.

Misurazione

Monitoriamo presenza e citazioni nelle risposte AI, oltre ai posizionamenti classici, per capire cosa funziona e correggere la rotta.

SEO + AI, un unico metodo

Non trattiamo la visibilità AI come una moda separata: è un'estensione del lavoro SEO che facciamo da oltre 10 anni.

05 · COME LAVORIAMO

Tre passi, misurati dall'inizio

«Esserci nell'AI» non è una sensazione: si misura. Per questo ogni percorso parte da una fotografia con dati reali e si chiude con un confronto numerico.

1 La fotografia

Misuriamo la presenza attuale sui motori generativi con due fonti indipendenti: il report «AI generativa» di Google Search Console e il canale «AI Assistant» di Google Analytics 4. E verifichiamo come i motori AI descrivono la tua azienda su un insieme di domande rilevanti.

2 L'audit e il piano

Diagnosi tecnica ed editoriale: dati strutturati ed entità, contenuti citabili, autorevolezza, struttura e accessibilità, copertura delle domande reali dei tuoi clienti. Il risultato è una lista di interventi in ordine di impatto: non teoria, cose da fare.

3 Interventi e misura

Mettiamo in pratica il piano e impostiamo il tracciamento. Con un punto di partenza misurato, tra tre e sei mesi possiamo dire con i numeri se la visibilità AI è cresciuta.

COSA TI CONSEGNIAMO

- ✓ **La fotografia di partenza**, con i dati degli strumenti di Google
- ✓ **L'audit punto per punto**, tecnico ed editoriale
- ✓ **Gli interventi prioritizzati**, in ordine di impatto
- ✓ **Il monitoraggio** mese dopo mese

Vuoi vedere un report vero?

Sul nostro sito c'è un esempio di report GEO costruito sui dati reali di cybear.it:

cybear.it/esempio-report-geo

06 · PERCHÉ ADESSO

Chi parte prima, si prende il vantaggio

La GEO è una disciplina giovane e oggi pochissime aziende la presidiano. È l'evoluzione naturale della SEO: chi si muove ora si prende un vantaggio che dopo sarà costoso recuperare.

Settimane — **Le basi tecniche.** Schema, entità e contenuti sistemati producono effetti in poche settimane.

Mesi — **L'autorevolezza.** Menzioni, recensioni e citazioni crescono nell'arco di mesi, come per la SEO classica.

Dopo — **Il vantaggio.** Chi è partito prima ha mesi di lavoro alle spalle, e per i concorrenti è lento e costoso recuperare.

Serve anche a un'azienda locale? Sì, e forse ancora di più. Molte domande rivolte all'AI hanno un intento locale: «quale cantina visitare in Irpinia», «chi sviluppa gestionali su misura in Campania». Essere l'azienda citata in quelle risposte è un vantaggio concreto, che oggi pochissimi presidiano.

SI MISURA GIÀ

Prove, non promesse

Google e gli strumenti di analisi mostrano già quanto un sito viene ripreso nelle risposte generative. Questi sono i nostri numeri.

197 — **impressioni di cybear.it** nelle risposte di AI generativa di Google, negli ultimi 90 giorni

28 — **pagine del nostro sito** compaiono nelle risposte AI: servizi, chi siamo, case study e pagine locali

24 + 11 — **sessioni da assistenti AI** sui siti che curiamo per Alcagas e Beneco, dal loro lancio

Numeri ancora piccoli, in un canale che un anno fa non esisteva: è esattamente il momento giusto per presidiarlo.

Fonti: Google Search Console (report «AI generativa») e Google Analytics 4 (canale «AI Assistant») di proprietà reali, cybear.it, Alcagas e Beneco, dati letti il 7 settembre 2026 con accesso autorizzato. Non riportiamo citazioni AI singole non verificabili: solo ciò che gli strumenti misurano.

07 · DOMANDE FREQUENTI

Le domande che ci fate più spesso

La SEO tradizionale non basta più?

Resta fondamentale: Google porta ancora la maggioranza del traffico. Ma una quota crescente di decisioni nasce dalle risposte degli assistenti AI, e chi non è citato lì è invisibile a quella fetta di clienti.

In quanto tempo si vedono i risultati?

Le correzioni tecniche (schema, entità, contenuti) producono effetti in poche settimane; l'autorevolezza cresce nell'arco di mesi, come per la SEO classica.

Serve anche alle piccole imprese?

Sì, soprattutto nei mercati locali: quando qualcuno chiede a ChatGPT «la migliore impresa vicino a me», essere tra le fonti citate fa la differenza.

Si può misurare la visibilità su ChatGPT o Perplexity?

In parte sì: si verifica come i motori descrivono e citano l'azienda su un insieme di domande rilevanti e se ne segue l'evoluzione nel tempo. Non esiste ancora una «posizione» come su Google, ma la presenza è osservabile.

Hai un'altra domanda? Scrivici a **info@cybear.it** o chiamaci al **+39 392 657 7184**: ti rispondiamo in giornata.



E ORA TOCCA A TE

Scopri come ti vedono i motori AI

Richiedi l'**audit gratuito di visibilità AI**: ti diciamo come ChatGPT, Gemini e Perplexity descrivono oggi la tua azienda, quali fonti usano e da dove conviene partire. Ti rispondiamo in giornata, senza impegno.

TELEFONO E WHATSAPP
+39 392 657 7184

EMAIL
info@cybear.it

SEDE
Via Michele Capozzi 38, 83042 Atripalda (AV)

ORARI
dal lunedì al venerdì, 9:00–18:00

Inquadra e richiedi l'audit
cybear.it/seo-ai-avellino

