

Tutti la usano.

Pochi sanno come funziona.

Capire l'AI è il primo passo per la tua visibilità



Quello che succede tra il prompt e la risposta:

le cinque fasi che decidono se il tuo brand entra nelle risposte o sparisce dal radar.

seozoom

**COME I MOTORI AI DECIDONO
CHI C'È E CHI SPARISCE**

L'AI è di tutti. Il suo funzionamento è di pochi

Più di un miliardo di persone interroga sistemi AI ogni mese. ChatGPT da solo ha superato i 900 milioni di utenti settimanali a febbraio 2026, con oltre 2,5 miliardi di prompt al giorno e il 92% delle Fortune 500 che lo usa internamente.

L'AI è diventata un'infrastruttura di massa più velocemente di qualunque altra tecnologia degli ultimi vent'anni.



Ma i numeri raccontano anche un'altra storia: la distanza tra chi la usa e chi la capisce è enorme, e continua a crescere. Solo il **10%** della forza lavoro la usa in modo davvero competente. Il **95%** dei progetti AI in azienda si ferma alla fase pilota. Il **78%** dei dirigenti dichiara di non sentirsi in grado di superare un audit di governance AI a 90 giorni.

Sapere come ragiona l'AI è il prezzo per restare dentro le sue scelte

Ogni risposta dell'AI è una catena di decisioni

Ogni volta che un utente interroga ChatGPT, Gemini, Perplexity o l'AI Overview di Google, il sistema attiva una sequenza di operazioni che culmina in una risposta. Ognuna di quelle operazioni è una scelta: come interpretare la domanda, se cercare sul web o usare la memoria interna, quali pagine consultare, quali blocchi estrarre, come ricomporre il risultato.

Per influenzare quelle scelte, devi conoscerle. Il tuo brand non entra nelle risposte AI perché “esiste” online: entra quando la macchina trova segnali abbastanza chiari da usarlo come fonte, confronto o riferimento. Smetti di lavorare sulla visibilità come se la risposta fosse una superficie unica, e inizia a presidiare i passaggi in cui viene costruita.

La scatola nera dell'AI ha un meccanismo interno. Si può ricostruire, raccontare e, soprattutto, presidiare.

Dal modo in cui il modello legge la prima parola della tua domanda fino al modo in cui decide l'ultima frase della risposta.



*Ogni nodo è una scelta. Tu non sei nella stanza in cui si decide.
Ma puoi farci arrivare i segnali giusti*

Le cinque fasi che separano una domanda da una risposta



Tra il prompt e la risposta passano **3 secondi**. Sono gli istanti in cui l'AI prende ogni decisione che conta per te, attraverso cinque operazioni distinte. Ognuna è un piccolo motore con regole proprie. Ognuna decide qualcosa che cambia ciò che il lettore finale vedrà.

Conoscerle nel dettaglio serve a individuare i punti precisi in cui il tuo brand può essere selezionato come fonte, e quelli in cui invece viene scartato. È la mappa operativa del lavoro di visibilità sull'AI.



Tutto questo accade in circa **3 secondi**

Sapere cosa accade in quei tre secondi è la differenza tra subire l'AI e lavorarci sopra

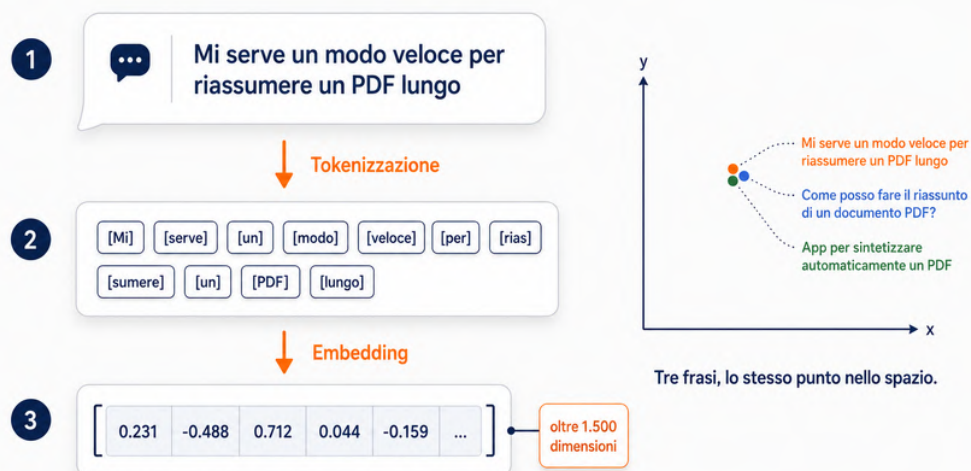


Per l'AI, le parole sono **coordinate**

La prima operazione che l'AI compie davanti a una domanda è scomporla in pezzi minimi — i token — e trasformare ognuno in un vettore: una lista di numeri che ne descrive la posizione in uno spazio matematico a oltre 1.500 dimensioni, dove vive la "comprensione" del modello.

Fraasi scritte in modi molto diversi — con sinonimi, errori, dialetto, ordine cambiato — finiscono nello stesso punto dello spazio, perché vogliono dire la stessa cosa. L'AI capisce l'intento, non la forma esatta. Le regole della SEO che premiavano la corrispondenza letterale della keyword cedono il passo a una nuova metrica: la prossimità di significato.

Se presidi un tema con linguaggio ricco e coerente, il tuo brand cade vicino al punto-intento del prompt, anche quando usi parole diverse da quelle della domanda. Se ti appoggi solo a una keyword secca, cadi più lontano, e l'AI ti seleziona meno spesso.



Token

Le unità minime in cui l'AI scompone qualsiasi testo. Una parola può diventare uno o più token.

Embedding

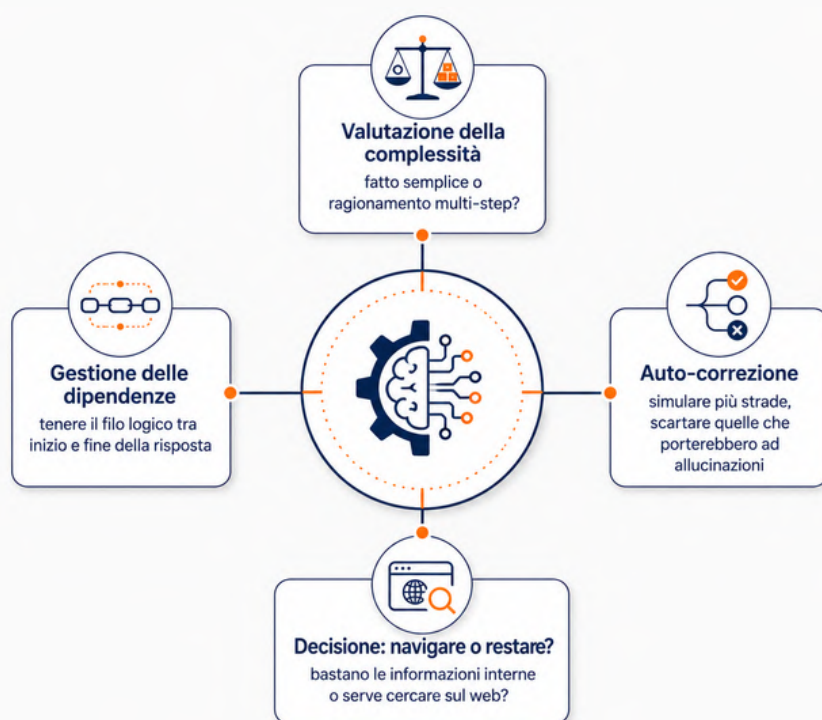
Le coordinate matematiche con cui l'AI rappresenta un token in uno spazio a oltre 1.500 dimensioni. Concetti vicini di significato finiscono in punti vicini dello spazio

Conta dove cade la frase nello spazio, più che come è scritta

Prima di rispondere, l'AI pianifica

Prima di scrivere una sola parola della risposta, il modello scompone il problema in micro-obiettivi logici e prepara una strategia. Valuta se la domanda richiede un fatto semplice o un ragionamento articolato. Tiene traccia delle dipendenze interne per mantenere coerenza tra inizio e fine. Simula internamente più strade e scarta quelle che porterebbero ad allucinazioni. Decide, alla fine, se le informazioni già apprese bastano o se serve un'incursione sul web.

Quando sullo schermo compare la scritta "Reasoning...", il modello sta facendo proprio questo. Ogni decisione di questo livello orienta tutto ciò che segue: quali ricerche lancerà, quali fonti consulterà, quali blocchi pescherà, come ricomporrà il risultato finale.



I testi che reggono un ragionamento articolato — con argomentazione coerente, gerarchia di concetti, transizioni pulite — vengono usati più spesso dei contenuti spezzettati. L'AI cerca materiale capace di sostenere il filo del suo ragionamento.

**Quando vedi "Reasoning...",
l'AI sta pianificando ciò che farà**



Da una domanda, un ventaglio di ricerche

La domanda dell'utente arriva al motore di ricerca trasformata. L'AI la spezza in più sotto-domande, ognuna pensata per coprire un'angolazione diversa del problema. Una domanda complessa diventa 5–20 ricerche parallele, lanciate contemporaneamente su Google o Bing.

L'effetto è una mappa molto più larga del singolo intento di partenza. Chi chiede "dove andare in vacanza a settembre con bambini piccoli" attiva ricerche su destinazioni, periodo, fascia d'età, prezzi, servizi, clima, alternative. Il modello pesca query medie, specifiche, complementari: le keyword più cercate pesano meno, perché coprono male le sfumature della domanda originale.

Per entrare nelle risposte AI, devi coprire tutte le diramazioni del fan-out — clima, prezzi, fascia d'età, alternative, problemi tipici, soluzioni concrete. Più angoli della domanda copri, più spesso vieni richiamato come fonte.



Fan-out

La tecnica con cui l'AI espande una singola domanda in più sotto-query parallele, per coprire i diversi aspetti dell'intento e raccogliere fonti più ricche.

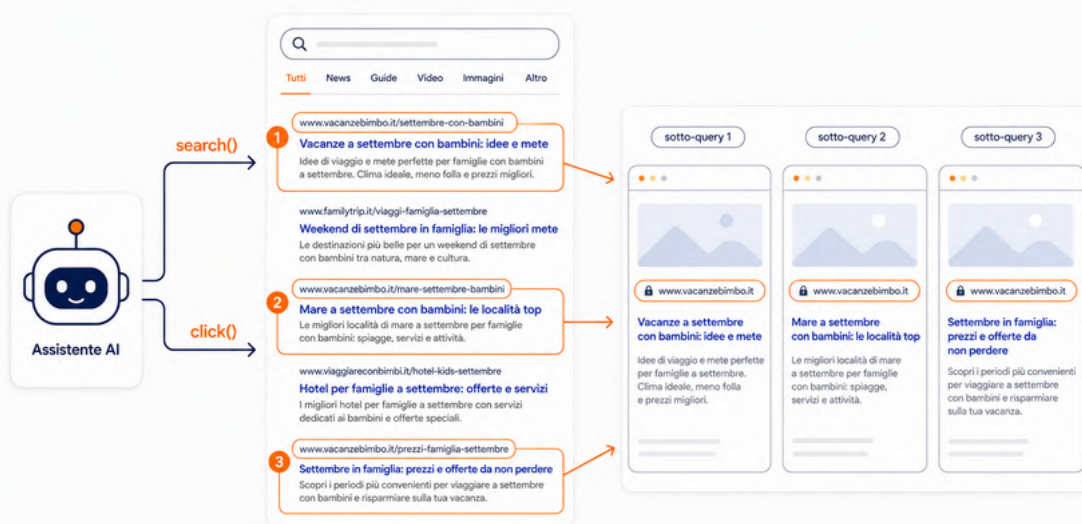


L'AI parla a Google nella tua stessa lingua: **quella delle keyword**

L'AI traduce ogni domanda conversazionale in keyword-style e la invia a un motore di ricerca tradizionale, che riceve la query, restituisce una lista di pagine candidate, e l'AI sceglie quali aprire leggendo title e description di ognuna. Il filtro avviene prima dell'apertura: title e description tornano centrali, perché sono la prima cosa che il modello vede.

Google riscrive title e description in modo dinamico, adattando l'anteprima alla query specifica del fan-out. Per lo stesso URL, l'AI può ricevere venti anteprime diverse — una per ogni sotto-query — e ognuna mostra il pezzo del contenuto che risponde a quella specifica domanda.

Più domande copre la tua pagina, più spesso compare nelle anteprime, più probabilità ha di essere aperta. Title e description tornano a essere terreno strategico: vengono letti due volte, dall'utente quando arriva sulla SERP e dall'AI quando deve decidere quali fonti aprire.



Una sola URL, venti profili diversi.

Web search AI

Il momento in cui l'AI usa Google o Bing come ponte verso il web. La query inviata è keyword-style e l'AI sceglie le pagine da aprire leggendo title e description.



L'AI ricompone la risposta pescando **blocchi**

Una volta aperte le pagine candidate, l'AI compie l'ultima operazione: pesca da ciascuna i blocchi più utili — i chunk — e li ricompone in una risposta sintetica. La selezione avviene a livello di paragrafo, sezione, lista o tabella.



Pagina intera resta sullo sfondo. L'AI sceglie i blocchi.

Un blocco forte risponde a una domanda in modo auto-conclusivo, dentro un blocco compatto. Se hai una pagina con gerarchia chiara (H2 con topic netto, H3 di approfondimento, paragrafi densi, risposta diretta) offri all'AI materiale immediatamente utilizzabile. Una pagina monolitica, dispersa o troppo lunga obbliga il modello a un lavoro che, a parità di alternative, preferisce evitare.

La risposta finale che l'utente legge è un mosaico. Ogni chunk pescato dall'AI proviene da una pagina diversa, e il modello ricuce i pezzi in una sintesi coerente. Quando il pezzo vincente è il tuo, diventi la voce narrante della risposta, anche se la tua pagina è solo una delle fonti.

RAG (Retrieval-Augmented Generation)

La tecnica con cui l'AI integra i risultati di una ricerca web all'interno della propria risposta, ancorandola a documenti reali.

Chunk

Un blocco di contenuto auto-conclusivo all'interno di una pagina. L'unità minima che l'AI estrae e riutilizza nella risposta.

La memoria del modello è ferma. **Il web è il suo aggiornamento**

Il modello AI è stato addestrato su un'enorme quantità di testo — libri, paper accademici, miliardi di pagine web — fino a una certa data, chiamata **knowledge cut-off**, di solito 12–18 mesi precedenti al momento in cui parli con lui. Tutto ciò che è accaduto dopo quella data, il modello lo ignora.

Quando l'utente chiede qualcosa che riguarda fatti recenti, prezzi attuali, persone in carica, dati di mercato, eventi vivi, il modello sa di non sapere. E attiva una ricerca sul web in tempo reale. È il momento in cui la SEO classica entra nella catena dell'AI: i risultati di Google diventano il materiale che il modello consulta quando la sua memoria interna risulta insufficiente.

Solo le pagine presenti nelle SERP possono entrare nella risposta live. La SEO classica resta quindi preconditione tecnica della visibilità AI: il primo livello, quello da cui passa tutto il resto.



MEMORIA CONGELATA

- ❄ Conoscenza fino al cut-off
- ❄ Data di “cristallizzazione”: 12–18 mesi fa
- ❄ Tutto ciò che è accaduto dopo, il modello lo ignora



CONOSCENZA LIVE

- 🕒 Retrieval in tempo reale dal web
- 🔍 Quando il modello sa di non sapere, chiede a Google o Bing
- 📈 Qui entra in gioco la SEO classica

Knowledge cut-off
La data oltre la quale il modello AI smette di avere conoscenza diretta. Tutto ciò che è accaduto dopo, lo deve cercare sul web in tempo reale.

Come l'AI ti conosce, come l'AI ti trova

Dalla differenza tra memoria del modello e retrieval live nascono due aree di lavoro distinte. La prima è la GEO, Generative Engine Optimization e si occupa di come il modello ti conosce: cosa ha imparato del brand durante l'addestramento, quali concetti gli associa, con quale tono ti describe.

La seconda è AEO, Answer Engine Optimization, e si occupa di come il modello ti trova: quali contenuti consulta sul web quando deve costruire una risposta, quali fonti seleziona, quali blocchi delle tue pagine ricombina.



Associazioni semantiche del brand



Sentiment e tono con cui l'AI ti describe



Completezza dell'entità nel modello



Fonti candidate nel fan-out



Chunk selezionati nel RAG



Risposte effettive agli utenti



Due facce della stessa medaglia.

GEO — Generative Engine Optimization

Il lavoro sulla memoria del modello AI, su ciò che ha imparato del brand durante l'addestramento

AEO — Answer Engine Optimization

Il lavoro sul retrieval live, su come il brand entra nelle risposte costruite dal motore in tempo reale.

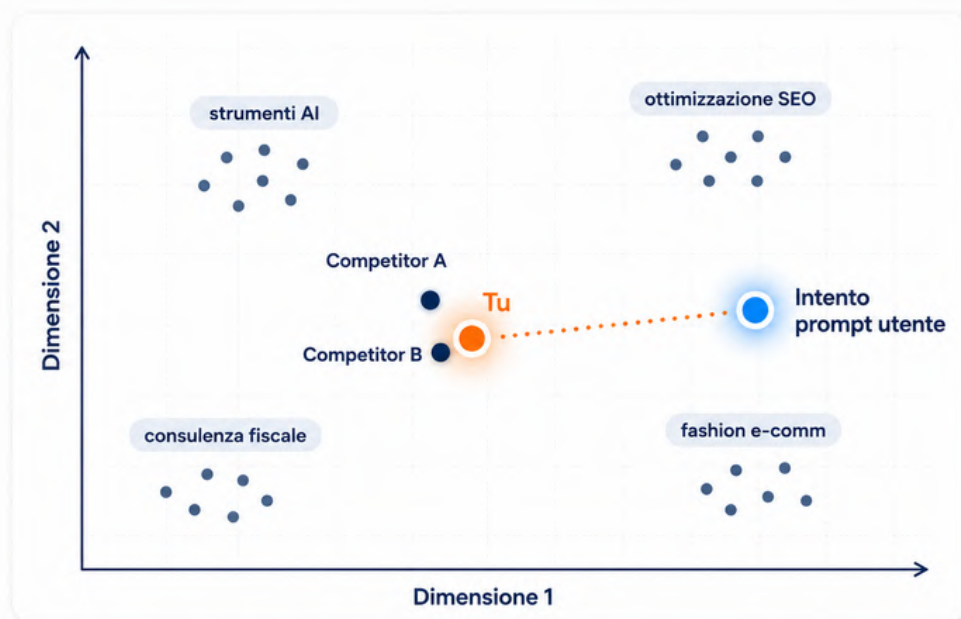
Le due aree sono complementari. La GEO costruisce la conoscenza dell'identità sul lungo periodo, lavora sui segnali che il modello assorbirà nei prossimi cicli di addestramento.

La AEO governa la presenza nelle risposte di oggi, lavora sui contenuti che il modello consulta in tempo reale.

Per lavorare davvero sulla visibilità AI devi presidiarle entrambe, perché agiscono su orizzonti temporali diversi.

Il tuo brand è un punto.

Il tuo settore è un vicinato




**Spazio
matematico
a
1.500+
dimensioni**



Più sei vicino all'intento, più sei rilevante.

Per l'AI ogni concetto — brand, prodotto, settore, intento — è un punto in uno spazio matematico a oltre 1.500 dimensioni. La distanza tra i punti misura la rilevanza. Brand e prompt vicini hanno alta affinità semantica. Brand e prompt lontani vengono letti come scollegati.

Il settore diventa così un vicinato. Il brand diventa un indirizzo. I competitor sono i vicini di casa. Quando ottimizzi un contenuto, sposti letteralmente le tue coordinate verso l'intento da presidiare. Le parole che scegli, i temi che copri, la coerenza del lessico determinano dove cade il tuo punto.

L'ottimizzazione diventa matematica: puoi calcolare le coordinate del tuo brand, simulare la distanza da un prompt prima di pubblicare un contenuto, confrontare il chunk con quello del competitor su una metrica oggettiva.

Prossimità vettoriale

La distanza matematica tra il contenuto di una pagina e l'intento espresso da un prompt. Più i due punti sono vicini, più la pagina è candidata a essere usata come fonte.

Per la prima volta, la
visibilità ha
una geografia.

E la geografia
si misura.

La SEO classica è la porta d'ingresso al **RAG**

Il comando con cui l'AI cerca sul web parte sempre dai risultati di Google. Se la tua pagina è assente dall'indice, debole sui posizionamenti del fan-out, mal servita da title e description, rischia di restare fuori dalla lista delle fonti candidate ancora prima che il modello la apra. Title e description vengono ora letti due volte: dall'utente in SERP e dall'AI in fase di selezione.

La SEO classica diventa così la preconditione tecnica della SEO for AI. Indicizzabilità, velocità del sito, struttura URL pulita, posizionamento organico, qualità di title e description: tutto resta valido, e tutto pesa più di prima. Le stesse leve di sempre operano ora su due piani — la SERP umana e il filtro AI — con conseguenze più visibili quando uno dei due si indebolisce.



 Senza il primo livello, gli altri due restano **irraggiungibili**.

La SEO non è morta.
È diventata l'unica porta d'ingresso al RAG

Ieri misuravi la posizione. Oggi misuri anche la distanza

 Dimensione	 Ieri (pre-AI)	 Oggi (SEO for AI)
 Rilevanza	Volume di ricerca della keyword	Distanza vettoriale dall'intento 
 Successo	Posizione in SERP Google	Selezione del chunk nel RAG 
 Autorità	Zoom Authority, profilo backlink	Densità informativa del chunk 
 Monitoraggio	Ranking per keyword	Prompt tracking per intento 
 Ottimizzazione	On-page + link building	Prossimità semantica + struttura a blocchi 

Ogni colonna di ieri continua a vivere — e a contare. Accanto a quelle metriche se ne aggiungono altre, costruite sul modo in cui il modello AI decide.

Per il tuo lavoro quotidiano, conoscerle entrambe diventa una condizione di partenza.

La differenza vera è qualitativa. Le metriche di ieri rispondevano alla domanda "*quanto sono visibile su Google?*". Le metriche di oggi rispondono alla domanda "*quanto sono leggibile, recuperabile e sintetizzabile per l'AI che sta scrivendo la risposta finale all'utente?*". Le risposte alle due domande coincidono raramente.

Capirla è il primo passo Misurarla è il secondo Intervenire è il terzo

Per governare il funzionamento dell'AI, ti servono strumenti che misurino i segnali su cui il modello costruisce la selezione: distanza semantica, presenza nei prompt, citazioni nelle risposte, gap competitivi sui chunk selezionati.

La sezione SEO for AI di SEOZoom raccoglie otto strumenti dedicati. Ognuno copre un'area precisa del lavoro: dove sei nelle risposte AI, come l'AI ti interpreta, quali domande pesano davvero sul tuo mercato, quanto i tuoi contenuti sono pronti per essere selezionati come fonte.



Vuoi capire a fondo?

SEO for AI — È successo davvero di Ivano Di Biasi, CEO e cofounder di SEOZoom.

Il manuale che porta il "primo passo" — capire — al suo livello completo: tutta la teoria operativa dei motori AI generativi, dei dati al lavoro editoriale.

→ **Inquadra il QR per l'acquisto**



Da osservare a presidiare: la cassetta degli attrezzi

SEOZoom ti aiuta a leggere la catena che hai appena attraversato: dove compari, dove perdi spazio, quali prompt muovono il mercato, quali competitor stanno occupando lo spazio che ti interessa, quali pagine reggono il confronto, quali servono a poco.

Il lavoro parte dai dati. Da lì costruisci le priorità: rafforzare un contenuto, presidiare un prompt, correggere una percezione, capire dove la risposta AI ti sta già usando e dove invece ti lascia fuori.

DOVE SEI NELLE RISPOSTE AI

AI Visibility

La mappa esatta delle citazioni del dominio nei motori AI e nelle AI Overview.

AI Overview

Monitoraggio della presenza nel box AI di Google, con AI Rank e stima del traffico.

COME L'AI TI INTERPRETA

GEO Audit

L'identità del brand vista con gli occhi dell'AI: significato, percezione, copertura.

AEO Audit

La tua autorevolezza misurata nelle risposte di ChatGPT, Gemini, Perplexity.

LE DOMANDE E I PROMPT

AI Prompt Research

Scomposizione del bisogno e del fan-out: capisci come l'AI espande una domanda.

AI Prompt Tracker

Monitoraggio nel tempo dei prompt che pesano sul tuo mercato, motore per motore.

CONTENUTI E COMPETITOR

AI Engine

Test della pertinenza del contenuto per i motori AI, prima di pubblicare.

Analisi dei competitor AI

Confronto del brand con i rivali nelle risposte AI: chi viene scelto, chi viene escluso.

Inizia la tua prova
gratuita su SEOZoom



Sette concetti, una mappa

01



Token & Embedding

L'AI capisce il significato, non la forma esatta. Conta dove cade la frase nello spazio.

02



Reasoning

Prima di rispondere, l'AI pianifica. I contenuti che sostengono un ragionamento vengono usati più spesso.

03



Fan-out

Una domanda diventa 5–20 ricerche. Vince chi copre molte diramazioni del tema.

04



Knowledge cut-off

Il modello conosce il mondo fino a 12–18 mesi fa. Per il resto, va sul web — e legge te.

05



RAG & Chunk

L'AI sceglie blocchi auto-conclusivi, non pagine intere. Struttura il sito di conseguenza.

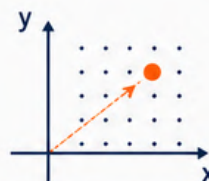
06



GEO vs AEO

Due lavori complementari: GEO sulla memoria del modello, AEO sul retrieval live.

07



Spazio vettoriale

Il tuo brand è un punto. Ottimizzare significa spostare le coordinate verso l'intento.

Hai aperto la scatola nera dell'AI
Con SEOZoom inizi a lavorarci dentro

SEO, GEO e AI per far crescere clienti, conversioni e fatturato

Inizia oggi e **guadagna visibilità**
su Google e nei Motori AI



Sempre con te: formazione dedicata, migrazione e
supporto in italiano

RISPARMIA
OGNI ANNO



Con l'annuale
risparmi fino a

440€



Essential

Tutto l'essenziale per avviare il tuo
primo progetto

€ **56** + iva / mese

€ 680 /anno **RISPARMIA € 148**

Prova Gratis / Abbonati

SEO + MOTORI AI:

- ✓ 1 sito Gestibile
- ✓ 100 Keyword monitorate
- ✓ 100 Crediti inclusi
- ✓ 6.000 Risultati per ricerca
- ✓ Google + AI visibility tracking
- ✓ Keyword research
- ✓ Assistente Editoriale AI



Evolution

Evolvi la tua strategia. Accelera la
crescita con l'AI

€ **76** + iva / mese

€ 910 /anno **RISPARMIA € 278**

Abbonati

FUNZIONALITÀ ESSENTIAL +

- ✓ 6 Siti Gestibili
- ✓ 600 Keyword monitorate
- ✓ 500 Crediti inclusi
- ✓ 15.000 Risultati per ricerca
- ✓ 6 Profili Social Monitorati
- ✓ 25 Prompt monitorati
- ✓ SEO for AI
- ✓ Audit GEO e AEO
- ✓ Dati storici
- ✓ Ads Insight
- ✓ Content GAP Competitor
- ✓ Report PRO
- ✓ Accesso SEOZoom API



Power

Controllo totale per dominare la SEO e
la GEO

€ **162** + iva / mese

€ 1.948 /anno **RISPARMIA € 440**

Abbonati

FUNZIONALITÀ EVOLUTION +

- ✓ 50 Siti Gestibili
- ✓ 5.000 Keyword monitorate
- ✓ 1.000 Crediti inclusi
- ✓ 35.000 Risultati per ricerca
- ✓ 10 Profili Social Monitorati
- ✓ 100 Prompt monitorati
- ✓ 2 Accessi simultanei
- ✓ AI Wizard
- ✓ Google Data Studio (ex Looker Studio)
- ✓ Audit PRO