

Come farsi citare dall'AI

Le 3 mosse pratiche
a partire dal caso
Moleskine e **Legami**.



Analizza
le opportunità



Ottimizza
la tua presenza



Diventa
una fonte autorevole

In collaborazione con

seo cube
AGENCY



ChatGPT

Gemini

Perplexity

Claude



Prima di tutto: cosa è successo davvero

Abbiamo utilizzato gli strumenti AI di **SEOZoom** e chiesto a un'AI quale agenda comprare.

Nella risposta **Moleskine** c'è, viene nominata, ma non per prima e con una formula che nel momento dell'acquisto pesa poco: "la scelta classica".

Legami non compare tra le agende consigliate. La citazione arriva una volta sola, come esempio di formato piccolo.

Il dato che conta davvero, però, è un altro. Quella risposta non l'hanno scritta loro.

Le fonti da cui l'AI l'ha costruita sono, nell'ordine: Wired, Amazon, Aranzulla, un paio di magazine americani, un reel di Instagram. Il sito ufficiale di Moleskine compare in undicesima posizione. Quello di Legami non compare affatto.

Al primo posto della classifica c'è **Legend Planner**, un brand che in Italia non conosce quasi nessuno. È lì perché esistono un articolo e una scheda prodotto che lo dicono.

Gli strumenti di SEOZoom usati:



SEO for AI

AI Visibility

GEO Audit

Analisi Competitor AI

AEO Audit

Mossa1

Fatti riconoscere

Il problema

Nel GEO Audit di Moleskine, l'analisi di ciò che l'AI sa già di un brand senza andarlo a cercare, due voci risultano in criticità alta: la **visione** e i **valori**.

- La vision che l'AI attribuisce al brand non gli appartiene. È una frase plausibile, ben scritta, costruita a tavolino dal modello.
- I valori che restituisce sono generici, mentre quelli dichiarati dall'azienda sono molto più specifici.

Un brand distribuito in cento paesi e l'AI non trova una fonte affidabile su chi sia.

Quando i fatti su di te non esistono in forma verificabile, il modello non lascia il campo vuoto. **Lo riempie da solo**, con quello che gli sembra più probabile. È così che nasce un'allucinazione su un brand: per assenza, non per attacco.

Cosa fare

Rendere i fatti fondamentali del brand estraibili. Devono stare in un punto preciso, scritti come affermazioni verificabili:

- Una pagina che dichiara **mission, vision** e **valori** con le parole ufficiali dell'azienda, quelle del bilancio o del codice etico.
- I dati **identitari** in forma di fatto: anno e luogo di fondazione, fondatore, leadership attuale, numero di sedi e di mercati, dimensione del catalogo, certificazioni, status societario. Un dato per riga, senza retorica intorno.
- Le stesse informazioni coerenti **ovunque**: sito, profili social, schede su directory e database di settore, Wikipedia se esiste.
- Dati strutturati (**JSON-LD**) sull'entità organizzazione. Due proprietà usate poco che valgono molto: `knowsAbout`, per dichiarare su cosa sei competente, e `memberOf`, per consorzi, associazioni ed enti certificatori.

Mossa 2

Fatti estrarre

Il problema

L'AI ti ha trovato, apre la tua pagina, e deve decidere se quello che c'è dentro è utilizzabile.

I sistemi RAG non leggono il documento intero. Lo spezzano in blocchi e ne selezionano solo quelli pertinenti alla domanda.

Se il tuo testo è quello che il libro chiama un **labirinto semantico**, con introduzione narrativa lunga, pronomi ambigui e informazioni correlate sparse in tre punti diversi della pagina, il modello preferisce una fonte più pulita.

Non c'entra la qualità del prodotto, ma la fatica che costa estrarre da te.

È esattamente il motivo per cui una scheda Amazon può battere il sito ufficiale di un brand storico. La scheda dice il fatto e il sito lo racconta.

Cosa fare

Riscrivi le **pagine prodotto**.

Ogni blocco risponde a una domanda sola, la domanda sta nel titolo, la risposta arriva nelle prime due righe. Poi, se serve, si approfondisce.

- 1 Elimina il filler.** Ogni parola che non aggiunge informazione è rumore che l'AI deve scartare, e gioca contro di te nella selezione.
- 2 Raggruppa i fatti.** Prezzo, materiali, misure, compatibilità, durata, garanzia, tutti in una tabella unica invece che distribuiti nella pagina.
- 3 Sii esplicito.** Non scrivere "questa funzione si attiva col tasto in alto", scrivi "la funzione X di [prodotto] si attiva con il tasto Y sul pannello superiore". Ogni pronome è un'ambiguità, e ogni ambiguità ti costa la citazione.

E per riscrivere tutto il catalogo? Ci pensa **SEOZoom**.

L'**AI Engine** valuta in tempo reale quanto un contenuto è pronto per essere selezionato dal RAG e ti dice cosa modificare per vincere sui competitor su quella specifica risposta. Gli strumenti di **scrittura AI**, **Crea scheda prodotto** lavorano sui dati reali di ricerca e ti permettono di riscrivere il catalogo anche partendo da un CSV, invece che una pagina alla volta.

Mossa 3

Fatti citare

Il problema

Le prime due mosse ti rendono utilizzabile, ma non ancora consigliabile.

Il verdetto, nella risposta che abbiamo analizzato, l'ha emesso **Wired**. L'AI ha riportato il suo. Nel momento esatto in cui una persona decide cosa comprare, la voce sul tuo brand appartiene a chi scrive le classifiche del tuo settore.

Questa terza mossa richiede tempo, perché è lavoro di relazione più che di ottimizzazione.

La soluzione di

seo cube
AGENCY



Cosa fare

Smetti di dare la **caccia al link** e inizia a costruire coabitazione informativa: fai in modo che il tuo nome compaia dentro i documenti che l'AI ha già eletto a risposta definitiva per il tuo settore.

- **Entra nelle fonti che l'AI cita già.** Sono identificabili, perché sono quelle che compaiono nell'elenco delle fonti delle risposte del tuo settore: guide di acquisto, testate verticali, comparatori, marketplace.
- **Cerca la citazione prima del link.** Una menzione su una testata nazionale o un dominio istituzionale vale anche senza collegamento cliccabile, perché l'AI la legge come validazione esterna.
- **Pianta picchetti coerenti.** Ogni menzione fissa il brand a un tema. Per essere riconosciuto su un cluster preciso devi comparire in testi che parlano di quel cluster, ripetutamente. Poche citazioni giuste valgono più di molte generiche.
- **Nomina gli altri senza paura.** Citare fonti autorevoli e persino competitor ti avvicina, nello spazio vettoriale, ai brand che dominano il settore.

E per farti citare? **Ci pensa SEOCube Agency**

Individuare le fonti che contano davvero nel tuo settore, costruire le relazioni, ottenere le menzioni nei contesti tematici giusti.

È il lavoro che sposta la tua entità dove si trovano le risposte che l'AI considera affidabili, ed è quello con i tempi più lunghi.

Conviene avviarlo mentre lavori sulle prime due mosse, senza aspettare di averle chiuse.

Servizio di Digital PR

Come capisci se sta funzionando

Cosa vuoi sapere	Strumento	Cosa ti dice
L'AI sa chi sono, davvero?	GEO Audit	Cosa il modello ha memorizzato del brand: identità, valori, sentiment, con chi ti accosta
Come mi rappresenta quando risponde?	AEO Audit	Riconoscimento, sentiment, posizione di mercato e share of voice su ChatGPT, Perplexity e Gemini
Chi mi ruba la risposta?	Analisi competitor AI	Chi occupa i territori semantici che vorresti tu, e con quale vantaggio
Vengo citato sulle domande che contano?	AI Visibility AI Prompt Tracker	Le risposte reali ai prompt dei tuoi utenti, e l'elenco delle fonti da cui sono costruite

In sintesi

1

Fatti riconoscere

Metti i tuoi fatti fondamentali in forma verificabile. Si fa in casa, in poche settimane, e senza questo passaggio gli altri due rendono meno.

2

Fatti estrarre

Riscrivi le pagine prodotto perché il modello possa prelevarne un blocco senza fatica. Qui lo strumento accelera molto.

3

Fatti citare con la Digital PR

Entra nei documenti che l'AI usa già come risposta. È la più lenta e la più decisiva, quindi va iniziata subito.

Vuoi vedere cosa l'AI sa di te e cambiare la narrazione?

ANALIZZA IL TUO BRAND

GEO Audit, AEO Audit, analisi competitor AI e AI Visibility.

seozoom.it

PER FARTI CITARE

Ci pensa SEOCube Agency.

seocubeagency.it

seozoom®

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