VENTURI

E-BOOK GRATUITO · TRÁFEGO ORGÂNICO

SEO, AEO E GEO

AS TRÊS SIGLAS QUE DECIDEM SE A SUA EMPRESA É ENCONTRADA, VIRA RESPOSTA E É LEMBRADA PELA IA

Em linguagem de dono de empresa, com 12 conferências para fazer na sua empresa.

ANGELO VENTURI · VENTURI SOLUTIONS

SUMÁRIO

O QUE TEM AQUI DENTRO

01	O cliente mudou de lugar	AS TRÊS SIGLAS
02	SEO: ser encontrada	GOOGLE
03	AEO: virar a resposta	TOPO DA BUSCA
04	GEO: ser lembrada pela IA	CHATGPT, GEMINI
05	Três siglas, uma base só	PONTOS DE CONFIANÇA
06	As 12 conferências	PARA HOJE
07	O próximo passo	DIAGNÓSTICO

PARA QUEM É

DONO DE EMPRESA E QUEM CUIDA DO MARKETING

Para quem ouve falar em SEO, AEO e GEO, sabe que é importante e quer entender o que fazer sem precisar virar técnico.

AO TERMINAR, VOCÊ SABE

O QUE CONFERIR E POR ONDE COMEÇAR

- O que cada sigla quer dizer.
- O que decide quem aparece no Google e na IA.
- Quais 12 coisas conferir na sua empresa hoje.

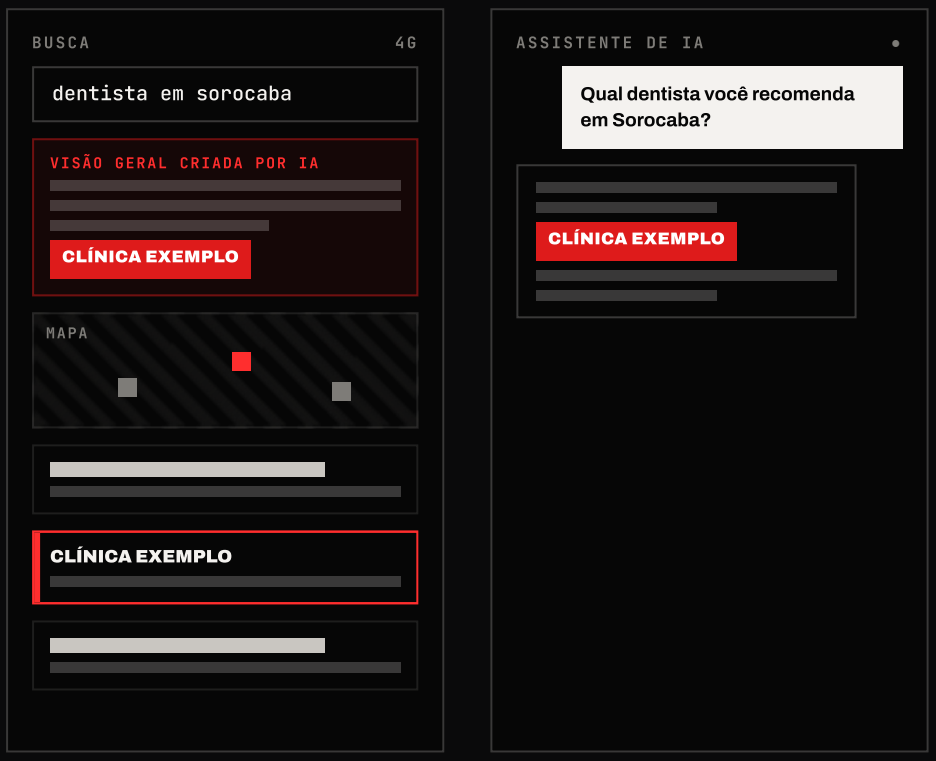
COMO LER

Cada capítulo termina com o que conferir. Se tiver só cinco minutos, vá direto para as 12 conferências e volte ao capítulo do item que ficou sem marcar.

EM 14 SEGUNDOS

UMA PERGUNTA, TRÊS LUGARES

A mesma pessoa, com a mesma necessidade, pode te achar em três pontos diferentes. Cada sigla cuida de um deles.



SEO — Aparecer na lista e no mapa
SER ENCONTRADA

AEO — Ser a resposta no topo
VIRAR A RESPOSTA

GEO — Ser citada pela IA
SER LEMBRADA

= — As três puxam da mesma base
PONTOS DE CONFIANÇA

ILUSTRAÇÃO. BUSCA E CLÍNICA FICTÍCIAS. A TELA REAL MUDA CONFORME A BUSCA, O APARELHO E A CIDADE.

POR QUE ISSO VALE DINHEIRO

As três chegam em quem **já está procurando** o que você vende. É a hora em que a pessoa tem a necessidade e ainda não escolheu com quem resolver. E nenhuma delas cobra por clique: o que você investe fica no nome da empresa, em vez de acabar quando a verba acaba.

CAPÍTULO 1

01 O CLIENTE MUDOU DE LUGAR, NÃO DE INTENÇÃO

Quem precisa de um dentista, de um contador ou de uma peça industrial quer a mesma coisa de sempre: resolver o problema com alguém de confiança. O que mudou foi o caminho até essa empresa.

ELE DIGITA NO GOOGLE

SEO

Aparece uma lista de empresas e, quando a busca é local, um mapa. Quem está ali foi **encontrado**.

ELE LÊ A RESPOSTA PRONTA

AEO

Em várias buscas, o Google já responde no topo, antes de qualquer link. A página usada nessa resposta virou **a resposta**.

ELE PERGUNTA PARA A IA

GEO

"Qual contador você me indica em Campinas?" No ChatGPT, no Gemini, no Perplexity. A IA responde com nomes. Quem é citado foi **lembrado**.

AS TRÊS NUMA TABELA

NOME, LUGAR E A PERGUNTA QUE CADA UMA RESPONDE

SIGLA	ONDE APARECE	A PERGUNTA QUE ELA RESPONDE
SEO SEARCH ENGINE OPTIMIZATION · OTIMIZAÇÃO PARA BUSCADORES	Lista de resultados e mapa do Google	**A minha empresa aparece quando procuram o que eu vendo?**
AEO ANSWER ENGINE OPTIMIZATION · OTIMIZAÇÃO PARA RESPOSTAS	Visão geral criada por IA, trecho em destaque, "as pessoas também perguntam"	**A minha página é a resposta que o Google mostra?**
GEO GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION · OTIMIZAÇÃO PARA IA GENERATIVA	ChatGPT, Gemini, Perplexity e o Modo IA do Google	**Quando perguntam para a IA quem contratar, ela cita a minha empresa?**

02

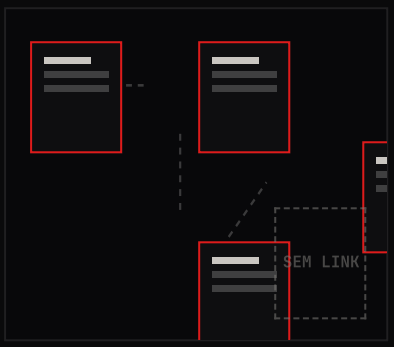
CAPÍTULO 2 · SEO

SEO: SER ENCONTRADA

SEO é o trabalho de fazer o Google entender o seu site e confiar nele o bastante para mostrá-lo quando alguém procura o que você vende.

COMO O GOOGLE CHEGA ATÉ VOCÊ

TRÊS ETAPAS, DESCRITAS PELO PRÓPRIO GOOGLE



01 · RASTREAR

O ROBÔ SEGUE OS LINKS

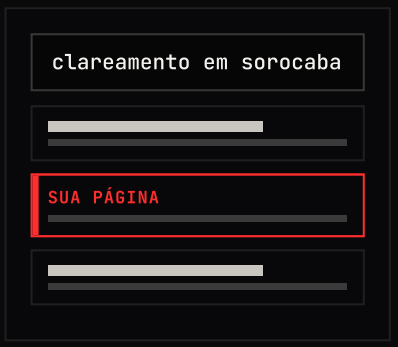
Ele anda de página em página pelos links. A página que nenhuma outra aponta fica de fora.



02 · INDEXAR

O GOOGLE GUARDA O ASSUNTO

Ele lê a página e arquiva pelo que ela trata: o serviço, a cidade, a dúvida que responde.

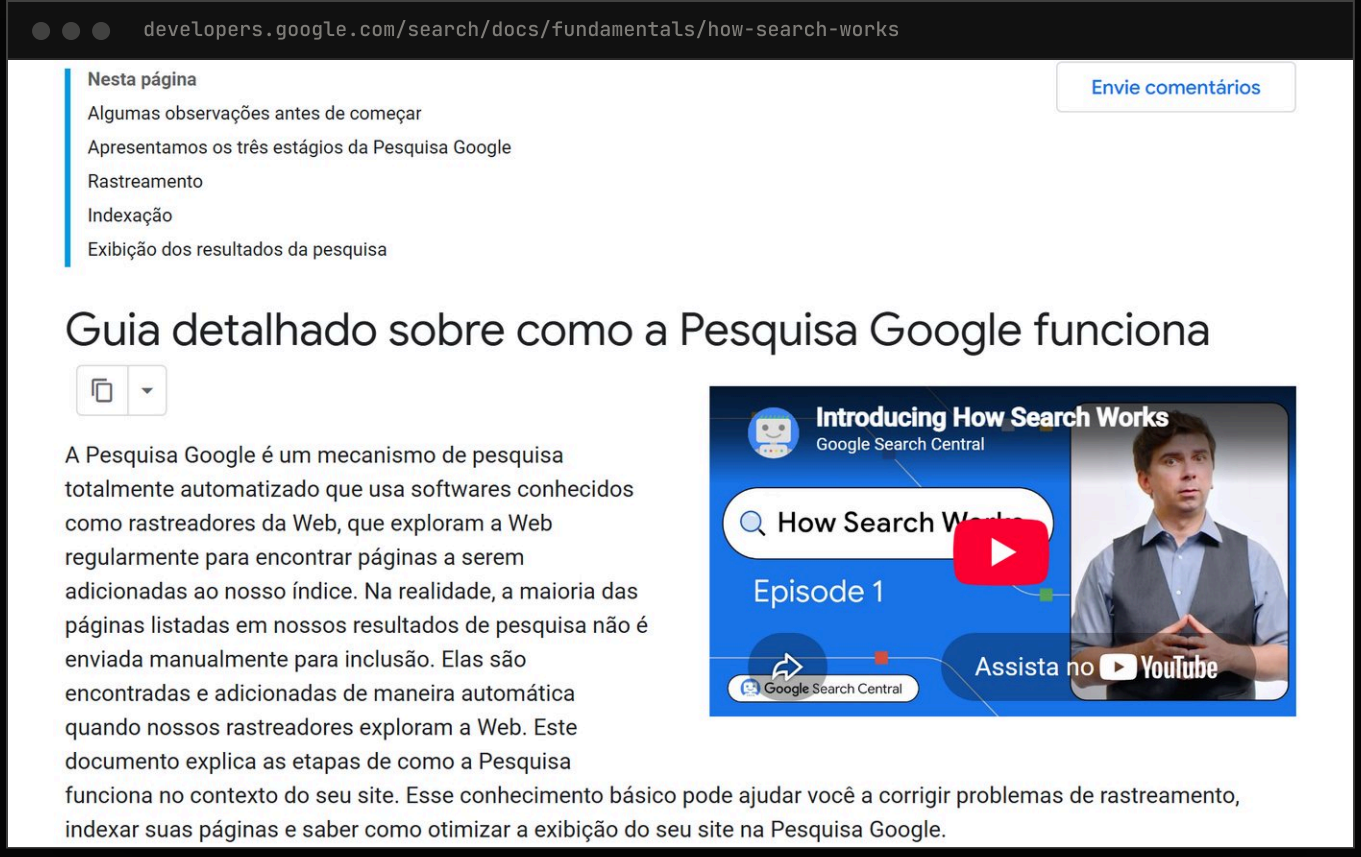


03 · MOSTRAR

ENTRA NA DISPUTA

Na hora da busca, ele escolhe entre as páginas guardadas as que melhor respondem. A posição muda conforme a concorrência.

ILUSTRAÇÃO DAS TRÊS ETAPAS DESCRITAS PELO GOOGLE NA CENTRAL DA PESQUISA. BUSCA E PÁGINA FICTÍCIAS.



PRINT REAL Central da Pesquisa Google, página "Como a Pesquisa Google funciona" (developers.google.com/search), capturada em 14/10/2026. As três etapas acima são as que o Google lista ali: rastreamento, indexação e exibição dos resultados.

O QUE DECIDE QUEM APARECE

CINCO COISAS QUE VOCÊ CONSEGUE CONFERIR SEM SER TÉCNICO

01 UMA PÁGINA PARA CADA SERVIÇO

Se você vende cinco serviços e o site tem uma página só, o Google tem uma página para disputar cinco buscas diferentes. Cada serviço importante merece a sua página, com o nome que o cliente usa para procurar.

02 O TÍTULO DIZ O QUE VOCÊ FAZ E ONDE

O título da página é o texto azul que aparece no resultado. É a primeira coisa que o Google e o cliente leem.

ASSIM, NÃO	ASSIM, SIM
~~Clínica Exemplo | Excelência em saúde~~	Clareamento dental em Sorocaba | Clínica Exemplo

EXEMPLO FICTÍCIO

03 O SITE ABRE RÁPIDO NO CELULAR

A maior parte das buscas acontece no celular. Página que demora perde a pessoa antes de carregar. Você mede de graça no PageSpeed Insights, do próprio Google: **pagespeed.web.dev**.

04

OUTROS SITES FALAM DE VOCÊ

Link vindo do site de uma associação, de um fornecedor, da imprensa ou de um parceiro é sinal de que a sua empresa existe e é séria. Quantidade comprada não conta. Menção de verdade conta.

05

PERFIL DA EMPRESA NO GOOGLE, PARA QUEM ATENDE NA REGIÃO

É a ficha que aparece no mapa. Verificada, com a categoria certa, horário, fotos reais e avaliações respondidas. Para negócio local, ela costuma ser a primeira coisa que o cliente vê.

CORE WEB VITALS

OS TRÊS NÚMEROS QUE O GOOGLE MEDE NO SEU SITE

São medidas da experiência de quem abre a página no navegador Chrome. O Google publica o limite de cada uma e mostra a sua no PageSpeed Insights e no Search Console.



3,1 s

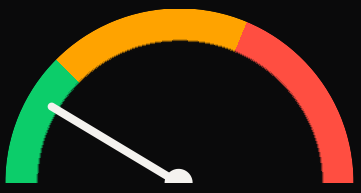
PRECISA MELHORAR

CARREGAMENTO

LCP · LARGEST CONTENTFUL PAINT

Quanto tempo a parte principal da página leva para aparecer.

Bom até 2,5 s · ruim acima de 4 s



140 ms

BOM

RESPOSTA

INP · INTERACTION TO NEXT PAINT

Quanto a página demora para reagir quando a pessoa toca num botão.

Bom até 200 ms · ruim acima de 500 ms



0,18

PRECISA MELHORAR

ESTABILIDADE

CLS · CUMULATIVE LAYOUT SHIFT

O quanto a tela pula enquanto carrega. É o botão que foge do dedo.

Bom até 0,1 · ruim acima de 0,25

AVALIAÇÃO: REPROVADA

Para passar, as três precisam estar no verde. Basta uma fora para a avaliação reprovar, mesmo com as outras boas.

VALORES DE EXEMPLO, FICTÍCIOS. LIMITES PUBLICADOS PELO GOOGLE EM WEB.DEV, MEDIDOS EM 75% DAS VISITAS.

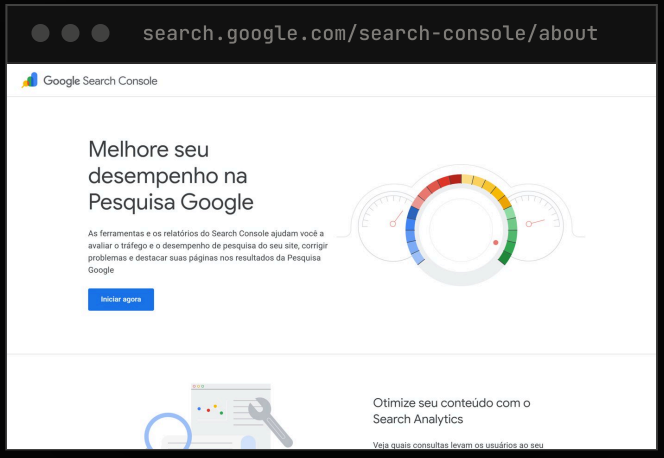
TESTE DE 1 MINUTO

O QUE O GOOGLE GUARDOU DO SEU SITE

Digite no Google `site:seudominio.com.br`, trocando pelo endereço do seu site. A lista que aparece é o que o Google tem guardado. Se a página do seu principal serviço não está ali, ela não tem como aparecer para o cliente.

ONDE ACOMPANHAR

Google Search Console. Ferramenta gratuita do Google. Mostra por quais buscas o seu site apareceu, quantas vezes e quantos cliques recebeu. Sem ela, você decide no escuro.



PRINT REAL Página do Google Search Console, capturada em 14/10/2026. A ferramenta é gratuita.

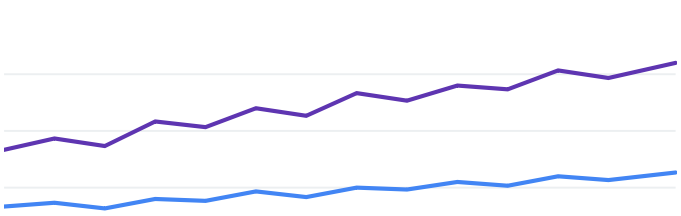
SEARCH CONSOLE

COMO LER O RELATÓRIO DE DESEMPENHO

É a primeira tela que importa na ferramenta. Ela mostra o que as pessoas buscaram até ver o seu site, e aponta a pauta de conteúdo que você ainda não escreveu.

Desempenho · Resultados da pesquisa

Total de cliques	Total de impressões	CTR média	Posição média
412	18,6 mil	2,2%	14,3



CONSULTAS PÁGINAS PAÍSES DISPOSITIVOS

Consulta mais frequente	Cliques	Impressões
clareamento dental sorocaba	96	2.104
dentista campolim	71	1.380
clínica exemplo	64	212
quanto custa clareamento	9	1.948

01 Cliques e impressões

Impressão é cada vez que o site apareceu numa busca. Clique é quando a pessoa entrou.

02 O gráfico do período

Mostra se a presença está subindo ou caindo. Compare meses, não dias.

03 A aba Consultas

As palavras que as pessoas digitaram. É a linguagem do seu cliente.

04 Muita impressão, pouco clique

O Google já te mostra, mas a página não responde bem. Essa linha é a sua próxima pauta.

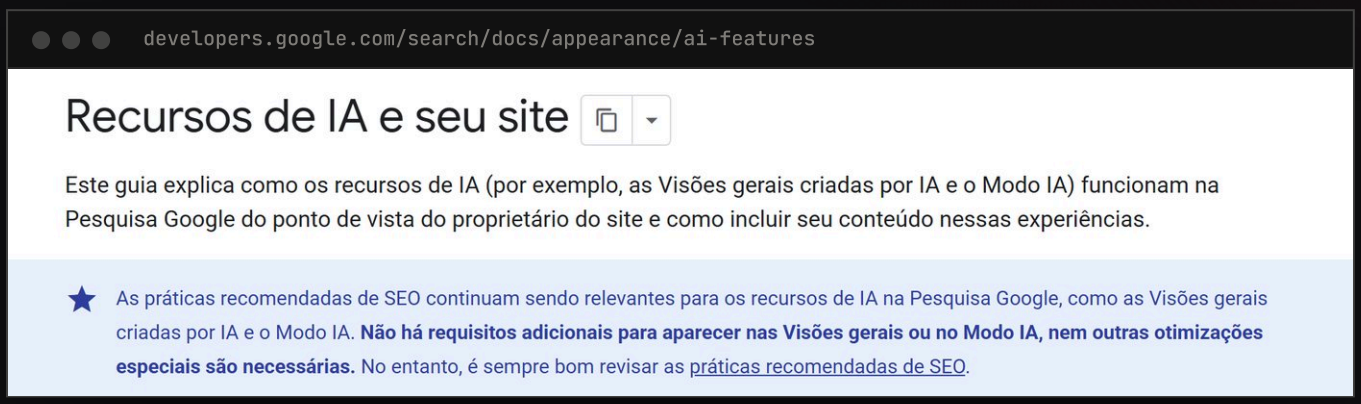
ILUSTRAÇÃO COM NÚMEROS FICTÍCIOS. OS NOMES E A ORDEM SEGUEM A TELA REAL DO RELATÓRIO DE DESEMPENHO DO SEARCH CONSOLE.

03

CAPÍTULO 3 · AEO

AEO: VIRAR A RESPOSTA

Em várias buscas, o Google responde antes de mostrar a lista. AEO é preparar as suas páginas para serem essa resposta: o resumo no topo, o trecho em destaque, o item que abre em "as pessoas também perguntam".



PRINT REAL Central da Pesquisa Google, página "Recursos de IA e seu site", capturada em 14/10/2026. O Google diz que as práticas de SEO continuam valendo para os recursos de IA e que não há requisito extra para aparecer neles.

O QUE ISSO QUER DIZER NA PRÁTICA

Não existe truque escondido para entrar na resposta da IA do Google. Existe página bem feita, que responde direito. Quem te vende atalho está vendendo o que o próprio Google diz que não existe.

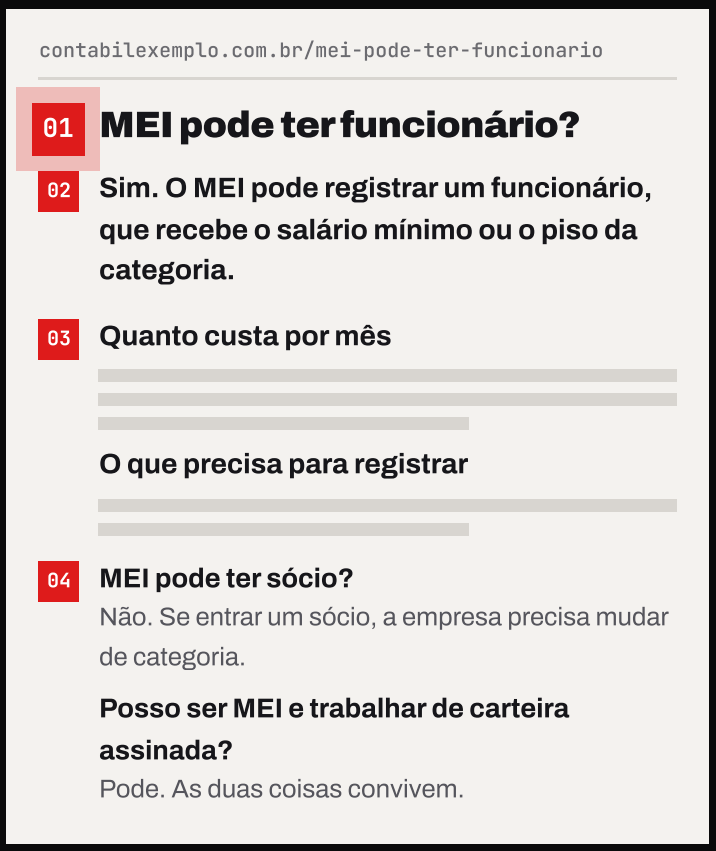
A PÁGINA QUE RESPONDE

QUATRO PARTES, NESTA ORDEM

01	02	03	04
Título é a pergunta	**Primeira frase é a resposta**	**Depois, o detalhe**	**No fim, as outras perguntas**
Com as palavras que o cliente usa, do jeito que ele digita ou fala.	Sem introdução, sem "neste artigo vamos falar". Quem chegou com pressa já foi atendido.	O que muda de caso para caso, quanto custa, quanto tempo leva, o que pode dar errado.	Cada uma com a sua resposta curta. São as perguntas que chegam no seu WhatsApp toda semana.

NA PRÁTICA

COMO FICA UMA PÁGINA QUE RESPONDE



01 **Título é a pergunta**
Escrito como o cliente pergunta no WhatsApp.

02 **Primeira frase é a resposta**
Quem leu só ela já saiu atendido. É o trecho que o Google e a IA conseguem usar.

03 **Depois, o detalhe**
Custo, prazo, documentos. Um subtítulo por assunto.

04 **As outras perguntas**
As que vêm logo em seguida, cada uma com a resposta curta.

ILUSTRAÇÃO. ESCRITÓRIO E PÁGINA FICTÍCIOS.

COMEÇO QUE NÃO RESPONDE	COMEÇO QUE RESPONDE
~~Olá! Hoje vamos falar sobre um tema muito importante para quem é empreendedor: a contratação de funcionários pelo MEI.~~	Sim, o MEI pode registrar um funcionário. Ele recebe o salário mínimo ou o piso da categoria.

EXEMPLO DE TEXTO DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE FICTÍCIO

DE ONDE TIRAR AS PERGUNTAS

DO SEU PRÓPRIO COMERCIAL

- O que o cliente pergunta no WhatsApp antes de comprar.
- O que o vendedor explica toda semana.
- A caixa "as pessoas também perguntam" na busca do seu serviço.

PARA O DESENVOLVEDOR DO SITE

DADOS ESTRUTURADOS

É um código que não aparece na tela e diz ao Google o que é cada coisa na página: endereço, horário, serviço, avaliação. O nome técnico é **schema**. Quem cuida do seu site sabe instalar.

04

CAPÍTULO 4 · GEO

GEO: SER LEMBRADA PELA IA

Quando alguém pergunta para o ChatGPT, o Gemini ou o Perplexity "qual empresa você recomenda para...", a IA monta a resposta com o que encontra e com o que aprendeu sobre o assunto. GEO é trabalhar para o nome da sua empresa estar nesse material, descrito do jeito certo.

O QUE PESA NA HORA DE CITAR

QUATRO SINAIS QUE A IA CONSEGUE LER

01 O SEU SITE DIZ, COM TODAS AS LETRAS, QUEM VOCÊ É

O que você faz, para quem e onde. Em frase clara, que a IA consegue repetir sem adivinhar. Slogan bonito não ajuda: "soluções inteligentes para o seu negócio" não diz nada que dê para citar.

02 OUTROS CONTAM A MESMA HISTÓRIA

Avaliações, matérias, associações, diretórios do setor, sites de parceiros. Quando várias fontes descrevem a sua empresa do mesmo jeito, fica mais fácil para a IA confiar nessa descrição.

03 O NOME É IGUAL EM TODO LUGAR

Mesmo nome, mesmo endereço e mesmo telefone no site, no Google, nas redes e nos diretórios. Nome diferente em cada canal parece empresa diferente.

BAGUNÇADO	COERENTE
~~"Clínica Exemplo" no site, "Exemplo Odonto" no Google e o telefone antigo no Facebook~~	Um nome, um endereço e um telefone, iguais em todos os canais

EXEMPLO FICTÍCIO

04 CONTEÚDO QUE RESPONDE

As mesmas páginas do capítulo 3. A página que responde bem a uma pergunta é o material que a IA tem para citar quando alguém faz essa pergunta.

EXERCÍCIO · 15 MINUTOS

O TESTE DA RECOMENDAÇÃO

01

Escreva a pergunta do seu cliente

Do jeito que ele faria. Exemplo: "Qual escritório de contabilidade você recomenda em Campinas para empresa de serviço?"

02

Pergunte em três IAs

ChatGPT, Gemini e Perplexity, cada uma numa conversa nova. Anote na tabela abaixo.

03

Repita em outro dia

A resposta da IA muda de uma vez para outra. O que vale é o padrão, não uma resposta isolada.

IA	MINHA EMPRESA APARECE?	QUEM APARECE NO LUGAR	FONTES QUE A IA CITOU
ChatGPT			
Gemini			
Perplexity			

Olhe com atenção a última coluna. As fontes que a IA cita para os concorrentes mostram onde a sua empresa ainda não está.

MAPA DE PRESENÇA

ONDE A SUA EMPRESA JÁ APARECE?

Marque onde a sua empresa está com o mesmo nome, endereço e telefone. Cada lugar é mais uma fonte contando a mesma história.

☐ **Site próprio, com página que diz quem você é**	☐ **Perfil da Empresa no Google**
☐ **Avaliações no Google**	☐ **Site de avaliação do seu setor**
☐ **Associação ou entidade do setor**	☐ **Imprensa local ou do setor**
☐ **LinkedIn da empresa**	☐ **Site de parceiro ou fornecedor**

SEM PROMESSA

Ninguém controla o que a IA responde. Quem promete "colocar a sua empresa no ChatGPT" está prometendo o que não tem como entregar. O que dá para fazer é aumentar as chances: dar à IA material claro e confiável sobre você, em vários lugares, por bastante tempo.

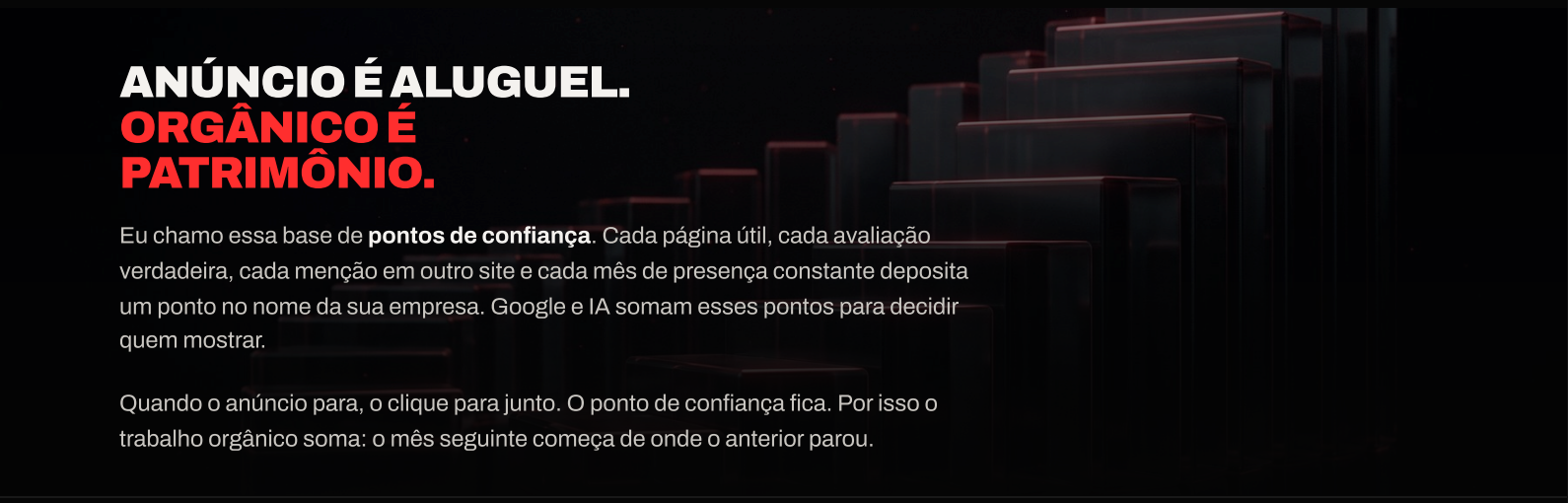
05

CAPÍTULO 5

TRÊS SIGLAS, UMA BASE SÓ

SEO, AEO e GEO parecem três projetos. Na prática, puxam do mesmo lugar. O que faz o Google te encontrar é o que transforma a sua página em resposta e é o que a IA lê para te citar.

SEO **ENCONTRADA**	AEO **RESPOSTA**	GEO **LEMBRADA**
Uma página para cada serviço	Páginas que respondem às perguntas reais	Perfil da Empresa no Google completo
Nome, endereço e telefone iguais em todo lugar	Avaliações verdadeiras e respondidas	Menções em sites que não são seus
Constância: um pouco todo mês		
PONTOS DE CONFIANÇA	A BASE QUE SUSTENTA AS TRÊS	



ANÚNCIO É ALUGUEL. ORGÂNICO É PATRIMÔNIO.

Eu chamo essa base de **pontos de confiança**. Cada página útil, cada avaliação verdadeira, cada menção em outro site e cada mês de presença constante deposita um ponto no nome da sua empresa. Google e IA somam esses pontos para decidir quem mostrar.

Quando o anúncio para, o clique para junto. O ponto de confiança fica. Por isso o trabalho orgânico soma: o mês seguinte começa de onde o anterior parou.

O QUE NÃO FAZER

ATALHOS QUE CUSTAM A BASE INTEIRA

NÃO

TEXTO EM MASSA SEM REVISÃO

O Google trata conteúdo produzido em escala para manipular a busca como spam, seja ele escrito por gente ou por IA. Melhor dez páginas que respondem do que cem que repetem.

NÃO

COMPRAR AVALIAÇÃO OU LINK

As regras do Google proíbem as duas coisas. Quando a conta chega, ela chega no nome da empresa.

NÃO

ACREDITAR EM PRAZO GARANTIDO

"Primeiro lugar em 30 dias" é promessa sobre um sistema que ninguém controla. O que dá para garantir é o trabalho feito e a medição honesta.

CAPÍTULO 6 · PARA HOJE

AS 12 CONFERÊNCIAS

Marque o que a sua empresa já tem hoje. Vale o que está no ar, não o que está planejado. O que ficar sem marcar vira a sua lista de ajustes.

ENCONTRADA · SEO — CAPÍTULO 2

- [ ] Busquei `site:` com o meu domínio e as páginas dos meus serviços aparecem.
- [ ] Cada serviço importante tem uma página própria no site.
- [ ] O título de cada página diz o que eu faço e, se atendo na região, a cidade.
- [ ] O Perfil da Empresa no Google está verificado, com categoria, horário e fotos reais.

RESPOSTA · AEO — CAPÍTULO 3

- [ ] Tenho anotadas as perguntas que os clientes mais fazem antes de comprar.
- [ ] Cada uma dessas perguntas tem uma página no site, com a resposta na primeira frase.
- [ ] O site abre rápido no celular (conferido no PageSpeed Insights).
- [ ] O Google Search Console está instalado e eu sei por quais buscas apareço.

LEMBRADA · GEO — CAPÍTULO 4

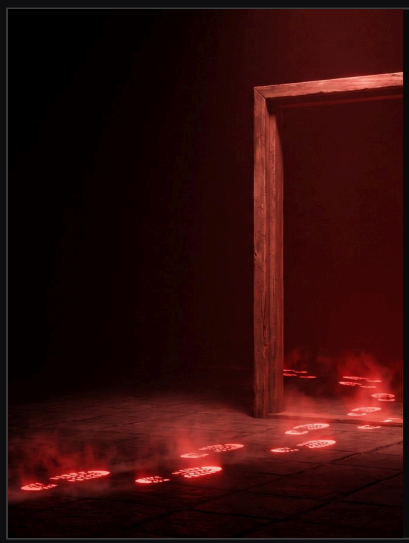
- [ ] Fiz o teste da recomendação em pelo menos duas IAs.
- [ ] Nome, endereço e telefone são iguais no site, no Google e nas redes.
- [ ] A minha empresa é citada em pelo menos um site que não é meu.
- [ ] Respondo as avaliações, inclusive as ruins.

0 A 4 MARCADOS	5 A 8 MARCADOS	9 A 12 MARCADOS
COMECE PELA BASE	**A BASE EXISTE**	**BASE MONTADA**
Páginas dos serviços e Perfil da Empresa no Google vêm antes de qualquer outra coisa. Sem eles, as outras siglas não têm de onde puxar.	O próximo passo é virar resposta: páginas para as perguntas reais e o teste da recomendação.	Agora é constância e medição: quais buscas viram contato e quais contatos viram venda.

DICIONÁRIO RÁPIDO

AS PALAVRAS QUE APARECEM POR AÍ

BUSCA ORGÂNICA Os resultados do Google que não são anúncio.	**INDEXAR** O Google guardar a página no índice dele. Fora do índice, a página não aparece.
VISÃO GERAL CRIADA POR IA O resumo que o Google escreve no topo de algumas buscas, com links para as fontes.	**MODO IA** Um jeito de buscar no Google em formato de conversa, com respostas escritas por IA.
SEARCH CONSOLE Ferramenta gratuita do Google que mostra como o seu site aparece na busca.	**PERFIL DA EMPRESA NO GOOGLE** A ficha da empresa que aparece no mapa e na busca. Antigo Google Meu Negócio.
DADOS ESTRUTURADOS Código invisível na página que descreve para o Google o que é cada informação. Também chamado de schema.	**PONTOS DE CONFIANÇA** O nome que eu dou para tudo que faz o Google e a IA confiarem na sua empresa.



QUEM ESCREVEU

ANGELO VENTURI

Fundador da Venturi Solutions, consultoria de crescimento por tráfego orgânico: SEO, AEO e GEO. Opera esse trabalho em empresas reais pela Impero Solutions, agência do mesmo grupo.

No Instagram, **@geeventuri**, eu mostro um pedaço disso toda semana.

CAPÍTULO 7 · PRÓXIMO PASSO · GRATUITO

O E-BOOK EXPLICA AS SIGLAS. O DIAGNÓSTICO MOSTRA ONDE A SUA EMPRESA ESTÁ.

As 12 conferências são um começo. O diagnóstico da Venturi olha a sua empresa de verdade: se ela é encontrada, lembrada e escolhida.

01 **SCORE ORGÂNICO**
15 perguntas de marcar, uns 3 minutos. Você vê uma nota de 0 a 100 e os três pontos por onde começar. Não pede e-mail nem telefone para mostrar o resultado.

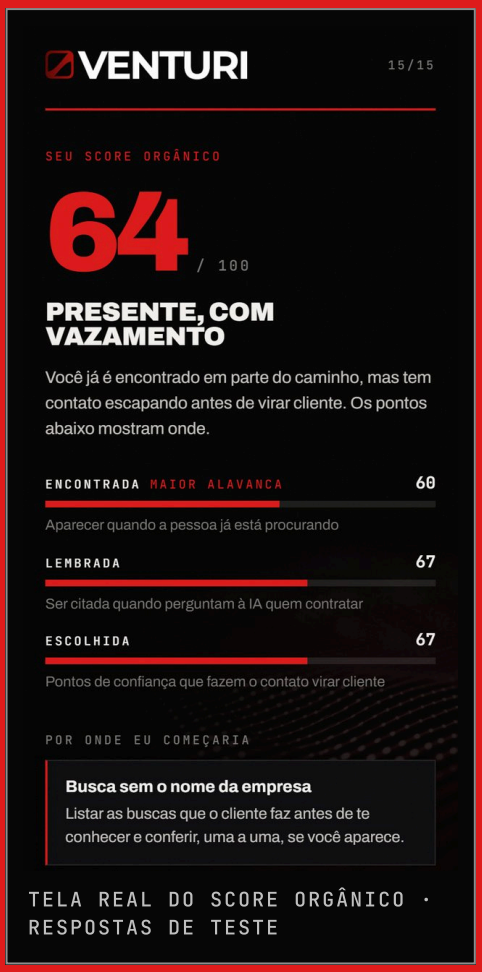
02 **CINCO PERGUNTAS**
Depois do resultado, quem quiser segue: cinco perguntas rápidas e a escolha do horário.

03 **DIAGNÓSTICO APROFUNDADO**
Uma conversa de 45 minutos comigo. Eu abro os dados da sua empresa na tela e mostro o que o Score não alcança.

COMEÇAR O DIAGNÓSTICO GRATUITO

O Score é uma noção a partir das suas respostas, não uma auditoria. Nenhum número dele é promessa.

venturisolutions.com.br/diagnostico



TELA REAL DO SCORE ORGÂNICO · RESPOSTAS DE TESTE