

PUBLICITATE.PRO / GHID EXECUTIV

SEO, AEO, GEO și PPC fără jargon

Ce înseamnă fiecare, când ajută și cum evităm promisiunile fără bază.
Un ghid pentru antreprenori, nu pentru colecționari de acronime.



Patru acronime, o singură întrebare: cum ajunge clientul potrivit la tine?

Nu există un buton GEO și nici o garanție de citare. Există însă o disciplină comună: conținut util, accesibil tehnic, bine structurat, clar atribuit și susținut de dovezi.

SEO	AEO	GEO
Te ajută să fii găsit în motoarele de căutare.	Formatează răspunsuri clare pentru întrebări și interfețe conversaționale.	Face informația ușor de înțeles, verificat și citat de sisteme generative.
PPC	LLM discovery	E-E-A-T
Cumpără distribuție controlată prin buget și obiective.	Crește șansa ca entitatea și resursele publice să fie descoperite de sisteme AI.	Arată experiența, competența, autoritatea și încrederea prin probe reale.

Important: Google declară că bunele practici SEO rămân valabile pentru funcțiile sale AI și că nu există cerințe tehnice suplimentare speciale. Eligibilitatea începe cu indexarea și posibilitatea de a afișa un fragment.

Cum arată o pagină ușor de găsit și de citat

Optimizarea utilă nu începe cu repetarea cuvintelor cheie. Începe cu o întrebare reală și un răspuns care poate fi evaluat.

1 Întrebarea

Titlu și introducere care definesc exact problema și publicul.

2 Răspunsul scurt

O concluzie directă înaintea explicațiilor ample.

3 Dovada

Autor, dată, metodologie, surse și limite.

4 Structura

Subtitluri descriptive, liste utile, tabele și imagini cu context.

5 Entitățile

Companie, servicii, persoane reale, zone și relații coerente.

6 Acțiunea

Un pas următor relevant, măsurabil și fără presiune artificială.

Ce canal aleg pentru problema mea?

Matricea este orientativă. Un canal poate avea roluri diferite în funcție de piață, marjă, maturitatea brandului și ciclul de cumpărare.

Ce canal răspunde cel mai bine fiecărei sarcini comerciale

Cadru orientativ de decizie. Potrivirea reală depinde de cerere, categorie, marjă, ciclul de vânzare și dovezi.

	Cerere existentă	Răspunsuri și comparații	Lansare rapidă	Încredere	Retenție
SEO	rol principal	rol important	rol de sprijin	rol important	rol de sprijin
AEO / GEO	rol important	rol principal	rol de sprijin	rol important	rol de sprijin
PPC	rol principal	rol de sprijin	rol principal	rol de sprijin	rol de sprijin
Brand & PR	rol de sprijin	rol important	rol important	rol principal	rol important
Email / CRM	rol de sprijin	rol de sprijin	rol de sprijin	rol important	rol principal

Un canal nu este «bun» în general. Este potrivit sau nepotrivit pentru o problemă, o etapă și un mecanism de măsurare.

Întrebarea corectă nu este «SEO sau PPC?». Întrebarea corectă este ce tip de cerere vrem să captăm sau să construim, în ce orizont de timp și cu ce capacitate operațională.

Ce pot controla în Google și ChatGPT

Vizibilitatea nu poate fi promisă, dar eligibilitatea, claritatea și măsurarea pot fi proiectate.

Poți controla	Nu poți garanta
Crawl și indexare; structură HTML; canonical și hreflang; alt și captions; schema validă; autori și dovezi; sitemap; viteza și accesibilitatea; accesul OAI-SearchBot; tracking referral.	Poziția exactă; includerea într-un răspuns AI; formularea citării; volumul de trafic; costul final al achiziției; momentul recrawl-ului; reacția concurenței.

OpenAI recomandă să nu fie blocat OAI-SearchBot pentru includerea în rezumate și fragmente din ChatGPT Search. GPTBot este un control separat pentru potențiala utilizare la antrenare.

Imaginile pot câștiga trafic dacă susțin informația

Google recomandă imagini în elemente HTML `<img>`, pagini relevante, fișiere descriptive, alt util, captions, dimensiuni potrivite și performanță bună.



Exemplu editorial: imaginea explică etapa de planificare a fluxurilor pentru magazin și marketplace; textul din jur oferă contextul semantic.

- Folosește aceeași adresă stabilă pentru aceeași imagine și oferă fallback în atributul `src`.
- Leagă imaginea de subiect prin textul apropiat, titlu, caption și nume de fișier descriptiv.
- Indică imaginea reprezentativă prin `primaryImageOfPage` și, unde este util, `ImageObject`.
- Nu umple atributul `alt` cu cuvinte cheie; descrie informația vizuală relevantă pentru pagină.
- Publică versiuni responsive și păstrează rezoluția suficientă pentru preview-uri clare.

Schema care ajută fără să inventeze realitatea

Datele structurate descriu ceea ce există vizibil și verificabil în pagină. Nu înlocuiesc conținutul și nu transformă o afirmație în dovadă.

Tip	Unde	De ce
Organization	Global	Leagă numele, identitatea juridică, logo-ul, contactul și profilurile oficiale.
Service + OfferCatalog	Servicii / pachete	Describe oferta, furnizorul și relația dintre serviciile reale.
Person	Autori / echipă	Doar pentru persoane reale, cu rol și profil verificabil.
Article	Ghiduri / analize	Atribuire autorul, data, actualizările, imaginile și subiectele.
DigitalDocument	PDF / PPTX	Describe limba, formatul, autorul, publicul și fișierul descărcabil.
ImageObject	Imagini editoriale	Describe imaginea, creditul, creatorul, dimensiunile și relația cu pagina.
FAQPage	FAQ vizibil	Numai când întrebările și răspunsurile sunt efectiv afișate utilizatorului.

Checklist înainte de publicare

Un test simplu: dacă un antreprenor, un crawler și un auditor juridic citesc pagina separat, trebuie să ajungă la aceeași înțelegere.

- 01 Un singur H1, titlu și descriere coerente cu intenția paginii.
- 02 Răspuns principal vizibil fără interacțiuni obligatorii sau conținut ascuns inutil.
- 03 Autor, companie, dată și responsabilitate editorială clară.
- 04 Canonical, hreflang și limbă declarate corect pentru fiecare versiune.
- 05 Imagini optimizate, descriptive, cu dimensiuni, alt și captions relevante.
- 06 Schema reflectă exact conținutul vizibil și trece validarea sintactică.
- 07 Robots, sitemap și crawl pentru Googlebot și OAI-SearchBot verificate.
- 08 Formularul, pagina de mulțumire și evenimentele de conversie testate.
- 09 Fără rezultate, acreditări, recenzii sau membri de echipă demonstrativi.
- 10 Performanță, accesibilitate, mobile și linkuri interne verificate înainte de lansare.

Surse principale consultate: Google Search Central — AI features, Image SEO și ghidul pentru dezvoltatori; OpenAI Help Center — Publishers and Developers FAQ; Schema.org — tipurile și proprietățile descrise; IndexNow — documentația protocolului.

Concluzie: optimizează pentru înțelegere, nu pentru acronime

O pagină bună pentru oameni este mai ușor de procesat și de sistemele de căutare. Avantajul durabil vine din expertiză demonstrată, informație originală, structură clară, reputație și distribuție — nu dintr-un «truc GEO».



Claritatea comercială, expertiza și procesele verificabile sunt fundația pentru conținut util în orice interfață de căutare.

Discuție inițială de 30 de minute. Fără obligații și fără prezentări pline de jargon.

publicitate.pro/contact/ · +40 760 499 182

Publicitate.Pro este operat de WERYON ONLINE PERFORMANCE SRL · CUI 51524395 · J2025021899002 · Ploiești, Prahova.