

MATERIAL PRÁTICO · GEO

# Checklist de GEO para a sua marca

Um guia prático para preparar a sua marca a ser encontrada na busca e recomendada pelas inteligências artificiais. Organizado pelos quatro pilares do método CORE.

Por **Lorenzo Bisonti** · Especialista em SEO e GEO  
[lorenzobisonti.com](https://lorenzobisonti.com)

## Como usar este checklist

Cada item abaixo é um ponto de verificação para fortalecer a presença da sua marca nas IAs. Eles estão agrupados pelos quatro pilares do método CORE, a forma como organizo o trabalho de SEO e GEO de maneira integrada. As etiquetas indicam a prioridade sugerida: **Base** (fundamental, comece por aqui), **Reforço** (importante na sequência) e **Refino** (ganho adicional). Adapte à realidade do seu negócio.

### C Contexto

Entender como o seu cliente pesquisa e como a sua marca aparece hoje, antes de otimizar qualquer coisa.

#### Descubra como as IAs descrevem a sua marca

BASE

Pergunte diretamente a ChatGPT, Gemini e Claude o que é a sua empresa. Compare as respostas, veja se estão corretas e anote como cada modelo apresenta o seu negócio.

#### Verifique sua presença em perguntas de categoria

BASE

Faça perguntas do tipo "quais as melhores empresas de [seu setor]" e observe se a sua marca aparece, em que posição e ao lado de quais concorrentes.

#### Teste perguntas pela dor do cliente, não pela categoria

BASE

Simule como o cliente realmente pergunta, partindo do problema dele ("qual empresa resolve X"). É aí que se revela se a IA associa a sua marca à solução.

#### Mapeie as intenções de busca do seu segmento

REFORÇO

Separe as perguntas em institucionais, comparativas e transacionais. Cada tipo se comporta de forma diferente e exige um preparo de conteúdo distinto.

#### Confira o tom e a precisão das informações

REFORÇO

Veja se a sua marca é descrita de forma positiva e se dados como fundação, produtos e time estão corretos. Informação errada nas IAs precisa de correção ativa.

### O Organização

Como o seu conteúdo se estrutura e se distribui, no site e nas fontes que carregam autoridade.

#### Marque presença na Wikipedia e no Wikidata

BASE

Estão entre as fontes de maior confiança nos dados que treinam os modelos. Verifique se a sua marca tem entrada, se os dados estão certos e completos.

#### Construa presença em portais de autoridade

BASE

Menções em veículos relevantes do seu setor pesam muito. Trabalhe assessoria e conteúdo para aparecer nesses portais com contexto claro sobre o que a marca faz.

#### Cubra os temas do seu setor com profundidade

BASE

Construa autoridade de tópico com conteúdo amplo e aprofundado, em páginas pilar e conteúdos de apoio conectados entre si. As IAs reconhecem quem domina um tema.

#### Reforce os sinais de E-E-A-T no conteúdo

BASE

Autores identificados com biografia, fontes citadas, datas visíveis, dados verificáveis e tom especializado. É o que sinaliza que o conteúdo é confiável.

### Escreva no formato pergunta e resposta

REFORÇO

Estruturas do tipo "o que é", "como fazer" e blocos de perguntas frequentes aumentam a chance de o seu conteúdo ser extraído e usado nas respostas geradas.

### Apareça em listas, rankings e comparativos

REFORÇO

Conteúdos do tipo "melhores empresas de X" alimentam diretamente as respostas comparativas das IAs. Trabalhe para estar presente neles.

### Publique dados e pesquisas próprias

REFORÇO

Conteúdo com números originais é altamente citável. As IAs tendem a reproduzir fontes primárias de dados nas respostas que geram.

### Fortaleça a presença dos líderes da marca

REFORÇO

Artigos assinados, entrevistas e menções dos fundadores e executivos. As IAs associam credibilidade às pessoas por trás da empresa.

### Mantenha o conteúdo atualizado

REFINO

Modelos com busca em tempo real privilegiam o que é recente. Garanta que datas de publicação e atualização estejam visíveis no conteúdo.

### Crie um glossário dos termos do seu setor

REFINO

Conteúdo que define conceitos é fácil de implementar e muito citável quando a IA precisa explicar um termo da sua área.

### Cuide das menções em fóruns e comunidades

REFINO

Espaços como Reddit e Quora compõem parte relevante dos dados de treino. Vale acompanhar como a sua marca é mencionada nesses ambientes.

### Cite e conecte fontes externas confiáveis

REFINO

Páginas que referenciam pesquisas e dados de terceiros são percebidas como mais confiáveis pelos modelos treinados com conteúdo editorial.

### Evite conteúdo duplicado e canibalização

REFINO

Várias páginas fracas sobre o mesmo tema diluem o sinal de autoridade. Consolide ou diferencie o que estiver competindo entre si.

## R Rastreabilidade

A base técnica que permite ao seu site ser lido e à sua marca ser reconhecida como entidade.

### Implemente o Schema de Organização

BASE

Nome, URL, logo, redes sociais, Wikidata e descrição bem marcados. É a base para o reconhecimento da sua marca como entidade pelas máquinas.

### Garanta consistência de nome e dados de contato

BASE

Nome, endereço e telefone idênticos em site, redes e diretórios. Divergências confundem tanto o Google quanto as IAs sobre a identidade da marca.

### Deixe o conteúdo acessível sem depender de JavaScript

BASE

As IAs em geral não executam scripts ao rastrear. Se a informação só aparece após o JavaScript carregar, ela pode simplesmente não ser vista.

### Marque autores e conteúdos editoriais

REFORÇO

Schema de artigo com autor, datas e responsável, e schema de pessoa para autores e fundadores, conectando LinkedIn e outros perfis. Reforça a autoria.

### Estruture perguntas frequentes com schema próprio

REFORÇO

Marcar blocos de perguntas frequentes aumenta a chance de aparecer em respostas diretas e trechos em destaque.

### Valide todos os dados estruturados sem erro

REFORÇO

Teste as implementações na ferramenta de resultados enriquecidos do Google. Schema com erro não gera o efeito esperado.

### Mantenha uma página "Sobre" completa e verificável

REFORÇO

Quem é a empresa, fundadores, missão e tempo de mercado. As IAs usam essa página para montar o perfil da sua marca.

### Cuide dos perfis em plataformas e diretórios

REFINO

Perfis ativos e consistentes em redes sociais, e presença em bases como Crunchbase e diretórios do setor, especialmente relevantes para B2B.

### Marque produtos, serviços e navegação

REFINO

Schema de produto ou serviço nas páginas de oferta e trilha de navegação nas páginas internas ajudam na compreensão e nas respostas comparativas.

## E Evidência

*Medir o que muda de verdade, com dados, para saber se a estratégia está funcionando.*

### Documente as respostas das IAs sobre a sua marca

BASE

Registre as respostas literais aos testes que você fez no pilar Contexto. Isso vira o seu ponto de partida para medir evolução ao longo do tempo.

### Acompanhe a presença em busca com IA

REFORÇO

Verifique se a sua marca aparece nos blocos de resposta gerada da busca e quais fontes estão sendo citadas ali para as suas palavras principais.

### Estabeleça uma rotina de monitoramento

REFORÇO

GEO é contínuo, não um projeto único. Crie o hábito de reavaliar a sua presença nas IAs periodicamente e comparar com medições anteriores.

**Quer medir isso de forma prática?** Boa parte do pilar Evidência pode ser acompanhada com o GEO Checker, a ferramenta que desenvolvi para medir a presença de marcas nas respostas das IAs. Acesse em [geochecker.com.br](https://geochecker.com.br) e faça uma análise gratuita. Este material é de autoria de Lorenzo Bisonti · [lorenzobisonti.com](https://lorenzobisonti.com)