

Audit GEO

Vizibilitatea unei companii în răspunsurile AI

Companie auditată: firmă de servicii profesionale, București (identitate anonimizată)

Perimetru: site principal, 238 de pagini, trei versiuni lingvistice

Motoare analizate: ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews, Bing Copilot

Data auditului: iunie 2026

SCOR GEO GLOBAL

47/100

din 100 de puncte posibile

VIZIBILITATE CHATGPT

28/100

cel mai slab canal

VIZIBILITATE PERPLEXITY

30/100

fără cale de citare

Notă privind anonimizarea

Acesta este un audit real, livrat unui client. Numele companiei, adresele URL, denumirile serviciilor și numele persoanelor au fost eliminate sau înlocuite cu etichete generice. Toate cifrele, scorurile și măsurătorile tehnice sunt cele reale, nemodificate. Concurenții din secțiunea de benchmark sunt companii reale din aceeași piață, prezentate anonim.

Ce conține raportul: ce funcționează deja, scorul de vizibilitate pe fiecare motor AI, cauzele concrete ale invizibilității, comparația cu patru concurenți din aceeași piață și lista de acțiuni prioritizate.

1. Ce funcționează deja bine

Punctul de plecare este mai bun decât în majoritatea cazurilor pe care le vedem în România. Fundația tehnică este solidă și nu trebuie reconstruită.

SEMNALE TEHNICE

- ▶ Toate crawlerele AI au acces liber pe site: GPTBot, OAI-SearchBot, ClaudeBot, PerplexityBot, anthropic-ai și CCBot. Nu există niciun blocaj în robots.txt.
- ▶ Conținutul este randat pe server. 29.142 de caractere de text sunt citibile fără JavaScript, ceea ce înseamnă că motoarele AI văd efectiv tot conținutul paginii.
- ▶ Fișierul llms.txt există deja. Foarte puține companii B2B din România au acest fișier.
- ▶ Schema structurată este implementată: Organization, Service, OfferCatalog, ContactPoint și AggregateRating.
- ▶ Patru profiluri sociale sunt declarate prin sameAs, ceea ce ajută modelele să lege identitatea companiei de conturile ei oficiale.

SEMNALE DE AUTORITATE ȘI CONȚINUT

- ▶ Un semnal terț puternic: o pagină de alumni a unei universități internaționale, cu profil complet al fondatorului și link direct către site.
- ▶ Listare într-un director sectorial recunoscut, cu descriere și atribuire către fondator.
- ▶ Profil LinkedIn activ, cu 1.231 de urmăritori și postări constante.
- ▶ 238 de pagini indexate, dintre care 13 articole de blog acoperă exact întrebările de reglementare pe care le pun clienții.
- ▶ Schema FAQPage este deja folosită pe o parte dintre articolele de blog. Direcția este corectă, doar că nu ajunge pe paginile de servicii.

SEMNALE TERȚE CARE LIPSESC

Acesta este locul în care se pierde vizibilitatea. Modelele AI nu citează un site doar pentru că este bine construit, ci pentru că alte surse vorbesc despre el.

- ▶ Wikipedia și Wikidata: nicio entitate înregistrată, nici pentru companie, nici pentru fondator.
- ▶ Reddit: zero mențiuni în comunitățile relevante din domeniu.
- ▶ Recenzii verificabile: 4 recenzii pe o singură platformă. Insuficient pentru ca modelele să le trateze ca semnal de încredere.
- ▶ Niciun profil pe platformele de evaluare B2B, unde ajung întrebările de tip "cea mai bună firmă de X din România".
- ▶ Fără canal video propriu și fără prezență editorială pe surse terțe.

2. Scorul GEO și problemele identificate

Scorul este calculat pe cinci categorii, fiecare cu pondere diferită în modul în care modelele AI aleg sursele pe care le citează.

CATEGORIE	SCOR	PONDERE	CONTRIBUȚIE
Citabilitate a conținutului	38/100	25%	9,5 puncte
Lizibilitate structurală	45/100	20%	9,0 puncte
Conținut multi format	25/100	15%	3,8 puncte
Autoritate și semnale de brand	52/100	20%	10,4 puncte
Accesibilitate tehnică	72/100	20%	14,4 puncte
Scor GEO global	47/100	100%	47,1 puncte

Vizibilitatea pe fiecare motor AI

MOTOR AI	SCOR	CAUZA PRINCIPALĂ
Google AI Overviews	44/100	Fără taguri canonical, structură slabă a paragrafelor, niciun titlu în format de întrebare
Bing Copilot	38/100	Autoritate de domeniu acceptabilă, dar fără semnale specifice acestui motor
Perplexity	30/100	Zero mențiuni pe sursele din care Perplexity își ia aproape jumătate din citări
ChatGPT	28/100	Nicio entitate în Wikipedia și nicio prezență pe forumuri, adică nicio cale de citare

Problemele identificate, în ordinea priorității

#	PROBLEMĂ	PRIORITATE
1	Nicio entitate în Wikipedia sau Wikidata. ChatGPT își ia 47,9% dintre citări din Wikipedia, deci compania este exclusă din principala cale de citare.	Critic
2	Zero mențiuni pe forumurile din care Perplexity își ia 46,7% dintre citări. Modelul nu are de unde să afle că firma există.	Critic
3	Fișierul llms.txt este incomplet, are o eroare de formatare și nu a fost actualizat de 11 luni. Jumătate dintre servicii lipsesc din el.	Critic
4	Paginile de servicii nu conțin niciun bloc de răspuns de sine stătător. Din 54 de paragrafe analizate, niciunul nu are lungimea pe care modelele o extrag.	Critic
5	Zero titluri în format de întrebare pe paginile de servicii. Clienții nu caută denumirea serviciului, ei pun o întrebare.	Ridicat
6	Tagurile canonical sunt dezactivate pe toate cele 238 de pagini, iar 13 articole există în două versiuni identice.	Ridicat
7	Pagina principală de serviciu are o greșeală de scriere în adresa URL, ceea ce blochează poziționarea pe termenul comercial principal.	Ridicat
8	Meta description lipsește de pe pagina principală, iar 137 de imagini nu au	Ridicat

	text alternativ.	
9	Doar 4 recenzii verificabile și niciun profil pe platformele de evaluare B2B indexate de modele.	Mediu

3. Benchmark: firma auditată față de patru concurenți

Am rulat aceleași verificări tehnice pe patru companii care apar în locul firmei auditate atunci când un utilizator pune o întrebare în ChatGPT sau Perplexity. Toate datele de mai jos sunt măsurate direct, în aceeași zi.

COMPANIE	LLMS.TXT	CRAWLER E AI	SCHEMA ORG.	SAMEAS	TEXT CITIBIL FĂRĂ JS
Concurent A (platformă internațională)	Da, complet	Permise	Da	1	circa 6.000 caractere
Concurent B (grup internațional)	Fișier invalid	Permise	Nu	0	circa 5.000 caractere
Concurent C (consultanță regională)	Absent	Permise	Nu	0	circa 1.500 caractere
Concurent D (jucător local)	Fișier invalid	Permise	Nu	0	82 caractere
Firma auditată	Da, incomplet	Permise	Da	4	29.142 caractere

Concluzia benchmarkului

Firma auditată livrează motoarelor AI de cinci ori mai mult text citibil decât cel mai bun concurent și este singura din grup cu schema de entitate completă și patru profiluri sociale declarate. Din punct de vedere tehnic, este pe primul loc. Problema nu este site-ul, ci faptul că nicio sursă din afara site-ului nu confirmă existența companiei. Aici se pierde vizibilitatea, și tot aici este cea mai rapidă recuperare.

4. De ce nu apare firma în răspunsurile AI

Un site poate fi impecabil tehnic și complet invizibil în AI. Cinci factori explică diferența în acest caz.

FACTORUL 1 | AVANTAJ REAL

Infrastructura tehnică este cel mai puternic activ. Motoarele AI citesc 29.142 de caractere de pe site fără să execute JavaScript. Trei dintre cei patru concurenți livrează sub 6.000 de caractere, iar unul dintre ei livrează 82. Tot ce se scrie pe acest site ajunge efectiv la modele.

FACTORUL 2 | DEFICIT

Conținutul este scris pentru un om care navighează, nu pentru un motor care extrage un răspuns. Blocurile de text de pe paginile de servicii au între 20 și 50 de cuvinte, prea scurte ca să fie citate. Cele mai lungi paragrafe de pe site sunt testimonialele, care nu răspund la nicio întrebare.

FACTORUL 3 | DEFICIT

Zero titluri în format de întrebare pe paginile de servicii. Utilizatorii nu tastează denumirea serviciului, ei scriu întrebarea completă. Cinci întrebări cu intenție comercială ridicată, identificate în audit, nu primesc niciun răspuns direct și extractibil pe site.

FACTORUL 4 | PARȚIAL

Modelele citează afirmații verificabile. Pagina cea mai bine structurată de pe site conține 9 afirmații numerice, cu praguri, procente și termene. Celelalte pagini de servicii conțin între 0 și 5. Diferența de citabilitate între ele este vizibilă în datele auditului.

FACTORUL 5 | CAUZA PRINCIPALĂ

Absența entității. Fără o înregistrare în Wikidata, fără mențiuni pe sursele terțe pe care modelele le consultă și cu doar 4 recenzii verificabile, modelele nu au nicio cale prin care să ajungă la această companie. Site-ul poate fi perfect, dar nu este niciodată selectat ca sursă.

Comparație directă pe factorii măsurați

FACTOR	CEL MAI BUN CONCURRENT	FIRMA AUDITATĂ	VERDICT
Text citibil fără JavaScript	circa 6.000 caractere	29.142 caractere	Avantaj
Schema de entitate	Organization	Organization, Service, OfferCatalog	Avantaj
Profiluri sociale declarate	1	4	Avantaj
Fișier llms.txt	complet, actualizat	incomplet, vechi de 11 luni	Deficit
Meta description pagina principală	prezentă	absentă	Deficit
Blocuri de răspuns pe paginile cheie	prezente	absente	Deficit

Fereastra de oportunitate

Niciunul dintre cei patru concurenți analizați nu are simultan infrastructură tehnică completă, fișier llms.txt corect și entitate confirmată în surse terțe. Categoria nu este ocupată încă de nimeni în această piață. Prima companie care îndeplinește toate cele trei condiții devine sursa implicită pe care modelele o citează.

5. Recomandări prioritizate

Toate acțiunile de mai jos se execută intern, pe site și pe proprietățile companiei. Ordinea contează mai mult decât volumul.

Tehnic

ACȚIUNE	EFORT	IMPACT
Rescrierea completă a fișierului llms.txt, cu toate serviciile, descrierile și adresele lor	Mic	Critic
Activarea tagurilor canonical pe toate paginile și eliminarea versiunilor duplicate	Mic	Ridicat
Corectarea adresei URL a paginii principale de serviciu, cu redirectionare 301	Mic	Ridicat
Completarea meta description și a textelor alternative pentru imagini	Mic	Ridicat
Adăugarea schemei Person pentru fondator, legată de profilul LinkedIn	Mic	Ridicat
Adăugarea schemei FAQPage pe paginile de servicii, nu doar pe blog	Mediu	Mediu
Implementarea etichetelor de limbă pentru cele trei versiuni lingvistice	Mediu	Mediu

Conținut și citabilitate

ACȚIUNE	EFORT	IMPACT
Blocuri de răspuns de sine stătătoare pe fiecare pagină de serviciu, construite din întrebările reale ale clienților	Mediu	Critic
Înregistrarea entității companiei și a fondatorului în bazele de date pe care modelele le folosesc pentru identificare	Mediu	Critic
Titluri în format de întrebare pe toate paginile cu intenție comercială	Mic	Ridicat
Restructurarea articolelor existente, cu răspuns direct în primele 50 de cuvinte	Mediu	Ridicat
Prezență editorială pe sursele terțe din care modelele își iau majoritatea citărilor	Mare	Ridicat
Creșterea numărului de recenzii verificabile și deschiderea unui profil pe platformele de evaluare B2B	Mediu	Mediu

Ce facem noi

VIZIBIL BY MELEAD.AI

Vizibilitate AI (GEO). Audit tehnic complet, optimizarea schemei și a entității, conținut construit ca să fie citat de modele, cu urmărire lunară a poziției în ChatGPT și Perplexity.

Conținut SEO automatizat. Articole optimizate simultan pentru căutare clasică și pentru AI,

publicate direct în site. Strategie de conținut pe 30 de zile, construită pe tendințele reale de citare.

Autoritate externă. Rețeaua noastră de peste 4.000 de site-uri partenere, cu link-uri contextuale din articole reale, în domeniul companiei.

matei@melead.ai | **+40 754 680 466** | **melead.ai**

Metodologie: întrebările cu intenție comercială sunt rulate repetat în ChatGPT, Perplexity și Gemini, iar apariția companiei, poziția, descrierea și sursele citate sunt înregistrate de fiecare dată. Verificările tehnice sunt executate direct pe site și pe site-urile concurenților, în aceeași zi. Scorul GEO este calculat pe cele cinci categorii din tabelul secțiunii 2.