

PLAYBOOK · MARKETING PARA DAVID

# QUE LA IA TE RECOMIENDE

El playbook de AEO para aparecer en ChatGPT cuando tu cliente pregunta por tu rubro



con **Felipe Almeida**

**javier yranzo**

POR QUÉ ESTO TE IMPORTA HOY

# El buscador cambió. La compra también.

Tus clientes dejaron de revisar diez links para elegir. Le preguntan a una IA y reciben una sola respuesta.

**51%**

del tráfico de internet ya es de bots, no de humanos

**47%**

de las búsquedas en Google muestran una respuesta de IA arriba de todo

**53%**

de las personas usa IA para investigar qué comprar

Fuentes: Imperva, 2024 · Botify/DemandSphere, 2024 · Adobe, 2024.

Neil Patel, que construyó su carrera sobre el SEO, lo resumió tras el último evento de Google: los links, como los conocíamos, ya fueron.



## LA REGLA NUEVA

Si tu marca no está dentro de esa respuesta, para tu cliente no existe. No apareces más abajo: no apareces.

# Las 3 fases de un vistazo

Esto se llama AEO (optimización para motores de respuesta): hacer que la IA te recomiende. El camino va de no existir en la IA a ser una marca citada. Las próximas páginas desarrollan cada fase.

1

## Diagnóstico

Le preguntas a la IA por ti y descubres dónde no existes.

2

## Huella digital

Le das muchos lugares coherentes para confirmar quién eres.

3

## Entrenar a la IA

Le das contenido único que no puede inventar.



### CUÁNTO TARDA

Un sitio con autoridad ve sus primeras menciones en unos 10 días. Desde cero, en menos de 90. Es un juego de constancia, no un truco de una sola vez.

# Descubre dónde **no existes**

El paso que casi nadie da. Es manual y lo puede hacer cualquiera en tu empresa. Entra a ChatGPT, Gemini y Perplexity y pregunta por ti, de atrás hacia adelante:

- ✓ **Marca:** "¿Conoces a [tu marca]?". Si no hay información, primera señal de alarma.
- ✓ **Comparación:** "Entre [tu marca] y [competencia], ¿cuál recomiendas?".
- ✓ **Problema:** "Tengo [este problema], ¿qué marca o servicio me recomiendas?".

Donde dejas de aparecer, ahí está tu trabajo.



## PARA LLEVAR

Cuando aparezcas, mira de dónde saca la información la IA. Si toma datos de terceros, no controlas tu narrativa. Nadie habla mejor de tu marca que tú.

# Construye tu huella digital

La IA confía en lo que ve repetido y coherente en muchos lados. Tu objetivo: darle muchos lugares donde confirmar quién eres.



## REGLA DE ORO

Mejor estar razonablemente bien en 20-30 lugares que perfecto en uno solo. Tu web es apenas el 8-10% de lo que la IA cita.

## El hack: una página "Hey IA, sobre nosotros"

Una página pensada para la IA, no para el humano: qué haces, para quién, dónde operas, diferenciadores, precios, horarios y logros. Información servida en bandeja. La IA toma los datos justo de ahí.

- ✓ Actividad real en LinkedIn e Instagram.
- ✓ Directorios confiables según tu rubro (Capterra, G2, Trustpilot).
- ✓ Menciones en prensa y podcasts, con tu marca citada (no solo un link).

# Dale lo que **no puede inventar**

La IA no cita contenido genérico: lo que ella misma puede generar, no va a buscarlo a tu sitio. Muéstrate como fuente citable, con material único y tuyo.

SI ERES B2B	SI ERES B2C
<b>Casos de éxito</b> con estructura STAR (situación, tarea, acción, resultado) y números reales. La IA no lo puede inventar: es tuyo.	<b>Fichas enriquecidas:</b> convierte specs y reseñas en preguntas y respuestas reales ("¿sirve para razas grandes?").



## EL FRAME QUE LO ORDENA TODO

Apareces en la IA porque respondes la pregunta que tus clientes ya están haciendo. Empieza por cómo hablan ellos, no por cómo hablas tú.

**Ejemplo:** nadie pregunta "¿qué es una Smart Website?". Preguntan "¿cómo dejo de tener un sitio web que no me trae clientes?". Esa es la pregunta que tu contenido debe responder.

# Lo que no se mide, no mejora

El indicador clave hoy: antes la IA no te mencionaba, ahora sí. Pero la IA es probabilística: pregunta lo mismo 10 veces y mira en cuántas apareces. Hazlo de forma periódica.



## TRUCO DE CONVERSIÓN

En tu formulario de contacto, pregunta "¿quién te recomendó?". El que llegó por ChatGPT lo dice con orgullo. Es tu mejor señal de que funciona.

### ERROR

### POR QUÉ TE CUESTA CARO

**Contenido genérico**

La IA no cita lo que puede generar sola.

**Hablar como experto, no como cliente**

Nadie busca "herramientas de AEO". Parte de cómo habla tu cliente.

# Citado o invisible

En esta nueva búsqueda no hay diez resultados para comparar: hay una respuesta. O estás en ella, o no existes para ese cliente. No hay punto medio.

✓ ÉXITO

## La IA te recomienda

Llegas al cliente justo cuando pregunta por tu rubro.

✗ FRACASO

## Sigues invisible

La IA recomienda a tu competencia y ni te enteras.

↗ DATO

El 58% de las personas dice que compraría un producto que le aparece en una respuesta generada por IA. Estar ahí ya no es opcional.

Adobe, encuesta de comportamiento de compra, 2024.

# 90 días. La competencia está dormida.

Si partes de cero, este playbook se ejecuta en menos de 90 días y vas a tener tus primeras menciones sólidas. El que empieza hoy, gana la ventana.



## APRENDE DEL INVITADO

Este playbook nació de la charla con **Felipe Almeida**, de Search Brand, la primera plataforma de AEO de Latinoamérica. Para hacer visible tu marca en la IA: [searchbrand.ai](https://searchbrand.ai) (puedes agendar una reunión).

¿Tu sitio no está listo para esto?

[javieryranzo.com](https://javieryranzo.com)

## FUENTES

**Imperva.** Bad Bot Report, 2024 (el tráfico automatizado superó al humano: 51%).

**Botify & DemandSphere.** Estudio de AI Overviews de Google, 2024.

**Adobe.** Encuesta de comportamiento de compra con IA generativa, 2024.