Checklist: farsi citare in Google AI Mode

> **Come si usa.** Scegli le 5-10 pagine del sito che rispondono alle domande più importanti dei tuoi clienti e passa la checklist su ognuna. Spunta una voce solo dopo averla controllata con lo strumento indicato in "Come controllo". Ripeti la sezione 5 una volta al mese.

1. Google può leggere e usare la pagina

- [ ] **La pagina è indicizzata.**
  Come controllo: Search Console, Controllo URL. Deve comparire "L'URL si trova su Google".
- [ ] **La scansione non è bloccata.**
  Come controllo: nel Controllo URL, "Scansione consentita: Sì" e "Recupero pagina: Riuscito". Controlla anche che CDN, firewall o sistemi anti-bot non rispondano a Googlebot con una pagina di verifica.
- [ ] **Nessun noindex per errore.**
  Come controllo: nel Controllo URL, "Indicizzazione consentita: Sì". Sul sito intero: report Indicizzazione delle pagine, voce "Esclusa in base al tag 'noindex'".
- [ ] **Nessun nosnippet o max-snippet troppo basso sulle pagine da citare.**
  Come controllo: Controllo URL, "Visualizza pagina sottoposta a scansione", cerca "nosnippet" e "max-snippet" nell'HTML. Per le sole parti riservate usa data-nosnippet sul blocco.
- [ ] **Google vede il contenuto completo.**
  Come controllo: Controllo URL, "Testa URL pubblicato", scheda Screenshot. Il testo principale deve comparire nello screenshot.

2. La pagina copre le sotto-domande (query fan-out)

- [ ] **Ho scritto la domanda completa che un cliente farebbe ad AI Mode.**
  Come controllo: è una frase con almeno tre condizioni (chi, cosa, dove, quanto, rispetto a cosa).
- [ ] **Ho elencato le sotto-domande, una per ogni condizione.**
  Come controllo: almeno 6 sotto-domande; fonti: query della pagina in Search Console che contengono "come", "quanto", "quale", "conviene", Altre domande di Google, domande dei clienti.
- [ ] **Per ogni sotto-domanda so che tipo di fonte serve.**
  Come controllo: tabella sotto-domanda / fonte (pagina del sito, Profilo dell'attività, Merchant Center, sito istituzionale).
- [ ] **Ogni sotto-domanda che spetta al sito ha una sezione vera, con un titolo.**
  Come controllo: un h2 o h3 per sotto-domanda, non una riga in fondo alle FAQ.
- [ ] **Ogni sezione risponde nelle prime due frasi.**
  Come controllo: leggi solo le prime due frasi sotto il titolo: la risposta c'è?
- [ ] **Ogni sezione si capisce da sola.**
  Come controllo: niente "come detto sopra"; il soggetto è nominato nella sezione.
- [ ] **Le parti che invecchiano in fretta stanno in pagine separate e datate.**
  Come controllo: incentivi, prezzi, norme hanno una pagina propria con data di aggiornamento.

- [ ] **Non ho creato pagine quasi uguali per varianti della stessa domanda.**
  Come controllo: Search Console, Rendimento, filtro sulla query, scheda Pagine: non devono alternarsi tre o quattro pagine del sito.

3. Le informazioni sono in testo e coerenti

- [ ] **Prezzi, orari, specifiche e condizioni sono in HTML.**
  Come controllo: disattiva le immagini nel browser o leggi l'HTML scansionato: le informazioni devono restare leggibili.
- [ ] **I confronti sono in tabelle HTML, non in immagini.**
  Come controllo: il testo della tabella si seleziona con il mouse.
- [ ] **I dati strutturati sono adatti alla pagina.**
  Come controllo: Test dei risultati avanzati; tipi come Organization, LocalBusiness, Product, Article.
- [ ] **I dati strutturati dicono le stesse cose del testo visibile.**
  Come controllo: confronta prezzo, disponibilità, orari nel markup e in pagina.
- [ ] **La pagina mostra qualcosa che le altre non hanno.**
  Come controllo: almeno un dato proprio, un prezzo reale, una foto originale o un'esperienza diretta; autore e data di aggiornamento visibili.
- [ ] **La pagina è collegata dalle pagine vicine.**
  Come controllo: almeno due link interni in entrata con testo descrittivo; nessuna pagina orfana.

4. I dati che Google già possiede sono corretti

- [ ] **Il feed di Merchant Center non ha problemi aperti (se vendi online).**
  Come controllo: Merchant Center, Prodotti, scheda Richiede attenzione.
- [ ] **Prezzi e disponibilità del feed coincidono con il sito.**
  Come controllo: confronta 5 prodotti a caso tra feed e pagina prodotto.
- [ ] **Gli attributi dei prodotti sono completi.**
  Come controllo: colore, materiale, taglia, stile e gli altri attributi pertinenti compilati.
- [ ] **Il Profilo dell'attività ha orari aggiornati, anche festivi.**
  Come controllo: Profilo dell'attività; cerca il nome dell'attività in AI Mode e confronta la risposta con la realtà.
- [ ] **Categorie e servizi del Profilo descrivono tutto quello che fai.**
  Come controllo: oltre alla categoria principale, le categorie secondarie e un servizio descritto per ogni lavoro che vuoi farti chiedere.
- [ ] **Nessuna modifica suggerita da Google o dagli utenti è rimasta senza controllo.**
  Come controllo: notifiche e modifiche in sospeso nel Profilo dell'attività.
- [ ] **So come gestire le chiamate automatiche di Google, dove disponibili.**
  Come controllo: business.google.com, Impostazioni del profilo dell'attività, Impostazioni avanzate, voce sulle chiamate automatiche e i messaggi di Google.

5. Misura (una volta al mese)

- [ ] **Ho esportato le impressioni AI per pagina.**
  Come controllo: Search Console, report sul rendimento dell'AI generativa, ultimi 28 giorni e periodo precedente.
- [ ] **Ho esportato clic e impressioni delle stesse pagine.**
  Come controllo: Search Console, Rendimento, tipo di ricerca Web, stesso periodo.
- [ ] **Ho segnato le pagine con impressioni AI in crescita e clic in calo.**
  Come controllo: le due tabelle affiancate; per ognuna di queste pagine, un motivo in più per cliccare (un dato, un calcolatore, un modello).
- [ ] **Ho guardato le conversioni, non solo i clic.**
  Come controllo: Google Analytics 4, canale Ricerca organica (comprende AI Overview e AI Mode), conversioni per pagina di destinazione.
- [ ] **Ho provato a mano 20-30 domande chiave in AI Mode.**
  Come controllo: finestra in incognito, senza account; annota per ogni domanda se il sito è tra le fonti e quali concorrenti compaiono.
- [ ] **Ho confrontato il risultato con i mesi precedenti.**
  Come controllo: le risposte cambiano da una prova all'altra; conta la tendenza su almeno tre mesi.

Cose da non fare

- [ ] **Non ho bloccato Google-Extended pensando di uscire da AI Mode** (riguarda l'addestramento e il grounding dei modelli Gemini, non l'inclusione nella Ricerca).
- [ ] **Non ho pubblicato file o markup "per l'AI" al posto di lavorare sulle pagine** (per AI Mode non servono).
- [ ] **Non ho attivato l'esclusione dall'AI generativa in Search Console senza almeno due o tre mesi di dati** (toglie il sito da AI Overview, AI Mode e funzioni AI del feed di Google).

seo.srl