

— SEO · ACCIONES

Aparecer en ChatGPT y en la IA de Google: *plan de 6 pasos*

Checklist con plazos y herramientas gratuitas, hoja de registro mensual y las 30 preguntas con las que medir si ya sales.



Nico — Auve Nico · Consultor de marketing digital freelance en Sevilla
Acompaña al artículo «Cómo aparecer en ChatGPT y en la IA de Google siendo una pyme»



El plan, paso a paso

Es el mismo que aplico en mi web. Marca cada casilla cuando esté hecha, no cuando esté «en ello».

- ☐ **1 • Mide tu punto de partida (semana 1)**
Escribe las 10 preguntas que haría un cliente tuyo. Pásalas por ChatGPT, Gemini y el Modo IA de Google. Anota quién sale y qué fuentes citan. Plantilla en la página 4.
- ☐ **2 • Arregla la entidad (semanas 1 y 2)**
Mismo nombre en todas partes. Teléfono y dirección en texto, no solo en un botón. Perfil de Empresa de Google completo: servicios, horarios, fotos, reseñas. Perfiles enlazados desde la web (sameAs). Página «sobre nosotros» con año de inicio, equipo y clientes.
- ☐ **3 • Reescribe las páginas de servicio (semanas 2 a 4)**
La respuesta arriba, en las primeras 100 palabras: qué, para quién, desde cuánto y plazo. Preguntas frecuentes visibles, sin acordeones. Fecha de actualización a la vista.
- ☐ **4 • Publica con dato propio (mensual)**
Un artículo al mes con una cifra tuya, un caso con nombre o una decisión que hayas tomado. Sin dato propio, un modelo escribe lo mismo que tú y no tiene motivo para citarte.
- ☐ **5 • Consigue las menciones que la IA ya lee (un trimestre)**
De la lista del paso 1: directorios sectoriales, asociaciones, medios locales, listados comparativos. Pide aparecer con tu nombre exacto y junto a los referentes de tu sector.
- ☐ **6 • Repite la medición (mensual)**
Las 10 preguntas del paso 1, el canal AI Assistant de GA4 y el informe de IA generativa de Search Console. Anota en la hoja de la página 3.

Lo que no hace falta, según la guía oficial de Google (act. 10-07-2026): archivos llms.txt, trocear el contenido, reescribir «para la IA», etiquetas de schema especiales o perseguir menciones artificiales.



Cómo saber si ya sales

Tres sitios, quince minutos al mes. Siempre el mismo día.

DÓNDE	QUÉ MIRAS	QUÉ APUNTAS
Search Console › Rendimiento	Consultas largas, en primera persona o con signos de interrogación: son del Modo IA y de las vistas creadas con IA	Cuántas hay y en qué posición
Search Console › IA generativa	Impresiones en respuestas de IA y qué páginas salen (sin clics ni consultas, de momento)	Impresiones del mes y las 3 páginas que más salen
GA4 › Adquisición › canal «AI Assistant»	Sesiones que llegan desde ChatGPT, Gemini o Claude	Sesiones y si alguna acabó en contacto
Los asistentes, a mano	Las 10 preguntas del paso 1 en ChatGPT, Gemini, Modo IA y Perplexity	Quién sale, si sales tú, qué fuentes citan

Registro mensual

MES	IMPRESIONES IA (GSC)	SESIONES AI ASSISTANT (GA4)	PREGUNTAS EN LAS QUE SALGO (DE 10)	FUENTES NUEVAS CONSEGUIDAS

Cuenta con un mes para ver la primera señal y con un trimestre para juzgar si el plan funciona. En el experimento de Search Engine Land (14-09-2026, 775 citas), las citas llegaron entre 1 y 18 días después de publicar y la mitad de las fuentes dejó de ser citada en 30 días.



Las 30 preguntas de medición

Sustituye [servicio], [ciudad] y [competidor] por los tuyos. Las mismas 30, cada mes, en cada asistente. En la hoja Excel que acompaña a este PDF están listas para anotar resultados.

INFORMATIVAS (10)

- ☐ ¿Qué hace un [servicio]?
- ☐ ¿Cómo elegir un [servicio] en [ciudad]?
- ☐ ¿Cuánto tarda [proceso de tu servicio]?
- ☐ ¿Qué diferencia hay entre [servicio A] y [servicio B]?
- ☐ ¿Necesito un [servicio] si [situación del cliente]?
- ☐ ¿Qué documentos hacen falta para [trámite]?
- ☐ ¿Qué errores se cometen al contratar un [servicio]?
- ☐ ¿Cómo saber si mi [problema] necesita un profesional?
- ☐ ¿Qué incluye normalmente un [servicio]?
- ☐ ¿Qué pasa si no hago [acción]?

COMERCIALES (10)

- ☐ Mejor [servicio] en [ciudad]
- ☐ [Servicio] para [tipo de cliente] en [ciudad]
- ☐ [Servicio] cerca de [barrio o zona]
- ☐ Empresas de [servicio] con buenas reseñas en [ciudad]
- ☐ [Servicio] con [característica: urgente, a domicilio, online]
- ☐ Recomiéndame un [servicio] en [provincia]
- ☐ Quién es el mejor [profesional] de [ciudad]
- ☐ [Servicio] especializado en [nicho]
- ☐ [Servicio] que atienda en [idioma]
- ☐ Busco alguien que me haga [resultado]



Las 30 preguntas de medición (II)

Comparativas y de precio. Son las que más pesan en una decisión de compra y donde más se nota si tu web publica precios.

COMPARATIVAS (5)

- ☐ [Tu marca] vs [competidor]
- ☐ Alternativas a [competidor]
- ☐ [Servicio] freelance o agencia, qué conviene
- ☐ [Opción A] o [opción B] para [situación]
- ☐ Opiniones sobre [tu marca]

DE PRECIO (5)

- ☐ Cuánto cuesta un [servicio] en [ciudad]
- ☐ Precio medio de [servicio] en España
- ☐ [Servicio] barato en [ciudad]
- ☐ Cuánto cobra un [profesional] por [tarea]
- ☐ Presupuesto de [servicio] para [tipo de cliente]

Apunta la fecha. Las respuestas cambian de un mes a otro y lo que mides es la tendencia, no la foto. Hoja Excel con las 30, lista para anotar: en el mismo enlace de descarga.



Siguiente paso

Este recurso es gratis y sin registro. Si quieres que lo miremos juntos, hay dos formas de seguir.

Sesión de Diagnóstico gratuita

30 minutos por videollamada. Antes de la reunión reviso tu web, tu ficha de Google, tus redes y tu SEO; salimos con tres prioridades. Dos plazas por semana, de lunes a jueves de 17:30 a 20:00.

auvenico.es/contacto/#reservar

Formación y mentoría en marketing digital

Para negocios y equipos que quieren aprender a hacerlo ellos. Sesiones de trabajo sobre tu caso, con un sistema que se queda en casa.

auvenico.es/formacion-mentoría-marketing-digital/

Todos los recursos del blog, en auvenico.es/recursos/. Consultas: comunicacion@auvenico.es.