Magias Lab · Audit SEO e visibilità AI

Estratto di un report vero

Il report completo ha tredici sezioni e si legge nel portale del cliente. Qui trovi i cinque punteggi, il lavoro svolto, prezzi e stagione e alcuni dei problemi trovati, più l'elenco di cosa c'è nel resto.

Cosa trovi nel report

Un estratto di un audit vero, su una struttura ricettiva toscana. Ho tolto il nome e tutto quello che la rende riconoscibile; i numeri sono quelli misurati.

AUDIT SEO E VISIBILITÀ AI · ESTRATTO

I cinque punteggi

Sito
83

Visibilità Google
0

Visibilità AI
27

Reputazione
57

Misurazione
50

Su 100. Sito buono, ma per le ricerche della zona non compare in prima pagina: è lì che conviene lavorare.

Il lavoro svolto

5
pagine aperte in un browser vero per controllare tracciamenti, moduli e link di prenotazione

27
regole di accessibilità verificate

60
ricerche valutate per trovare quelle da intercettare

14
risposte di ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude e AI Mode lette

61
recensioni lette su Google e Tripadvisor

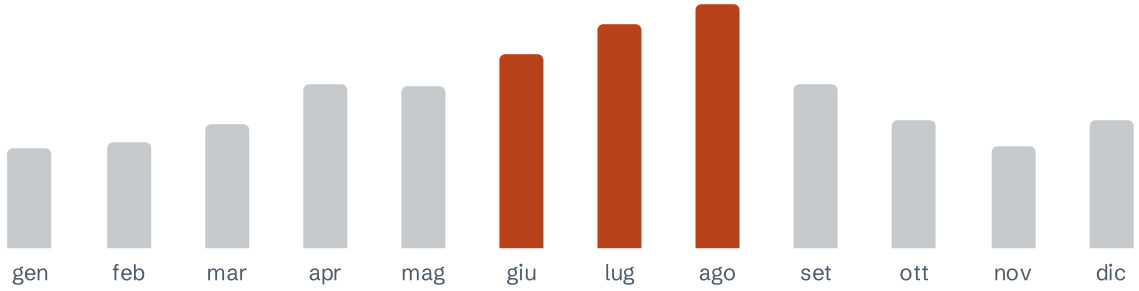
5
prezzi confrontati su Google Hotels

Prezzi su Google Hotels

Soggiorno	Sito diretto	OTA	Differenza
ven 6 nov, 2 notti	124 €	Booking.com 159 €	+28 %
mar 8 dic, 1 notte	119 €	Booking.com 153 €	+29 %

Il diretto costa meno di Booking: un argomento da mettere in evidenza sul sito.

Quando si cerca



Google Trends, ultimi 5 anni. Le ricerche in agosto sono quasi il doppio della media.

Alcuni problemi trovati

alto

Assente dal riquadro di Google Maps per le ricerche della zona

Per le ricerche tipo «dove dormire» e «ristorante» nella zona la struttura è oltre la 20ª posizione su Maps. Si lavora sulla scheda Google: categoria, foto, recensioni recenti con risposta.

medio

Quasi invisibile nelle risposte delle AI

Nominata in 3 risposte su 14, mai da ChatGPT né da Claude. Le AI citano soprattutto Tripadvisor, Booking e i portali locali: le informazioni lì vanno complete e coerenti col sito.

medio

Due violazioni gravi di accessibilità in homepage

Contrasto dei colori insufficiente su 19 elementi e link senza testo. Dal giugno 2025 l'European Accessibility Act lo chiede a chi vende o prenota online.

Cosa c'è nel report completo

In sintesi e i cinque punteggi · Dove sei, in una pagina

Piano d'azione · Cosa fare, in che ordine, chi lo fa

Il sito · Velocità, SEO tecnica, accessibilità, tecnologia usata

Visibilità su Google e Maps · Le ricerche della tua zona e del tuo settore

Reputazione e recensioni · Per strutture ricettive e attività locali

Misurazione di prenotazioni e contatti · Cosa si misura e cosa si perde

Traffico da Google · Con l'accesso a Search Console e Analytics

Fonti e metodo · Ogni numero con fonte, data e limiti

Visibilità nelle risposte AI · ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, AI Mode (Audit Completo)

Confronto con i concorrenti · Maps, voto, citazioni AI, link (Audit Completo)

Ricerche da intercettare e Google Ads · Volumi, costo per clic, dove conviene spendere (Audit Completo)

Prezzi, stagione e mercato · Google Hotels, stagionalità, dati turistici del comune (Audit Completo)

Chiamata per spiegarti i risultati · E decidere da dove partire (Audit Completo)

Come si leggono i punteggi

Sito

Quanto è veloce e solido il sito per chi lo apre davvero, soprattutto da telefono. Fonti: Velocità misurata sui visitatori reali degli ultimi 28 giorni (Chrome UX Report), PageSpeed su mobile, SEO tecnica, e un controllo di accessibilità fatto in un browser vero.

Visibilità Google

Se compari in prima pagina e su Maps per le ricerche che contano, quelle senza il tuo nome dentro. Fonti: Risultati di Google da mobile in Italia, riquadro di Maps, stima delle ricerche per cui il sito è posizionato e, se mi dai l'accesso, le impressioni vere da Search Console.

Visibilità AI

Se ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude e AI Mode di Google ti nominano, e se citano il tuo sito come fonte. Fonti: Le risposte vere dei cinque assistenti alle domande che farebbe un tuo cliente, più quanto il sito è leggibile per loro: dati strutturati, llms.txt, informazioni concrete, accesso ai loro bot.

Reputazione

Il voto, quante recensioni hai rispetto ai primi tre su Maps e quante volte rispondi. Fonti: Scheda Google e recensioni Google; per le strutture ricettive anche Tripadvisor.

Misurazione

Se sai da dove arrivano prenotazioni, richieste o acquisti. Senza questo, ogni scelta è a sensazione. Fonti: Pagine aperte in un browser vero: Analytics e Tag Manager, Consent Mode con il banner dei cookie, moduli, clic su telefono e WhatsApp, passaggio al motore di prenotazione.

Prezzi

- **Audit Essenziale**: 190 € una tantum (prezzo di lancio, listino 290 €)
- **Audit Completo**: 290 € una tantum (prezzo di lancio, listino 490 €)
- **Monitoraggio**: 75 € al mese

Acquisto online e report nel portale entro 7 giorni lavorativi: magiaslab.com/servizi/seo-geo-ads. Alessandro Cipriani, Magias Lab.