EI ✦ 27

Taller Marketing · 5 de noviembre

✦ EMPRESAS INTELIGENTES · LA TARDE

QUE TE ENCUENTREN CUANDO TU COMPRADOR LE PREGUNTA A LA IA.

Carlos Vidal
Especialista en SEO y AEO

Diego Alvis
HubSpot Adoption Manager · Impulse

Impulse · Conversia · HubSpot

✦ LA RUTA DE HOY · 15:00 A 17:00

CUATRO TRAMOS, UN ENTREGABLE.

01

ENTENDER

La teoría de AEO

CJ · 25 min

02

MEDIR

Los features de HubSpot

Diego · 25 min

03

CONSTRUIR

Manos a la obra con tu marca

Todos · 55 min

04

LLEVAR

Tu informe y tu plan

Todos · 15 min

01

DEL SEO AL AEO.

Cómo decide una IA a quién recomendar, y qué cambia para tu contenido.

Carlos Vidal · Especialista en SEO y AEO

✦ EL BUSCADOR CAMBIÓ DE FORMA

TU COMPRADOR YA NO SOLO REVISA DIEZ ENLACES. TAMBIÉN LEE UNA RESPUESTA.

ANTES · BUSCADOR CLÁSICO

Escribe palabras clave, compara diez enlaces y decide en tu sitio.

→

AHORA · ASISTENTE DE IA

Hace una pregunta completa y ve dos o tres marcas en la respuesta. O ninguna.

51%

de compradores de software B2B empieza su investigación más con un chatbot que con Google. G2, abr. 2026

49%

de adultos en EE.UU. usa chatbots de IA, frente a 33% en 2024. Pew, 2026

73,7%

de las búsquedas de escritorio en EE.UU. sigue en Google; 3,2% en IA. SparkToro, mar. 2026

✦ CÓMO DECIDE UNA IA

UNA IA TE ENCUENTRA POR DOS CAMINOS.

1 · Desde su memoria

Usa lo que aprendió en su entrenamiento. Puede nombrarte sin citar ninguna fuente.

Se gana con presencia sostenida: lo que la web dice de ti desde hace meses.

2 · Buscando en vivo

Busca en la web, lee páginas y arma la respuesta con ellas. Ahí aparecen las citas.

Se gana con SEO: páginas rastreables que responden directo.

Por eso el AEO no reemplaza al SEO: el segundo camino pasa por él.

✦ SEO Y AEO

MISMA BASE, OTRA META.

	SEO	AEO
Objetivo	Rankear en la página de resultados	Ser nombrado y citado en la respuesta
Unidad	Palabra clave	Pregunta conversacional (prompt)
Éxito	Posición, clics y tráfico	Te nombran (mención) · Te usan como fuente (cita) · Share of voice
Dónde se gana	En tu sitio	En tu sitio y en lo que otros dicen de ti

✦ AEO, GEO, LLMO: nombres distintos para la misma disciplina. HubSpot lo llama AEO; en la academia nació como GEO (Princeton, 2023).

✦ MENCIÓN Y CITA

QUE TE NOMBREN NO ES LO MISMO QUE QUE TE CITEN.

Mención: la IA nombra tu marca en la respuesta. **Cita:** enlaza tu página como fuente.

	Te citan	No te citan
Te recomiendan	**El mejor caso.** Estás en la respuesta y en la fuente.	Te conoce por memoria o por terceros. Bien, pero no controlas la fuente.
No te recomiendan	Tu contenido sirve de fuente, pero la IA recomienda a otro.	**No existes** en esa respuesta.

✦ LA IDEA QUE TE LLEVAS

¿DE QUÉ SIRVE ESTAR AHÍ SI NO DA CLICS?

LO MALO ES REAL

−58%

de clics a la posición 1 cuando aparece un AI Overview.

Ahrefs, feb. 2026

CITADO LE GANA A IGNORADO

0,95% vs 0,55%

CTR de marcas citadas vs no citadas en el AI Overview.

Seer Interactive, abr. 2026

LA RECOMENDACIÓN VUELVE

14,2% vs 3,8%

visitó la marca que ChatGPT recomendó vs su rival. 55,9% llegó desde un buscador.

Similarweb, oct. 2026

EL OBJETIVO NO ES EL CLIC. ES SER ELEGIDO.

✦ ANTES DE NOMBRARTE O CITARTE

LO QUE MIRA UNA IA.

Entendible

Tu sitio se puede rastrear y tu marca es una entidad clara: quién eres, qué vendes y para quién.

Útil

Responde preguntas reales de forma directa, con estructura y datos que se pueden verificar.

Confiable

Otros hablan de ti: reseñas, prensa, comparativas y comunidades. La IA cruza fuentes.

Vigente

Información actualizada y consistente en todos los lugares donde aparece tu marca.

✦ Demo en vivo · [categoría] en ChatGPT: ¿quién aparece? ¿qué fuentes cita?

✦ CHECKLIST

TU CONTENIDO, LISTO PARA RESPONDER.

- Una página que responda a fondo cada grupo de preguntas
- La respuesta en las primeras líneas; el detalle, después
- Datos propios: casos, cifras y rangos de precio
- Autor, fecha de actualización y fuentes visibles
- Mismo nombre, categoría y oferta en sitio, perfiles y directorios
- Presencia fuera de tu sitio: reseñas, comparativas y comunidades
- Datos estructurados (schema) por tipo de asset: buena práctica de bajo costo, no una palanca probada

✦ PUENTE A DIEGO

CÓMO SABER SI FUNCIONA, SIN DEPENDER DEL CLIC.

Búsquedas de marca

En Search Console, mes a mes. Como tendencia, no como atribución exacta.

Tráfico directo

A tus páginas de producto y de precios.

"¿Cómo nos conociste?"

En tus formularios, con ChatGPT e IA como opción. Lo más barato y lo más concreto.

<1/100

probabilidad de que dos respuestas den la misma lista de marcas. Medir a mano, una vez, es una foto.

SparkToro, ene. 2026

02

LO QUE HUBSPOT PONE SOBRE LA MESA.

Medir, entender y actuar desde donde ya viven tu contenido y tu CRM.

Diego Alvis · HubSpot Adoption Manager · Impulse

✦ DÓNDE ENTRA HUBSPOT

CJ TE DIJO QUÉ HACER. HUBSPOT TE DICE SI FUNCIONA.

Momento	Hoy, a mano	Con HubSpot AEO
Medir	Preguntarle a cada IA, una vez	Prompts rastreados, a diario, en ChatGPT, Gemini y Perplexity
Entender	Adivinar por qué no apareces	Visibilidad, sentiment, share of voice y reportes de citas
Actuar	Decidir sin datos por dónde empezar	Recomendaciones priorizadas y site audit
Comprobar	Repetir la prueba y comparar a ojo	Pestaña Impact, tendencias y AI Referrals

✦ HUBSPOT AEO · MEDIR

DE LA FOTO A LA MEDICIÓN: LOS PROMPTS.

AEO > Prompts

1. Confirmas marca, dominio, competidores, productos e ICP.
2. HubSpot sugiere prompts. Generas más con IA o escribes los tuyos, en el idioma de tu ICP.
3. Cada prompt pertenece a una etapa: Awareness, Consideration, Evaluation o Decision.
4. Los corre **a diario**. Por eso se leen tendencias de días o semanas.

EJEMPLO · CONSIDERATION

"¿Qué CRM me recomiendas para una empresa mediana en Perú que vende por WhatsApp?"

ChatGPT · Gemini · Perplexity

Premium Pack: Claude, Google AI Mode y Google AI Overviews.

✦ HUBSPOT AEO · ENTENDER

TRES LECTURAS PARA SABER DÓNDE ESTÁS.

AEO > Dashboard

Brand visibility

Qué tan seguido apareces en las respuestas a tus prompts rastreados, y su tendencia.

Sentiment

Qué tan positiva o negativamente describen tu marca, y cómo cambia con el tiempo.

Share of voice

Tu parte del total de menciones de marca frente a tus competidores.

Cada motor puede responder distinto: **filtra por motor y por fecha.**

✦ HUBSPOT AEO · ENTENDER

LAS FUENTES QUE USA LA IA, UNA POR UNA.

AEO > Citations

Owned domain citation rate vs. competitors

¿Citan tu sitio o el de tu competidor?

Citations with brand mention rate vs. competitors

¿Tu marca aparece en lo citado, venga de donde venga?

Citations by channel

Owned, competitor, earned, peer, UGC, affiliate y social.

Citations by content type

Listicles, blogs, comparativas, reseñas, documentación y más.

Con los dos primeros ubicas tu marca en el cuadro de CJ: te nombran, te citan, ambas o ninguna.

✦ HUBSPOT AEO · ACTUAR

DE LA MÉTRICA A LA ACCIÓN.

AEO > Recommendations

Owned content

Crear o actualizar contenido en tu sitio. Puede generar el borrador de un blog.

Social amplification

Participar en Reddit y crear contenido para LinkedIn o YouTube.

Outreach

Identificar publicaciones de terceros donde conviene aparecer.

CADA RECOMENDACIÓN TRAE

- Tipo de contenido y canal
- Prioridad
- Citation lift proyectado
- Por qué se recomienda

La IA propone. Tu equipo revisa y publica.

✦ HUBSPOT AEO · ACTUAR

SITE AUDIT: EL CHECKLIST, APLICADO A TU SITIO.

AEO > Recommendations > Site audit

Content audit

Compara tus páginas con tus prompts y marca problemas de buenas prácticas de AEO, como títulos faltantes.

Lista priorizada, página por página.

Technical audit

Revisa datos estructurados, etiquetas canónicas, señales de velocidad y rastreabilidad.

Lista ordenada por impacto estimado.

✦ HUBSPOT · ACTUAR

CREAR CON CONSISTENCIA, DENTRO DE HUBSPOT.

Brand voice

Aplica el tono de tu marca al generar contenido en la cuenta.

Breeze Assistant

Revisa páginas y posts, y sugiere mejoras para AEO.

Proyectos y knowledge vault

Dan a la IA tus instrucciones de AEO y contexto propio.

Content remix

Convierte contenido ya optimizado en piezas para otros canales.

✦ HUBSPOT · COMPROBAR

CÓMO VER SI MOVIÓ LA AGUJA.

Pestaña Impact

Track URL: registra una página y sigue cuánto la referencian los motores.

Antes y después

Mide tus métricas de AEO antes y después de cada cambio, y repite el audit.

AI Referrals

Fuente propia en el análisis de tráfico web para las visitas desde plataformas de IA.

"¿Cómo nos conociste?"

El campo que propuso CJ, en tus formularios de HubSpot y conectado al CRM.

✦ POR DÓNDE EMPEZAR

QUÉ INCLUYE CADA OPCIÓN.

Opción	Qué te da	Prompts · Answers/mes
AEO Grader	Una foto de tu visibilidad, como punto de partida	No aplica
HubSpot AEO	Visibilidad, prompts, competidores, citas y recomendaciones	25 · 2.500
Marketing Hub Professional	Lo anterior, más generar blogs y sugerencias de prompts con tu CRM	25 · 2.500
Marketing Hub Enterprise	Lo mismo que Professional, con más capacidad	50 · 5.000

Todas las opciones de AEO incluyen tres motores. HubSpot AEO tiene prueba gratis de 28 días. AEO Grader: hubspot.com/aeo-grader

✦ 03 · MANOS A LA OBRA

AHORA TÚ: CUATRO PASOS CON TU MARCA.

01	**Mapea**	Lista las 5 preguntas clave de tu comprador y qué página de tu sitio responde cada una.
02	**Mide**	Hazlas en ChatGPT, Gemini y Perplexity, en chat temporal o incógnito. Anota por separado: ¿te nombran? ¿te citan? ¿quién aparece?
03	**Puntúa**	Visibilidad = preguntas donde te nombran ÷ total. Compárala con dos competidores. Es una foto, no una medición.
04	**Planifica**	Elige tres acciones: una página nueva, una mejora y una fuente externa.

Los pasos 02 y 03 que hoy haces a mano son los que **HubSpot AEO hace solo, cada día.**

✦ PASO 01 · COPIA Y PEGA EN CLAUDE O CHATGPT

TU PROMPT PARA MAPEAR.

Actúa como especialista en AEO. Mi sitio es [URL]. Vendo [producto o servicio] en [país] a [perfil de cliente ideal].

1. Lista las 5 preguntas más importantes que ese comprador le haría a un asistente de IA al descubrir, comparar y decidir.

2. Para cada una, dime qué página de mi sitio la responde hoy, o si falta.

3. Devuélvelo en una tabla: pregunta, etapa, página, qué falta.

En HubSpot AEO esto es nativo: sugiere los prompts según tus productos e ICP, los asigna a una etapa y su content audit revisa tus páginas contra ellos.

✦ PASO 04 · COPIA Y PEGA EN CLAUDE O CHATGPT

TU PROMPT PARA EL PLAN.

Actúa como especialista en AEO. Estos son mis resultados: [pega tu tabla del paso 01 y tus notas: ¿me nombran?, ¿me citan?, ¿quién aparece?, ¿qué fuentes cita?]. Usa solo estos datos; no inventes cifras.

1. Propón tres acciones: una página nueva, una mejora de una página existente y una fuente externa donde conviene aparecer.

2. Ordénalas por prioridad y explica qué pregunta ataca cada una y por qué.

3. Devuélvelo en una tabla: prioridad, acción, pregunta, cómo medir el cambio. Deja en blanco responsable y fecha de la próxima medición.

En HubSpot AEO esto es nativo: la pestaña Recommendations prioriza acciones a partir de las citas de tus prompts, con su citation lift proyectado.

✦ 04 · TE LLEVAS

DOS DOCUMENTOS, HECHOS HOY.

Informe de visibilidad

- Tus 5 preguntas y su etapa
- En qué asistentes te nombran y te citan
- Quién aparece en tu lugar
- Qué fuentes cita la IA

Hecho con: el prompt de mapeo y tus pruebas en ChatGPT, Gemini y Perplexity. Complemento: AEO Grader.

Plan de acción

- Tres acciones priorizadas
- Un responsable por acción
- Cómo medir el cambio
- Fecha de la próxima medición

Hecho con: el prompt del plan y tus resultados de los pasos 02 y 03.

EI ✦ 27

DE USAR IA A OPERAR CON IA.

Siguiente paso: agenda tu diagnóstico de madurez. Sin costo para las 5 primeras empresas que agenden hoy.

Carlos Vidal
cjvidal.com

Diego Alvis
diego.alvis@impulse.lat

Impulse · Conversia · HubSpot