CHECKLIST WEBSOLUTIONS

15 puntos para saber si tu web está lista para que la IA te recomiende

Cada punto se revisa en menos de dos minutos y no necesitás saber programar. Al final sumás los que te dieron bien y sabés exactamente dónde estás parado.

EB

Emma Basavilbaso

WebSolutions · Agencia de GEO, SEO y desarrollo web
SEO, GEO y Growth Marketing · Zona Norte, Buenos Aires

Antes de empezar

Cuando alguien le pregunta a ChatGPT, Gemini o Perplexity por un proveedor de tu rubro, el modelo arma una respuesta con tres o cuatro nombres. No hay segunda página. O estás adentro de esa respuesta o no existís para esa persona.

Lo que decide si estás adentro no es qué tan linda es tu web. Es si el modelo puede **entender qué hacés**, **verificar que existís** y **encontrar a alguien más que hable de vos**. Esos son los tres ejes de esta lista.

> **Hacé esto primero.** Abrí ChatGPT y escribí: «mejores [tu rubro] en [tu zona]». Anotá si aparecés, cómo te describen si te nombran, y qué fuentes cita. Ese minuto te va a dar contexto para todo lo que sigue.

Los 15 puntos están agrupados en tres bloques. Tildá la casilla de los que cumplas hoy — no de los que pensás arreglar. Al final hay una tabla para interpretar el puntaje.

1

Que te entiendan

Puntos 1 a 5. Si el modelo no puede describirte, no puede recomendarte.

2

Que te verifiquen

Puntos 6 a 10. Sin datos comprobables no hay confianza, y sin confianza no hay mención.

3

Que hablen de vos

Puntos 11 a 15. Lo que dicen otros pesa más que lo que decís vos.

Bloque 1 · Que te entiendan

PUNTOS 1 A 5

1 Tu home dice qué hacés, para quién y dónde, en los primeros dos párrafos

Cómo revisarlo: abrí tu home y leé solo lo primero que aparece, sin scrollear. ¿Un desconocido sabría a qué te dedicás, a qué tipo de cliente y en qué zona?

Si tenés que scrollear para que se entienda, el modelo tampoco llega: el 44% de las citas sale del primer tercio del contenido.

2 No usás frases vacías como «soluciones integrales» o «pasión por lo que hacemos»

Cómo revisarlo: buscá en tu home las palabras *integral*, *innovador*, *excelencia*, *pasión*, *a medida*. Cada aparición es una línea que no dice nada.

Un modelo no puede recomendar lo que no puede describir. «Soluciones integrales» es lo mismo que no escribir nada.

3 Cada servicio tiene su propia página, no un ítem en una lista

Cómo revisarlo: contá tus servicios principales y contá cuántas URLs propias tienen. Si cinco servicios viven en una sola página, tenés una sola oportunidad de que te citen.

Las páginas cortas reciben cuatro veces menos citas que las que desarrollan un tema a fondo.

4 Los títulos siguen una jerarquía real: un H1, después H2, después H3

Cómo revisarlo: en Chrome, clic derecho → Inspeccionar, y buscá las etiquetas h1, h2, h3. Tiene que haber un solo H1 por página y el orden no puede saltearse.

Casi siete de cada diez páginas que las IAs citan respetan esa jerarquía. Es la forma en que el modelo entiende de qué trata cada parte.

5 Tenés una sección de preguntas frecuentes con respuestas directas

Cómo revisarlo: ¿hay una página o bloque donde respondas las cinco preguntas que más te hacen antes de contratarte? Yojo: la respuesta tiene que estar en la primera oración, no al final del párrafo.

Las preguntas frecuentes son el formato que más se parece a cómo un modelo arma una respuesta. Es el contenido más fácil de citar.

Bloque 2 · Que te verifiquen

PUNTOS 6 A 10

6

Tu sitio tiene datos estructurados de tipo Organization

Cómo revisarlo: entrá a *search.google.com/test/rich-results*, pegá la URL de tu home y fijate si detecta algo. Si dice que no encontró datos estructurados, este punto no lo cumplís.

Seis de cada diez páginas citadas por IAs los tienen. Son la etiqueta que le dice al modelo qué es tu empresa, sin que tenga que adivinar.

7

Si atendés una zona, tenés datos estructurados de tipo LocalBusiness

Cómo revisarlo: misma herramienta que el punto anterior. Tiene que aparecer dirección, horario y zona de cobertura.

Sin esto, para una consulta local el modelo no tiene forma de saber que estás en su zona.

8

Tu página «Nosotros» tiene nombres reales, años de experiencia y dirección

Cómo revisarlo: leé tu página Nosotros. ¿Figura al menos un nombre y apellido? ¿Desde qué año trabajan? ¿Dónde están físicamente? ¿Matrícula o registro, si corresponde al rubro?

Una foto de equipo y la palabra «compromiso» no verifican nada. Los modelos necesitan poder comprobar que existís.

9

Tu ficha de Google está completa y activa

Cómo revisarlo: buscá tu marca en Google. ¿Aparece la ficha con horarios, fotos recientes, servicios listados y teléfono? ¿Publicaste algo en los últimos tres meses?

Es la fuente de datos locales más consultada que existe. Una ficha a medias es una recomendación perdida.

10

Tu nombre, dirección y teléfono son idénticos en todos lados

Cómo revisarlo: compará tu web, tu ficha de Google, tu Instagram y cualquier directorio donde estés. ¿El nombre está escrito igual? ¿El teléfono tiene el mismo formato? ¿La dirección coincide?

Cuando los datos no coinciden, el modelo no sabe si sos una empresa o tres parecidas, y ante la duda no te nombra.

Bloque 3 · Que hablen de vos

PUNTOS 11 A 15

11

Estás dado de alta en al menos tres directorios de tu rubro

Cómo revisarlo: buscá «directorio [tu rubro] Argentina» y fijate en cuántos figurás. Cámaras, asociaciones, portales del sector y guías locales cuentan.

Es seis veces y media más probable que te citen desde una fuente externa que desde tu propio dominio.

12

Hay al menos una mención tuya en un medio que no controlás

Cómo revisarlo: buscá el nombre de tu empresa en Google, entre comillas, y descontá tu web y tus redes. ¿Queda algo? Una nota local, una entrevista, un caso publicado por un cliente.

Un modelo desconfía de lo que una marca dice de sí misma, igual que vos. Confía en lo que dicen otros.

13

Tenés reseñas recientes y respondés todas, también las malas

Cómo revisarlo: mirá tus reseñas de Google. ¿La más nueva es de los últimos tres meses? ¿Están todas respondidas?

Las reseñas dejaron de ser prueba social para la gente y pasaron a ser fuente de datos para los modelos.

14

Publicaste al menos un dato propio que nadie más tiene

Cómo revisarlo: ¿hay en tu web algún número, comparativa o resultado que salga de tu experiencia y no de repetir lo que dice todo el mundo? Aunque sean tres casos: decí que son tres.

Las páginas con datos originales reciben casi el triple de citas. Repetir lo que dicen todos no te cita nadie.

15

Actualizaste algo de tu sitio en los últimos 30 días

Cómo revisarlo: mirá la fecha de tu última publicación o de la última vez que revisaste una página de servicio. Actualizar no es publicar algo nuevo: es mejorar lo que ya tenés.

El contenido revisado cada 30 días recibe más del triple de citas. Publicar y olvidarse ya no alcanza.

Tu puntaje

Sumá los puntos que tildaste. No cuentan los que pensás arreglar la semana que viene.

0 a 5

Sos invisible para la IA, y eso hoy tiene arreglo barato

La buena noticia es que estás en el punto donde el trabajo rinde más. Empezá por los puntos 1, 2 y 8: no cuestan plata, cuestan una tarde, y cambian de inmediato cómo te describe un modelo. Recién después metete con los datos estructurados.

6 a 10

Te entienden, pero no te encuentran

Lo más probable es que tengas la casa ordenada puertas adentro y nada afuera. El cuello de botella está en el bloque 3. Una nota en un medio del rubro y el alta en tres directorios te mueven más la aguja que diez artículos en tu blog.

11 a 15

Estás mejor que casi todo tu rubro

Ahora la pregunta cambia: ya no es si estás listo, sino en qué preguntas concretas aparecés y en cuáles te gana la competencia. Eso ya no se responde con un checklist, se responde midiendo.

Una advertencia honesta. Este checklist te muestra el síntoma, no la causa. Podés cumplir los 15 puntos y seguir sin aparecer si tu competencia hizo lo mismo antes y mejor. Para saber eso hay que medir, no revisar.

¿Querés ver desde dónde arrancás?

El Diagnóstico GEO es el paso siguiente natural a este checklist. En vez de revisar tu web, mide qué dicen las IAs de vos hoy.

- → **30 preguntas reales de tu categoría, corridas en ChatGPT, Gemini, Perplexity y Claude**
- → **Informe con captura de cada respuesta: dónde aparecés, dónde no, y cómo te describen**
- → **Comparativa contra tus tres competidores directos y de qué fuente sale cada mención**
- → **Video de 15 minutos explicándolo y llamada de 45 minutos con los tres arreglos prioritarios, en orden**

Siete días hábiles, sin contrato ni permanencia. Y si después hacés la implementación conmigo, se descuenta entero: el diagnóstico te termina saliendo cero.

Ver el Diagnóstico GEO **Escribirle a Emma**

WhatsApp +54 9 11 6653 5666
websolutions.com.ar · Instagram @webs.solutions
Emma Basavilbaso · Zona Norte, Buenos Aires