Monitorizare AI Visibility

Evolutia brandului, competitorilor si surselor citate

30 iunie - 31 octombrie 2026 | Brand X | Pompe de caldura | Romania

ChatGPT	Google AI Overviews	Perplexity	Microsoft Copilot
30%	**30%**	**30%**	**40%**
6 din 20 raspunsuri	6 din 20 raspunsuri	6 din 20 raspunsuri	8 din 20 raspunsuri

Rezultatul central

Brand X apare in 27 din 80 de raspunsuri in iunie si in 26 din 80 in octombrie. Perplexity scade de la 50% la 30%, iar Microsoft Copilot creste de la 30% la 40%. In octombrie, website-ul este citat in 17 raspunsuri, fata de 24 in iunie.

In iulie si august, activitatea GEO a Brand X este redusa, iar Brand 1 si Brand 2 continua sa dezvolte si sa consolideze. Raportul documenteaza coincidenta in timp.

Ce urmareste raportul

Acelasi set de 20 de intrebari fara nume de brand (non-branded), in aceleasi patru sisteme, la fiecare dintre cele cinci evaluari. Sunt urmarite vizibilitatea, pozitia, tonul, clasamentul competitorilor, citarile, sursele si exactitatea descrierilor.

Indicator Brand X	30 iunie	31 octombrie
Vizibilitatea brandului (Brand Coverage)	27/80 | 33,8%	26/80 | 32,5%
Pozitie medie (Brand Position)	2,0	2,4
Scorul tonului (Brand Sentiment)	+67/100	+62/100
Vizibilitatea domeniului (Domain Coverage)	24/80 | 30,0%	17/80 | 21,3%

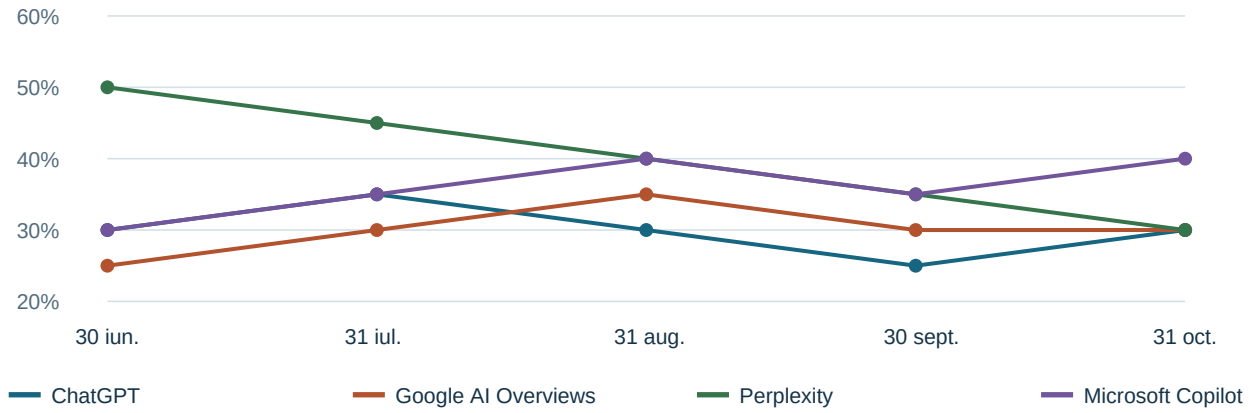
CORE: ChatGPT, Google AI Overviews, Perplexity si Microsoft Copilot.
EXTENDED adauga Google AI Mode, Google Gemini si Claude. Acest raport demonstrativ foloseste CORE.

1. Evolutia vizibilitatii pe sisteme

Fiecare evaluare include 20 de raspunsuri pe sistem si 80 in total. Procentul arata in cate raspunsuri apare Brand X. Coloana finala afiseaza valorile de inceputul monitorizarii (Iunie) si de la sfarsitul monitorizarii (Octombrie).

Sistem AI	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.	Iunie → oct.
ChatGPT	6/20 | 30%	7/20 | 35%	6/20 | 30%	5/20 | 25%	6/20 | 30%	30% → 30%
Google AI Overviews	5/20 | 25%	6/20 | 30%	7/20 | 35%	6/20 | 30%	6/20 | 30%	25% → 30%
Perplexity	10/20 | 50%	9/20 | 45%	8/20 | 40%	7/20 | 35%	6/20 | 30%	50% → 30%
Microsoft Copilot	6/20 | 30%	7/20 | 35%	8/20 | 40%	7/20 | 35%	8/20 | 40%	30% → 40%
Total	27/80 | 33,8%	29/80 | 36,3%	29/80 | 36,3%	25/80 | 31,3%	26/80 | 32,5%	33,8% → 32,5%

Vizibilitatea Brand X pe sisteme



Pozitia si scorul tonului pe parcursul perioadei

Indicator	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.
Pozitie medie	2,0	2,1	2,2	2,3	2,4
Scorul tonului	+67	+66	+65	+63	+62

Pozitia medie descrie locul ocupat de brand in raspunsurile in care apare. O valoare mai apropiata de 1 indica o pozitie mai sus. Scorul tonului este un indicator simulat, prezentat separat de numarul raspunsurilor pozitive si de exactitate.

2. Intrebari care cresc sau pierd vizibilitate

La fiecare data, o intrebare are patru raspunsuri, cate unul pe sistem. Exemplele de mai jos reunesc intrebarile cu rezultate bune, cresterile, scaderile si cazurile stabile.

Intrebare fara nume de brand (non-branded)	Mentiuni Iunie	Mentiuni Oct.	Citari site Iun-Oct
Ce capacitate trebuie aleasa pentru o casa izolata de 150 m2?	3/4 | 75%	4/4 | 100%	2 → 2
Ce pompe de caldura aer-apa sunt potrivite pentru o locuinta de 120 m2?	2/4 | 50%	3/4 | 75%	1 → 1
Ce furnizori instaleaza pompe de caldura in judetul Brasov?	3/4 | 75%	1/4 | 25%	2 → 0
Cat costa instalarea unei pompe de caldura si ce include oferta?	2/4 | 50%	0/4 | 0%	2 → 0
Ce diferente conteaza intre doua pompe de caldura aer-apa pentru o locuinta permanenta?	2/4 | 50%	2/4 | 50%	1 → 1

Intrebarea despre capacitate ajunge la 4/4 mentiuni. Intrebarea despre instalatori scade de la 3/4 la 1/4, iar cea despre cost de la 2/4 la 0/4. Pentru fiecare variatie se pot compara raspunsurile si URL-urile citate.

3. Clasamentul brandurilor in toate sistemele

Ordinea este data de numarul total de mentiuni in octombrie. Share of Voice arata ce parte din totalul mentiunilor celor patru branduri revine fiecarui brand.

Brand	Vizibilitate iunie	Vizibilitate oct.	Share of Voice iunie → oct.	Pozitie medie oct.	Scor ton oct.
Brand 1	24/80 | 30,0%	33/80 | 41,3%	30,4% → 32,4%	1,8	+70
Brand X	27/80 | 33,8%	26/80 | 32,5%	34,2% → 25,5%	2,4	+62
Brand 2	18/80 | 22,5%	26/80 | 32,5%	22,8% → 25,5%	2,2	+51
Brand 3	10/80 | 12,5%	17/80 | 21,3%	12,7% → 16,7%	2,7	+38

In octombrie, Brand X are 26 din cele 102 de mentiuni ale grupului. Un raspuns poate numi mai multe branduri. Pozitia medie in raspuns este un indicator separat de locul in clasamentul pe mentiuni.

Profilul de vizibilitate in cautarea AI

Brand	Vizibilitate in raspunsuri	Scor indicativ de probabilitate de cumparare
Brand X	32,5%	72%
Brand 1	41,3%	83%
Brand 2	32,5%	66%
Brand 3	21,3%	49%

Exemplu cu scoruri simulate. Scorul de probabilitate de cumparare descrie o estimare in raspunsurile AI.

3. Evolutia competitiva pe fiecare sistem

Sunt comparate aceleasi patru branduri, pe baza celor 20 de raspunsuri ale fiecarui sistem. Coloana finala arata locul fiecarui brand in octombrie, dupa numarul de mentiuni.

ChatGPT

Brand	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.	Loc oct.
Brand X	30%	35%	30%	25%	30%	2
Brand 1	35%	40%	40%	40%	45%	1
Brand 2	20%	20%	25%	25%	30%	2
Brand 3	10%	15%	15%	15%	20%	4

Google AI Overviews

Brand	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.	Loc oct.
Brand X	25%	30%	35%	30%	30%	2
Brand 1	20%	25%	25%	30%	30%	2
Brand 2	25%	25%	30%	35%	35%	1
Brand 3	15%	15%	20%	20%	20%	4

Perplexity

Brand	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.	Loc oct.
Brand X	50%	45%	40%	35%	30%	3
Brand 1	25%	30%	35%	40%	45%	1
Brand 2	20%	25%	25%	30%	35%	2
Brand 3	10%	15%	15%	20%	20%	4

Microsoft Copilot

Brand	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.	Loc oct.
Brand X	30%	35%	40%	35%	40%	2
Brand 1	40%	40%	40%	40%	45%	1
Brand 2	25%	25%	30%	30%	30%	3
Brand 3	15%	15%	20%	20%	25%	4

In Perplexity, Brand X trece de pe locul 1 pe locul 3. Brand 1 creste de la 25% la 45%, iar Brand 2 de la 20% la 35%. Brand X termina pe locul 2 in Microsoft Copilot si pe locul 2 la egalitate in ChatGPT si Google AI Overviews.

4. Evolutia citarilor si a surselor

Vizibilitatea unui domeniu arata ponderea raspunsurilor care citeaza cel putin o pagina de pe acel domeniu. O aparitie a sursei este o citare observata intr-un raspuns.

Data	Raspunsuri cu citare proprie	Pagini proprii distincte	Domenii externe distincte
30 iun.	24/80 | 30,0%	11	21
31 iul.	22/80 | 27,5%	10	23
31 aug.	20/80 | 25,0%	10	24
30 sept.	18/80 | 22,5%	9	26
31 oct.	17/80 | 21,3%	8	29

Vizibilitatea domeniilor urmarite

Domeniu / categorie	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.
Website Brand X / Brand	30,0%	27,5%	25,0%	22,5%	21,3%
Website Brand 1 / Competitor	11,3%	12,5%	13,8%	15,0%	17,5%
Publicatie A / Presa si media	13,8%	13,8%	15,0%	16,3%	18,8%
Portal B / Alte website-uri	6,3%	7,5%	8,8%	10,0%	11,3%

Distributia celor 160 de aparitii in octombrie

Categorie	Aparitii	Pondere
Alte website-uri externe	68	42,5%
Pagini ale competitorilor	44	27,5%
Pagini proprii Brand X	28	17,5%
Retele sociale	12	7,5%
Directoare si alte surse	8	5,0%
Total	160	100%

In octombrie, 17 din 80 de raspunsuri citeaza website-ul, fata de 24 in iunie. Cele 28 de citari proprii din octombrie provin din opt pagini distincte. Domeniile externe distincte cresc de la 21 la 29.

5. Pagini citate care s-au schimbat

Mai jos sunt reunite intr-un singur tabel URL-urile cu cele mai multe citari si exemple din categoriile nou, in crestere, stabil, in scadere si pierdut. „Nou” inseamna prima aparitie nou identificata.

Pagina selectata	Citari iunie	Citari oct.	Diferenta	Categorie
Pagina modelului HX-12	12	7	-5	In scadere
Pagina de instalare	8	4	-4	In scadere
Ghid pentru alegerea capacitatii	6	3	-3	In scadere
FAQ despre garantie	0	6	+6	Nou
Comparatie cu alte modele	4	4	0	Stabil
Ghid de pregatire a instalarii	1	2	+1	In crestere
Pagina despre programarea instalarii	2	0	-2	Pierdut

Prioritatea este compararea intrebarilor care generau citari catre paginile de instalare si dimensionare in iunie cu raspunsurile si sursele din octombrie.

6. Exactitatea si tonul descrierii brandului

Exactitate	Iunie	Octombrie	Ce inseamna
Corecte	19/27 | 70,4%	17/26 | 65,4%	Descrierile corespund informatiilor publicate.
Incomplete	6/27 | 22,2%	7/26 | 26,9%	Lipsesc informatii importante despre ce include oferta.
Inexacte	2/27 | 7,4%	2/26 | 7,7%	Apar afirmatii care difera de informatiile publicate.

Tonul raspunsului	Iunie	Octombrie
Pozitiv	20/27 | 74,1%	18/26 | 69,2%
Neutru	5/27 | 18,5%	6/26 | 23,1%
Negativ	2/27 | 7,4%	2/26 | 7,7%

Tonul pozitiv scade de la 20 din 27 la 18 din 26. Separat, doua raspunsuri afirma ca instalarea este disponibila la nivel national. In scenariu, compania deserveste patru judete.

7. Indicatori SEO folositi ca reper

Date complementare din analiza tehnica si de autoritate a website-ului.

Indicator	30 iun.	31 iul.	31 aug.	30 sept.	31 oct.
Ahrefs Domain Rating	11,8 / 100	12,0 / 100	12,1 / 100	12,2 / 100	12,4 / 100
Linkuri individuale (Ahrefs)	430	442	455	470	486
Domenii distincte (Ahrefs)	162	165	168	172	175
Moz Domain Authority	17 / 100	17 / 100	18 / 100	18 / 100	18 / 100
Domenii distincte (Moz)	115	116	118	120	121
Analiza tehnica SEO On-Page	82 / 100	82 / 100	82 / 100	82 / 100	82 / 100

8. Ce poate explica scaderea si ce urmeaza

Factor	Ce merita verificat
Activitate GEO redusa in iulie si august	Ce intrebari au ramas fara informatii actualizate pe paginile proprii.
Competitorii dezvolta in continuare	Ce pagini noi apar in raspunsuri si ce intrebari acopera.
Raspunsuri si surse variabile	Daca schimbarea persista la urmatoarea evaluare pe acelasi set.
Setul de 20 de intrebari pe sistem	Un raspuns inseamna 1 din 20. Interpretarea se limiteaza la intrebarile urmarite.

Constatare	Actiune GEO
Perplexity scade de la 50% la 30%.	Compara raspunsurile din iunie si octombrie. Identifica intrebarile unde dispare mentiunea.
Raspunsurile cu citare proprie scad de la 24 la 17.	Actualizeaza paginile de instalare si dimensionare. Leaga informatiile de pagina modelului, ghid si FAQ.
Doua raspunsuri descriu inexact aria de instalare.	Precizeaza cele patru judete pe pagina serviciului si verifica aceeasi intrebare luna urmatoare.
Mentiunile scad la intrebari despre cost si instalare.	Completeaza costurile, ce include instalarea si garantia. Urmareste aceleasi intrebari.

Cronologia si sursele citate arata unde trebuie investigata schimbarea. Pentru urmatoarea evaluare se pastreaza setul de intrebari, pentru a compara rezultatele in aceleasi conditii.