SEO, GEO e AEO lado a lado

SEO, GEO e AEO são três frentes de um mesmo trabalho. O SEO faz com que o site seja encontrado e percebido, o AEO faz com que a página passe a ser a resposta direta e o GEO trata da presença da marca nas respostas geradas por IA. O SEO é a base das outras duas, e as três são medidas em separado.

1 O quadro comparativo

	SEO	AEO	GEO
Pergunta a que responde	O meu site é encontrado?	A minha página passa a ser a resposta direta?	A IA cita a minha marca, e com as informações certas?
Onde aparece	Na lista de resultados do Google e do Bing.	Nos fragmentos em destaque, nas “Outras perguntas dos utilizadores” e nos assistentes.	Na Visão geral e no Modo IA do Google, no ChatGPT, no Gemini, no Perplexity e no Copilot.
O que mais pesa	Base técnica, conteúdo e autoridade.	Resposta primeiro e estrutura de pergunta e resposta.	Clareza sobre a marca, dados com fonte e o que outros sites dizem dela.
Como medir	Posição, impressões e cliques, no Search Console.	As perguntas em que a página aparece como resposta.	Presença, posição e informações da marca nas mesmas perguntas, repetidas nas IA.

Uma rotina sugerida: SEO e AEO todos os meses, no Search Console e na sua lista de perguntas. GEO em rondas repetidas, porque as respostas variam: no Raio-X da Flowup, as empresas recomendadas foram exatamente as mesmas em apenas 3 de 287 comparações entre rondas.

2 Onde se encontram

A base técnica
Um site que os robôs não leem fica fora das três.

O conteúdo
Resposta primeiro, com dados e fonte, ajuda as três frentes.

A autoridade
O que outros dizem da sua marca pesa no Google e nas IA.

3 Por onde começar

A base — Verifique se o site pode ser encontrado e lido.

As respostas — Organize as respostas para as perguntas reais do seu público.

A medição — Ao mesmo tempo, comece a medir a presença da sua marca nas IA, para saber de onde parte.

4 A Temporada 01 em 7 linhas

01	A pesquisa passou a ser pergunta, e a lista passou a ser resposta.
02	Os motores de pesquisa rastreiam, indexam e mostram.
03	Pesquisar passou a ser conversa.
04	SEO: ser encontrado e percebido.
05	GEO: estar nas respostas da IA.
06	AEO: passar a ser a resposta direta.
07	As três juntas, e como medir cada uma.

Fontes. Flowup, Raio-X das recomendações de IA no B2B, edição 1, recolha de 30/10 a 02/11/2026, estudo publicado no site da Flowup no Brasil. Flowup Academy, episódios 01 a 06 da Temporada 01 (flowup.agency/pt/academy/).