SEOcamp: 4ª edição Remota - Brasil
17 e 18 de Setembro de 2026

SEOcamp

COMO PROVAR O ROI DE GEO/AEO

SEOcamp: 4ª edição Remota - Brasil
17 e 18 de Setembro de 2026

SEOcamp



PATRICK PERDIGÃO

SEO in-house · Omie

SEOcamp

GEO

AEO

LLMO

GAIO

AISEO



"Não é GEO. Não é AEO. É SEO."

— Natzir Turrado

"Busca com IA é uma evolução clássica do SEO
— como foram a busca por voz e o mobile-first.
Cuidado com os GEO grifters."

— Lily Ray

SEOcamp

A RESPOSTA SUBSTITUIU O CLIQUE.

POUCO TRÁFEGO, MUITA CONVERSÃO

4,4x

Tráfego de busca com IA converte 4,4 vezes mais que o orgânico tradicional.

Semrush

12,1%

Dos signups vieram de busca com IA — com apenas 0,5% do tráfego.

Ahrefs

15,9%

Conversão do referral do ChatGPT, contra 1,76% do orgânico do Google.

Seer Interactive

O TAMANHO DO BURACO

GA4: 1% das conversões vindas de IA.
Pesquisa pós-conversão: 9%.

Orgânico e pago bateram nos dois métodos. A autodeclaração não infla tudo — ela diverge exatamente onde o clique não existe.

Refine Labs: podcast aparecia em 53% da receita pela autodeclaração e praticamente 0% pelo software. Rastreamento por clique nunca capturou canal sem clique. IA é só o caso mais recente.

O FATOR DE CORREÇÃO

O analytics atribuiu	O cliente declarou	Fator de correção	Como usar
40 leads	**120 leads**	**120 ÷ 40 = 3**	**atribuído × 3**
Referral de IA no GA4, mesmo período de 30 dias	"Como você chegou até aqui?" — ChatGPT, Perplexity ou similar	Seu analytics está vendo um terço do canal	Bônus: quando responder ChatGPT, pergunte o que ele digitou

TRÊS CUIDADOS QUE DÃO CREDIBILIDADE



Pergunte no momento de maior intenção

Na conversão pra pago, não no cadastro gratuito. No cadastro a resposta é vaga.



Recalcule a cada trimestre

O fator muda conforme o canal amadurece. O número de hoje não vale em seis meses.



Direcional, não exato

Serve pra dimensionar o canal e priorizar. Não serve pra fechar contrato.

SEOcamp

MEDIU UMA VEZ?
ISSO É SORTEIO.

VISIBILIDADE É AMOSTRAGEM, NÃO PRINT

34–42%

É só isso que se repete nas fontes citadas entre dias consecutivos, com o mesmo prompt. Marcas mencionadas: 45–59%.

arXiv

7x por dia

Mínimo de execuções por prompt, por dia, pra estimativa ter erro padrão aceitável.

arXiv

3 semanas

De tendência antes de ler o número. Prompts fixos, concorrentes fixos, várias rodadas por dia.

Conclusão prática

SEOcamp

A CONTA

Etapa	Fórmula	Exemplo	Resultado
1. Volume real	leads atribuídos × fator de correção	40 × 3	**120 leads**
2. Clientes	leads reais × taxa de fechamento	120 × 10%	**12 clientes**
3. Lucro bruto	clientes × ticket médio × margem bruta	12 × R$ 3.000 × 60%	**R$ 21.600**
4. ROI	(lucro bruto – investimento) ÷ investimento	(21.600 – 12.000) ÷ 12.000	**80%**

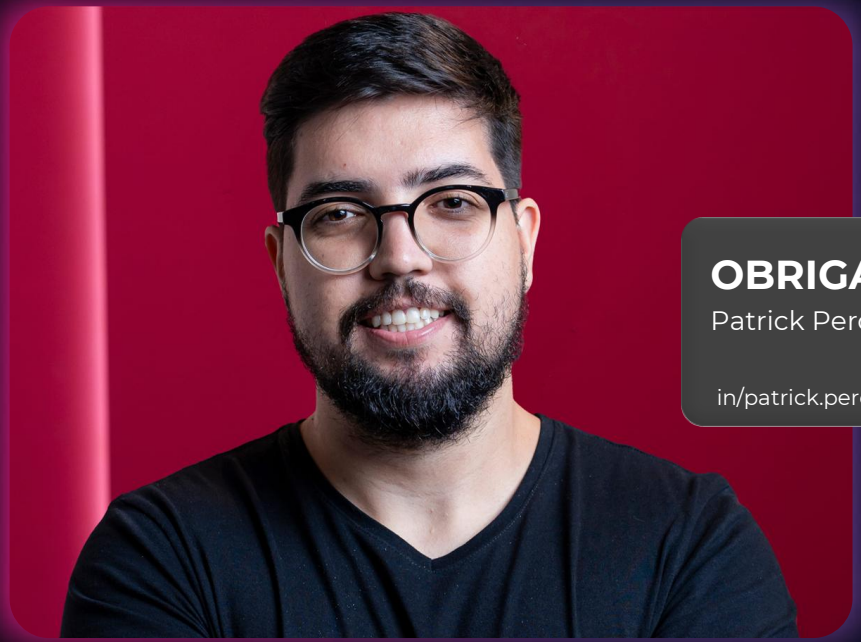
O QUE FAZER AMANHÃ

1. Pergunta de origem no formulário
Em 30 dias você tem seu fator

2. Fixe 20 prompts comerciais
Várias medições por dia, não uma

3. Refaça a conta com os seus números
Não com os dos estudos

SEOcamp



OBRIGADO!

Patrick Perdigão

in/patrick.perdigao