EL PRÓXIMO CONSUMIDOR

EN MODA: HERRAMIENTAS DE CITABILIDAD



Solana Epszteyn
Santaclara



Federico Feres
Go For
@fedeferes

🚨🚨🚨

SOLO 1 DE CADA 4 MARCAS DE MODA ES

IA- FIRST

Fuente: Tiendanube, NubeCommerce MidTerm 2026.

15%

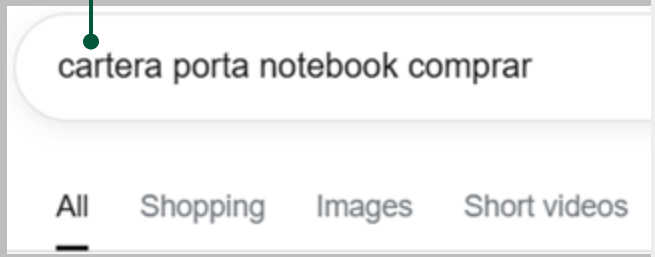
de los consumidores asume que una marca no es para ellos si la IA no se la nombra (Reino Unido)

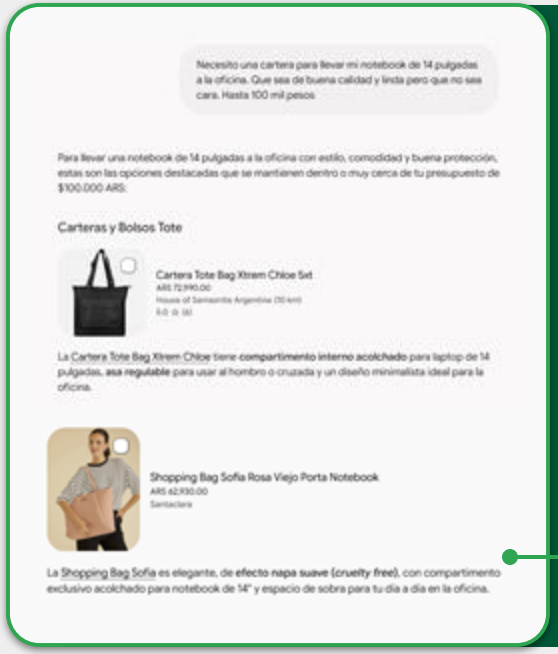
X5

creció en un año el tráfico desde asistentes de IA a tiendas de moda en México (+396%)

Fuentes: Kantar AI Barometer, Reino Unido, ene. 2026. Tiendanube, Tecnomoda México 2026.

Tu próxima clienta
no va a googlear





Le va a **preguntar a la IA.**

Que la IA recomiende tu marca a la persona correcta en el momento correcto es

CITABILIDAD

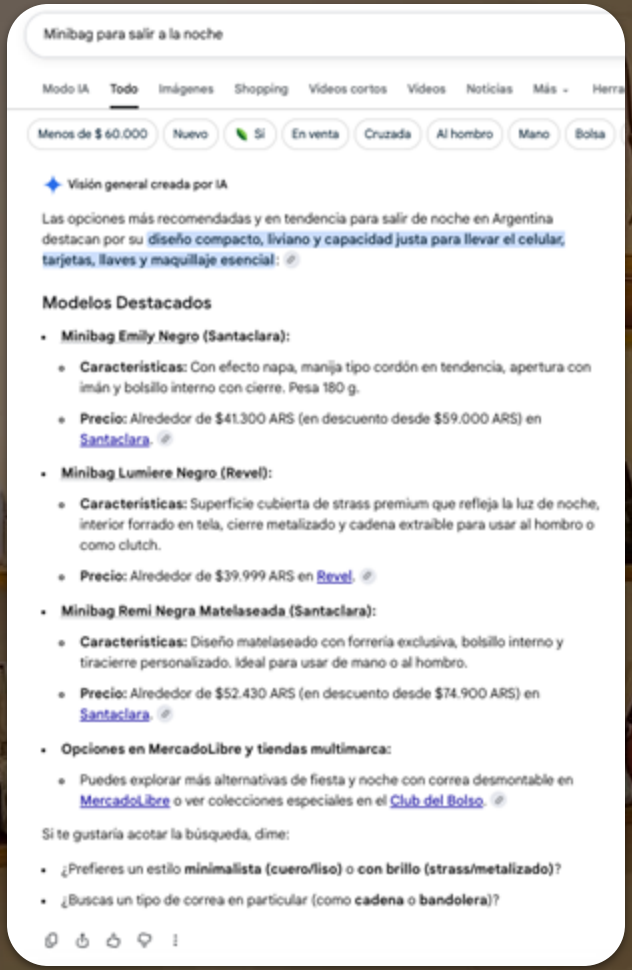
¿CÓMO HACEMOS PARA QUE LA IA NOS NOMBRE? 👩🏻‍💻

EL PRÓXIMO CONSUMIDOR

01. IMPLEMENTACIONES

WEB

SE RECOMIENDAN 2 O 3 MARCAS ANTES QUE EL CLIENTE PUEDA VER EL RESTO



LO QUE SE DICE EN REDES

“CON BUEN SEO ALCANZA”

LO QUE MUESTRAN LOS DATOS

-58%

de clics en el primer resultado de Google frente al resumen de IA

+35%

de clics orgánicos si la IA te cita en el resumen

Fuentes: Ahrefs, 300.000 keywords (feb. 2026) Seer Interactive (2026).

Si hoy le pidieras a una Inteligencia Artificial
que lea la página web de tu marca

¿ENTENDERÍA CON PRECISIÓN QUIÉN SOS Y A QUIÉN LE VENDÉS?

¿O te confundiría con cualquier otra marca del mercado?

EL EXPERIMENTO

ANÁLISIS IA	**Nos generó un reporte de marca muy preciso**
LO PREVIO	**Trabajamos SEO y GEO en cada texto del sitio web**
CÓMO NOS BUSCAN HOY	**45% de potenciales clientes buscan recomendaciones en IA**



SI LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL TE LEE Y TE DEVUELVE QUIÉN SOS, TU MARCA ES LEGIBLE

Local Consumer Review Survey 2026, BrightLocal 2026 (EEUU) brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey



SI LA IA NO LOGRA DIFERENCIARTE DE TUS COMPETIDORES, SOS UNA MARCA SIN BORDES: INDISTINGUIBLE DE LA QUE TENÉS AL LADO

¿LA LEGIBILIDAD ALCANZA? 😳

EL PRÓXIMO CONSUMIDOR

02. HABLAN

DE VOS

LO QUE SE DICE EN REDES

“GEO ES ESCRIBIR CONTENIDO OPTIMIZADO PARA IA”

LO QUE MUESTRAN LOS DATOS

82%

de las respuestas de la IA se basa en fuentes de terceros, no en tu web.

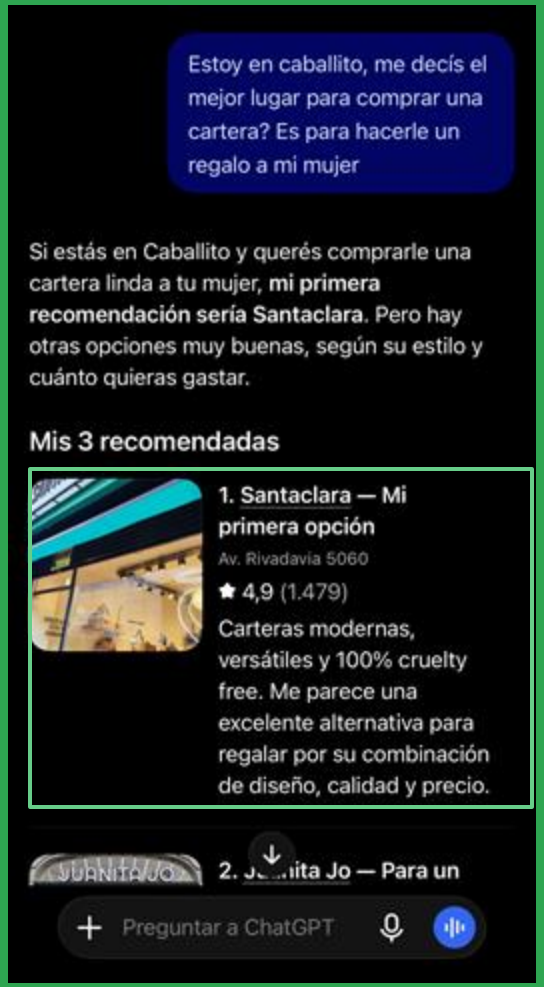
Fuente: Omniscient Digital, análisis de +23.000 citas en LLMs (2026).

LA IA NO TE CREE SOLO A VOS

TU WEB LA AYUDA A ENTENDERTE,

TUS CLIENTES LA AYUDAN A CREERTE

LA VISIBILIDAD DE NUESTROS LOCALES DEPENDE DE LAS OPINIONES DEL CLIENTE





85%

tienden a elegir un negocio después de leer reseñas positivas 👀



80%

tienden a elegir un negocio que responde todas las reseñas 👉

Local Consumer Review Survey 2026, BrightLocal 2026 (EEUU) brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey

¿APARECE TU LOCAL EN GOOGLE MAPS? ¿O APARECE EL DE LA COMPETENCIA?



NUESTRO CASO

PROBLEMA	Mucho volumen de reseñas. No llegábamos a responder con calidad
SOLUCIÓN	Implementamos el **Guardián de Reseñas** para trackear y responder con contexto
RESULTADOS	+175% de alcance +55% de clics



SUPERAMOS EN VOLUMEN Y EN PUNTUACIÓN A TODOS NUESTROS COMPETIDORES



USAMOS IA PARA CONVERTIR CADA RESEÑA EN UNA PUERTA DE ENTRADA

¿CÓMO SÉ SI ESTO ES REDITUABLE? 💸

EL PRÓXIMO CONSUMIDOR

03. HAY QUE

MEDIR

LO QUE SE DICE EN REDES

“EL TRÁFICO DE LA IA ES MARGINAL”

LO QUE MUESTRAN LOS DATOS

+60%

conversiones en consultas desde IA vs. otros canales

+53%

ticket promedio por visita desde IA vs. otros canales

Fuente: Adobe Analytics, retail EE.UU., julio 2026.

EN SANTACLARA, LA IA TIENE EL

TICKET PROMEDIO MÁS ALTO

ENTRE TODOS LOS CANALES

¿QUÉ LUGAR OCUPO EN LA IA? 👀

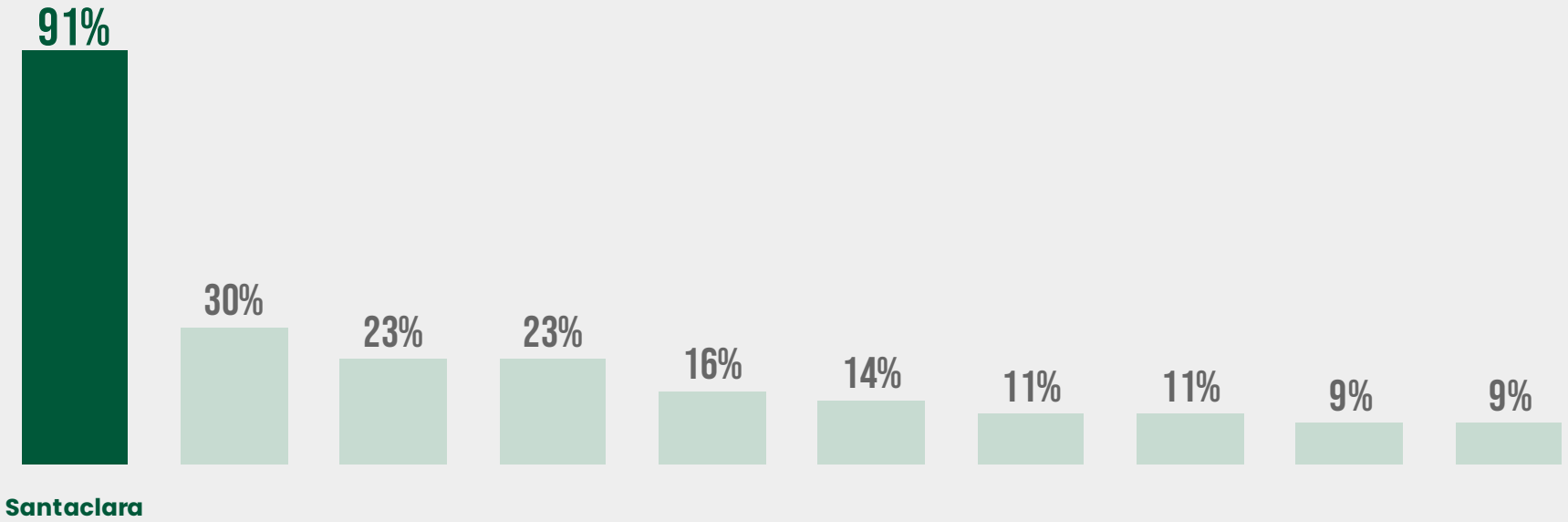
EL PRÓXIMO CONSUMIDOR

04. ENTENDER EL

SHARE

OF VOICE

SANTACLARA APARECE EN EL 91% DE LAS RESPUESTAS DE IA DE GOOGLE. LA MARCA QUE LE SIGUE, EN EL 30%



Fuente: medición de visibilidad de marca en respuestas de IA de Google. % de respuestas en las que aparece cada marca.

LO QUE SE DICE EN REDES

“SI RANKEO PRIMERO EN GOOGLE, LA IA ME NOMBRA”

LO QUE MUESTRAN LOS DATOS

7,6% de **fuentes en común** entre ChatGPT y Perplexity para la misma marca.

Cada IA cita distinto: hay que medirlas una por una, todos los meses.

Fuente: Orbit Media, 13.184 citas en 4 LLMs (2026).

LO QUE SE DICE EN REDES

“CON LA HERRAMIENTA ALCANZA”

LO QUE MUESTRAN LOS DATOS

48% de lo que cita una IA sobre una marca son reseñas, YouTube, foros y **gente hablando de ella.**

Fuente: Omniscient Digital (2026).


y es como que yo solo quiero
que hablen de mi marca

¿CÓMO HACEMOS PARTE A LOS CLIENTES? 🤝

EL PRÓXIMO CONSUMIDOR

05. GENERANDO

COMUNIDAD









DISEÑAMOS PRODUCTOS PARA LA VIDA REAL

Y NUESTRA COMUNIDAD RESPONDE.

5 COSAS QUE VAS A HACER EL LUNES

01.

RESEÑAS

respondé todas, primero las negativas

02.

WEB

respondé las 10 preguntas más frecuentes de tus clientes

03.

MEDICIÓN

creá el canal IA en GA4 y empezá a medir

04.

SHARE OF VOICE

preguntale a la IA dónde comprar lo que vendés y anotá a quién nombra

05.

COMUNIDAD

creá tu canal de difusión en IG y mandá un contenido de valor por mes

Contactá conmigo
Solana Epszteyn

Recursos gratuitos
Fede Feres

GRACIAS