

01 / Concluzii și priorități

Ce merită făcut mai întâi

Site-ul are o bază tehnică accesibilă în eșantionul testat. Prioritățile sunt afișarea mai rapidă pe mobil, dovezi mai concrete în oferta SEO și o hartă clară a căutărilor către paginile potrivite.

Audit real pe aceagency.ro, 22 octombrie 2026. Verificările publice sunt din 15:19–15:20 (București); testele Lighthouse sunt din 15:20–15:25. Cercetarea Semrush folosește exporturi și observații din aceeași zi, cu scopuri explicate în raport. Nu am folosit GSC, GA4 sau CRM.

Prioritate	Constatare	Decizia propusă
P1 · F01	LCP mobil 4,1–4,5 s în două teste ale paginii SEO	Investigați resursele care întârzie afișarea; validați din nou după schimbare.
P1 · F02	Oferta SEO explică procesul; dovada de rezultate SEO rămâne un punct de plecare	Adăugați un exemplu detaliat de intervenție, cu situație inițială și criteriu de verificare.
P2 · F03	Mai multe expresii relevante servesc aceeași intenție	Consolidați destinațiile și acoperirea, înainte de pagini noi pe sinonime.
P2 · F04	Benchmarkul Semrush indică 0 domenii către pagina SEO în snapshot	Verificați distribuția și relevanța mențiunilor către paginile comerciale.

Ce este deja în regulă

- 12/12 pagini răspund HTTP 200, au canonical propriu și permit indexarea prin meta robots și antetul verificat.
- Titlurile sunt distincte în eșantion; fiecare pagină are un H1. Pagina auditului are deja un exemplu accesibil fără formular.
- Cele patru pagini verificate la 390 și 1.440 px nu depășesc lățimea ecranului. Traseul către cererea auditului păstrează serviciul selectat.

Nu am confirmat un blocaj critic în eșantion. P1/P2 stabilesc ordinea de lucru, nu un efect garantat asupra pozițiilor sau vânzărilor. Exemplul arată o evaluare inițială, nu un rezultat comercial obținut de un client.

02 / Verificări tehnice

Acces și indexabilitate

Am verificat răspunsul HTTP, canonicalul, titlul, H1, directivele din HTML și antetul X-Robots-Tag. Tabelul acoperă paginile selectate pentru ofertă, informare și contact; nu un crawl exhaustiv al domeniului.

URL verificat	HTTP · canonical	H1 · titlu	În sitemap
/	200 · propriu	1 · distinct	Da
/servicii	200 · propriu	1 · distinct	Da
/servicii/seo-content	200 · propriu	1 · distinct	Da
/servicii/geo-aeo	200 · propriu	1 · distinct	Da
/servicii/audit-seo	200 · propriu	1 · distinct	Da
/servicii/creare-site	200 · propriu	1 · distinct	Da
/blog/costuri-seo	200 · propriu	1 · distinct	Da
/blog/alegere-agentie-seo-geo	200 · propriu	1 · distinct	Da
/blog/seo-magazin-online	200 · propriu	1 · distinct	Da
/blog/audit-seo-implementare-geo	200 · propriu	1 · distinct	Da
/resurse/exemplu-audit-seo	200 · propriu	1 · distinct	Da
/contact	200 · propriu	1 · distinct	Da

Robots.txt permite accesul relevant la paginile selectate. Sitemapul public conținea 82 de URL-uri la verificare. Legăturile contextuale din cele patru ghiduri duc către serviciile potrivite; paginile SEO și GEO leagă deja mostra de raportare.

Schema JSON-LD din sursele care o includ se parsează fără erori de JSON. Aceasta nu este o validare a tuturor proprietăților sau a eligibilității rich results. Accesibilitatea și directivele nu dovedesc indexarea efectivă; aceasta se verifică separat în Search Console.

03 / Cercetare Semrush

Ce caută piața și unde răspundem

Cererea SEO se grupează pe intenții, nu pe câte o pagină pentru fiecare formulare. Auditul, serviciul continuu și ghidurile de decizie au roluri diferite.

Expresie	Volum estimat/lună	KD /100	Destinație propusă
servicii seo	2.900	34	Serviciul SEO
agentie seo	2.400	36	Serviciul SEO
servicii seo bucuresti	720	29	Serviciul SEO / aria locală
audit seo	260	49	Audit SEO
audit seo gratuit	140	15	Audit SEO / aceeași pagină
consultanta seo	390	13	Consultanță / de clarificat
geo seo	40	46	GEO/AEO
agentie geo	Indisponibil	19	GEO/AEO

Sursă: Semrush Keyword Overview/Bulk, România, desktop, export 22 octombrie 2026. Volumul este estimat; KD este indicatorul instrumentului. Indisponibil nu înseamnă zero. Nu însumăm sinonimele ca utilizatori sau cerere unică. Etichetele automate de intenție se confruntă cu rezultatele și oferta.

F03 · Hartă de pagini, înainte de conținut nou

- /servicii/seo-content: agenție și servicii SEO; clarificați livrabilele și dovezile, fără pagini aproape identice pentru fiecare sinonim.
- /servicii/audit-seo: audit și audit gratuit; păstrați diferența față de implementare și accesul direct la exemplu.
- /blog/costuri-seo și /blog/alegere-agentie-seo-geo: întrebări de buget și alegere, cu legături către serviciu.
- /servicii/geo-aeo: GEO/AEO pentru căutarea AI. „AEO” poate însemna și autorizare vamală; sugestiile cu acel sens se exclud.

În Position Tracking, București/mobil, exportul 16–22 octombrie arată „agentie aeo” pe 16 și „agentie geo” pe 44, rezultate organice către pagina GEO. Aceste valori descriu ținta configurată, nu toate căutările sau toate locațiile.

Acceptare F03: o destinație principală justificată pentru fiecare intenție, legături interne coerente și zero pagini noi bazate doar pe sinonime. Suprapunerea de cuvinte nu confirmă singură canibalizarea.

04 / Conținut și concurență

Dovezi care ajută alegerea

Am citit pagina SEO ACE și trei pagini concurente din benchmarkul Semrush pentru „servicii seo profesionale”. Comparația privește informațiile prezentate, nu calitatea demonstrată a serviciilor.

Pagină	Ce prezintă public	Implicație pentru ACE
The Markers · pagina SEO	Etape de lucru, servicii separate și portofoliu	Faceți vizibil ce primește clientul în fiecare etapă, cu livrabile proprii.
SEOMark · pagina SEO	Proiecte SEO nominalizate, testimoniale și estimator	Oferiți dovezi verificabile și explicați factorii de cost; nu inventați rezultate sau tarife.
SEO365 · homepage	SEO, AI Search, testimoniale și tipuri de servicii	Explicați legătura SEO/GEO prin exemple, păstrând diferența dintre citare și cerere.

F02 · Ce merită aprofundat pe /servicii/seo-content

Introducerea ACE spune concret ce oferă: SEO tehnic, conținut și mențiuni. Procesul și CTA-urile există, iar mostra arată date de plecare și intervenții. Ea nu este încă un studiu de caz care demonstrează rezultatul unei implementări SEO.

Completare propusă: un exemplu „pagină → problemă verificată → schimbare → verificare”, plus livrabilele primei etape: inventar prioritar, hartă de căutări, backlog cu URL-uri și responsabil. Folosiți dovezi proprii; rezultatele ulterioare apar numai după măsurare.

Benchmarkul datat arată 1.017 cuvinte pentru ACE și media top 10 de 2.831, respectiv 0 și 10 domenii de referință la nivelul paginilor. Snapshotul nu reflectă automat textul publicat ulterior și nu impune un număr de cuvinte sau schema Product.

[The Markers — pagina verificată](#)

[SEOMark — pagina verificată](#)

[SEO365 — pagina verificată](#)

Acceptare F02: cititorul poate identifica livrabilele, ordinea intervențiilor și o dovadă reală pentru afirmațiile despre rezultate. Efort estimat mediu; responsabil: SEO/editorial, cu validarea datelor de către firmă.

05 / Performanță

Afișarea pe mobil merită investigată

F01 · /servicii/seo-content. Lighthouse 12.8.2, Chrome headless local, o rulare desktop și două rulări mobile. Mobil: simulare de rețea lentă, RTT 150 ms și CPU încetinit 4×; desktop: presetul standard. Consimțământ neacordat, fără interacțiuni în test.

Măsurătoare	Mobil 1	Mobil 2	Desktop
Prima afișare (FCP)	3,9 s	3,6 s	0,6 s
Element principal (LCP)	4,5 s	4,1 s	0,9 s
Blocare totală (TBT)	0 ms	152 ms	0 ms
Deplasare vizuală (CLS)	0,000	0,000	0,008

Ce susține diagnosticul

Elementul LCP identificat este titlul H1, nu o imagine. În prima rulare mobilă, aproximativ 80% din LCP este întârziere de afișare. Raportul semnalează resurse CSS care blochează randarea, inclusiv foaia Google Fonts și stilurile mostrelor.

Intervenția propusă

- Verificați în waterfall dependențele fonturilor și CSS-ul necesar primului ecran; testați încărcarea fonturilor și dimensiunea stilurilor critice.
- Comparați înainte/după în aceleași condiții. Verificați și aspectul, accesibilitatea și stabilitatea titlului.
- Țintă de validare propusă: LCP mobil sub 2,5 s în rulările repetate comparabile, fără regresii vizuale. Nu este o garanție pentru toți vizitatorii.

Responsabil: dezvoltare frontend. Prioritate P1, efort estimat mediu, de rafinat după analiza resurselor. Estimările de economie ale instrumentului nu se adună și nu reprezintă câștiguri deja obținute.

Acestea sunt teste de laborator, nu Google PageSpeed Insights și nu date CrUX. Nu am inclus experiențe reale agregate sau INP. TBT nu este INP; nu declarăm că site-ul trece ori pică evaluarea Core Web Vitals pentru vizitatori.

Poate vizitatorul să ceară auditul?

Am verificat Audit SEO, SEO & Content, GEO & AEO și Contact la 390 × 1.000 și 1.440 × 1.000 px. După alegerea cookie-urilor necesare, nu am observat depășiri orizontale sau erori JavaScript în cele opt vizualizări.

Control	Rezultat observat
Audit → exemplu	Exemplul este legat din pagina serviciului și se citește fără formular.
Audit → contact	Adresa /contact?service=audit-seo păstrează selecția Audit SEO.
Date cerute	Nume, email, telefon și URL obligatorii; buget și mesaj opționale.
Confidențialitate	Formularul leagă politica de confidențialitate.
Trimitere și CRM	Nu au fost testate: nu am trimis o cerere reală.

Audit SEO — raport în 24 de ore

NUME *

Numele tău

EMAIL *

nume@companie.ro

TELEFON *

+40 ...

ADRESA SITE-ULUI PENTRU AUDIT *

https://site-ui-tau.ro

BUGET ESTIMAT PENTRU PROIECT (OPȚIONAL)

Alege un interval

MESAJ

Spune-ne pe scurt despre business și ce vrei să rezolvi

Solicită raportul SEO

Prin trimiterea formularului ești de acord cu prelucrarea datelor conform [politicii de confidențialitate](#). Datele sunt folosite exclusiv pentru a-ți răspunde.

Captură proprie, 22 octombrie 2026: formularul deschis din cererea auditului. Datele au rămas necompletate.

Recomandare de claritate: explicați lângă solicitare că analiza începe din URL, ce cercetare include și când se confirmă termenul. Obiectivul firmei poate rafina prioritățile, fără să devină o condiție ascunsă pentru începerea evaluării.

Verificarea interfeței nu confirmă livrarea emailului sau salvarea în CRM. Acestea cer un test controlat separat; nu deducem pierderi de clienți din lipsa aceluși test.

Ce trebuie verificat dincolo de pagină

F04 · Distribuția dovezilor externe

În snapshotul Backlink Analytics din 22 octombrie, domeniul ACE are 176 de domenii de referință și 649 de linkuri. Benchmarkul pentru pagina SEO indică însă 0 domenii către acel URL. Sunt seturi și scopuri diferite; totalul domeniului nu dovedește autoritatea paginii de serviciu.

Acțiune propusă: verificați linkurile active și destinațiile, apoi documentați oportunități editoriale relevante pentru serviciul SEO. Dovezile trebuie să poată fi verificate independent. Nu recomandăm cumpărarea de linkuri sau eliminarea lor pe baza unui scor automat.

Acceptare F04: inventar cu sursă, destinație, relevanță și stare verificată. Responsabil: SEO/PR. Prioritate P2, efort mediu. Acest audit nu a verificat individual cele 649 de linkuri și nu include un backlink gap complet.

Ce putem spune despre GEO din site

- Pagina GEO explică serviciul, pașii și limitele; conținutul principal este disponibil în HTML.
- Datele structurate Service și FAQPage există în sursa paginii GEO. Prezența lor nu garantează citarea în asistenți AI.
- Cercetarea trebuie să distingă AEO pentru răspunsuri AI de AEO vama. Nu aplicăm automat recomandările semantice ale unui instrument.

Îmbunătățire editorială: adăugați la explicațiile serviciului un exemplu documentat cu întrebare, platformă, dată, răspuns și pagina citată. O astfel de observație rămâne diferită de trafic sau client.

Acest audit nu a executat un panel de întrebări ChatGPT/Gemini. Moștră separată de raportare SEO/GEO arată metoda de monitorizare; valorile sale nu sunt reutilizate aici ca rezultate noi ale auditului.

08 / Plan de implementare

Acțiuni și criterii de acceptare

Ordine / responsabil	Acțiune	Acceptare și reverificare
P1 · F01 · frontend	Investigați fonturile/CSS și afișarea H1 pe pagina SEO.	Rulări mobile repetate în aceleași condiții, comparație cu baselineul și verificare vizuală. Efort mediu.
P1 · F02 · SEO + editorial	Adăugați un exemplu real de intervenție și livrabilele primei etape.	URL, problemă, schimbare și verificare vizibile; fără rezultate comerciale inventate. Efort mediu.
P2 · F03 · SEO	Definitivați harta de intenții către servicii și ghiduri.	O destinație principală per intenție, fără duplicare pe sinonime; linkuri testate. Efort redus–mediu.
P2 · F04 · SEO/PR	Verificați mențiunile și destinațiile relevante.	Inventar manual al surselor prioritare; fără concluzii despre linkuri neverificate. Efort mediu.
Verificare opțională · măsurare	Cereți acces GSC/GA4 numai pentru întrebările rămase.	Indexare/căutări din GSC; vizite/acțiuni din GA4; cereri calificate din evidența comercială.

Ce păstrăm și ce nu aplicăm automat

- Păstrăm canonicalele, titlurile distincte și legăturile funcționale; nu recomandăm recrearea lor.
- Exemplul de audit și mostra SEO/GEO sunt deja publicate. Vechea recomandare de a le adăuga nu mai este o problemă deschisă.
- Semrush Site Audit afișa 95% pe 86 de pagini, cu 3 erori și 25 de avertismente, în snapshotul din 22 octombrie, cu JS dezactivat. Nu am transformat totalurile în probleme curente pentru URL-urile acestui eșantion.
- Cele 3 erori din raportul tehnic datat cer verificarea URL-urilor afectate înainte de o decizie. Nu le declarăm rezolvate și nici blocaje actuale fără acea verificare.
- Nu aplicăm automat sugestii despre word count, ratinguri, schema Product sau AEO vamal.

Ordinea și eforturile sunt estimări pentru planificare, nu ofertă de preț, termen de execuție sau promisiune de creștere. Implementarea se stabilește separat; raportul poate fi folosit de echipa firmei.

09 / Metodă și limită

Ce primește firma și ce rămâne deschis

Auditul pornește din linkul site-ului și combină verificarea directă cu cercetarea relevantă. GSC și GA4 nu sunt obligatorii pentru această primă livrare.

Sursă / metodă	Acoperire și limită
Verificări publice ACE	12 URL-uri selectate, HTML/HTTP și legături relevante; 8 vizualizări desktop/mobil, plus traseul audit → contact. Fără crawl exhaustiv sau trimitere de formular.
Lighthouse 12.8.2	2 rulări mobile și 1 desktop, pe aceeași pagină SEO; laborator local, fără CrUX sau măsurare INP.
Semrush, 22 octombrie	8 expresii selectate din exportul Bulk RO/desktop; benchmark SEO și 3 pagini concurente citite; context de linkuri și două poziții din targetul București/mobil.
Interpretare editorială	Recomandări legate de pagini și dovezi, cu observații separate de ipoteze. Nu atribuim un scor SEO propriu.
Date neincluse	Indexarea efectivă, clickurile, vizitele, conversiile, veniturile și un panel nou de răspunsuri AI.

Cum începe propriul audit

Trimiteți URL-ul site-ului. Dacă aveți un obiectiv sau o piață prioritară, le puteți adăuga. Confirmăm cererea și momentul de la care începe termenul de 24 de ore. Prima evaluare este gratuită; analiza conturilor și implementarea se stabilesc separat.

Raportul primit trebuie să arate ce am verificat, ce funcționează, ce merită schimbat și cum verifică echipa implementarea. Pentru un magazin online, SaaS sau site mare, eșantionul și prioritățile se adaptează tipurilor de pagini și traseului comercial.

Semrush — cum se interpretează estimările

Google — solicitarea unui recrawl

Google — bune practici pentru funcțiile AI

web.dev — Largest Contentful Paint

Exemplu pe site-ul propriu ACE, actualizat la 22 octombrie 2026. Nu este raportul unui client și nu dovedește rezultate obținute după implementare. Datele brute, exporturile de cont și informațiile private nu sunt publicate.