

Gabriele  
PANTALEO

DigitalDays

# Dal ranking alle risposte

perché SEO e GEO impattano  
direttamente il business

## A CURA DI:

Gabriele Pantaleo, consulente SEO,  
esperto in posizionamento sul Web

**GIO 5 MAR**

**17:00 - 19:00**

**TOOLBOX**



# Da SEO a GEO

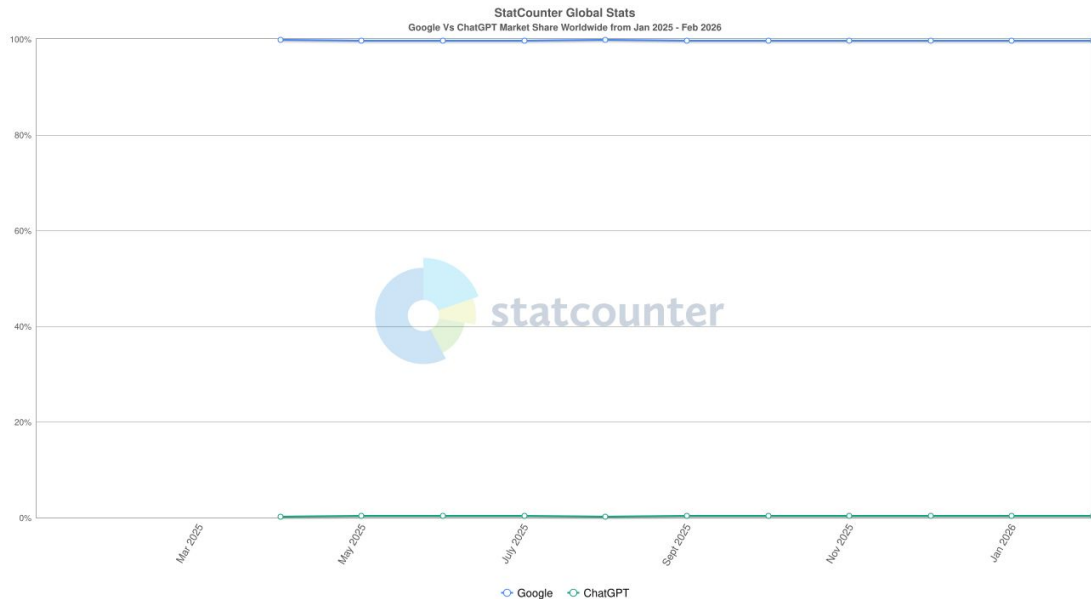
cosa sta cambiando  
davvero

# In Italia quante persone cercano con ChatGPT?

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR



99.65% Google  
0.35% ChatGPT

<https://gs.statcounter.com/google-vs-chatgpt-market-share>

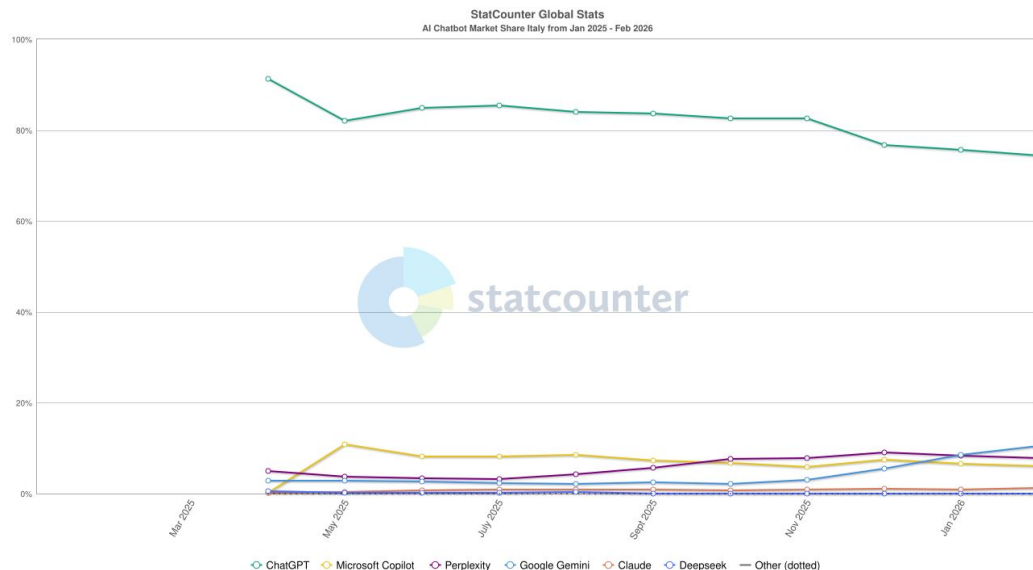
Gabriele  
**PANTALEO**  
ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# Quali sono i chatbot più utilizzati in Italia?

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR



74.35% ChatGPT  
10.46% Gemini  
7% Perplexity  
6% Copilot

<https://gs.statcounter.com/ai-chatbot-market-share/all/italy>

Gabriele  
PANTALEO

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# Perchè oggi parliamo di GEO

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

In Italia esistono dati aggiornati (fine 2025 / inizio 2026) su *quanti usano l'AI generativa* anche per cercare informazioni, ma **sono molto più rari** i dati "puliti" che misurano *quanti hanno davvero sostituito Google* (cioè: AI come **strumento principale** di ricerca).

## 1) Quanti italiani usano AI generativa per fare ricerche/informarsi (2026)

Una delle misurazioni più solide e recenti (campione rappresentativo di utenti Internet 18–74 anni, raccolta **settembre 2025**) indica che **il 48% degli italiani usa l'AI generativa** (ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity ecc.), e **nel 14% dei casi spesso o ogni giorno**. RaiNews +1

Se vuoi un ordine di grandezza: DataReportal stima **53,1 milioni** di utenti Internet in Italia (fine 2025).

DataReportal - ...

Quindi, **48% ≈ 25,5 milioni** di persone che usano AI generativa; **14% ≈ 7,4 milioni** che la usano spesso/quotidianamente (stima aritmetica basata su quelle due fonti). RaiNews +1

⚠ Nota importante: questi dati dicono **"uso dell'AI generativa"** (che include anche ricerche/informazione), **non "Google sostituito"**.

Gabriele  
**PANTALEO**  
ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# Perchè oggi parliamo di GEO

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

2) Quanti la usano *al posto di Google* (AI come ricerca principale): cosa sappiamo davvero

Non ho trovato (nelle fonti affidabili più immediate) un numero Italia-centrico, rappresentativo della popolazione, che dica: "X% usa ChatGPT/AI come motore principale al posto di Google".

Quello che esiste (ed è spesso citato nel 2026) è una survey di NP Digital su **oltre 5.000 utenti di ChatGPT**: in quel campione, la quota che dichiara di usare l'AI come strumento principale per le ricerche è **molto bassa** (nell'ordine di pochi punti percentuali, con differenze tra Free e piani a pagamento). [Neil Patel +1](#)

▣ Tradotto in modo corretto: "**sostituire Google**" oggi sembra ancora un comportamento di nicchia; l'AI viene più spesso usata **in parallelo** (prima bozza/riassunto/spiegazione con AI, poi verifica e navigazione su Google o su siti). [blog.register.it +1](#)

Gabriele  
**PANTALEO**  
ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# Perchè oggi parliamo di GEO

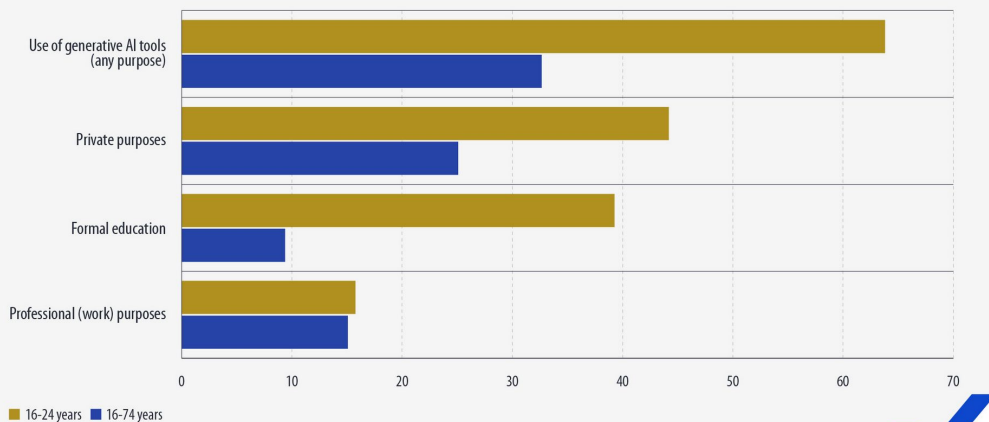
DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

## Use of generative AI tools in the EU, 2025

(% of people, by purpose and age group)



Ranked by 16-24 years data.

europa

## 16–24 anni: la fascia “core”

È la fascia con la **massima penetrazione** anche nelle statistiche ufficiali UE: nel 2025 (ultimi 3 mesi prima dell'indagine) **il 47,2% dei 16–24 italiani** dichiara di aver usato strumenti di AI generativa (Italia comunque sotto la media UE, ma il punto qui è che *è la fascia più alta*).

## Adolescenti: frequenza molto alta (uso quotidiano rilevante)

Su un campione di adolescenti intervistati, emerge che l'AI è già “routine”: **quasi 1 su 3 la usa tutti i giorni** e molti altri la usano più volte a settimana.

## Millennials + Gen Z: forti sull'uso “discovery” (es. viaggi/idee/decisioni)

In ambiti tipicamente discovery (tipo organizzare un viaggio), i dati riportati mostrano che l'uso di AI generativa **sale al 58% tra Millennials e Gen Z**.

## Over 60: molto meno frequenti

Le rilevazioni italiane più recenti sottolineano che gli **over 60 (soprattutto non attivi professionalmente)** risultano più in difficoltà e, in pratica, meno inclini a un uso frequente.

**SEO** → **posizionamento**

**GEO** → **frequenza di menzioni**

*circa il 40% delle ricerche su Google attiva AI Overview  
(secondo Osservatorio SeoZoom)*

# SEO

1. Sito Web veloce per mobile e ben strutturato.  
*Impensabile per me che chi sviluppa il sito e chi fa la seo non comunichino.*
2. Keyword research - Gap di contenuti con i competitors - redazione testi in ottica SEO - EEAT
3. Migliorare la presenza online con Link Building efficace, organica e a pagamento
4. Gestione SEO periodica

## ***Come funziona la SEO?***

- 1 - l'utente fa una domanda (query) su Google o motore di ricerca
- 2 - L'algoritmo mostra i risultati più pertinenti

# EEAT

**E** XPERIENCE

**E** XPERTISE

**A** UTHORITATIVENESS

**T** RUSTWORTHINESS

# E-E-A-T

**Experience** (Esperienza), **Expertise** (Competenza), **Authoritativeness** (Autorevolezza) e **Trustworthiness** (Affidabilità)

**Experience:** Indica che il creatore del contenuto ha un'esperienza diretta o in prima persona sull'argomento trattato (es. una recensione reale).

**Expertise:** Il contenuto è creato da una persona con un alto livello di conoscenza, capacità o competenza specifica, garantendo accuratezza.

**Authoritativeness:** Si riferisce alla reputazione del sito web o dell'autore nel proprio settore, riconosciuta da altre fonti affidabili.

**Trustworthiness:** È il pilastro fondamentale, che valuta la sicurezza, la trasparenza e la precisione del sito e delle informazioni fornite.

# GEO

1. **SEO**
2. Contenuti scritti per le proprie Buyers Personas definite da un'attenta ricerca
3. Link Building sul proprio Brand, menzioni su aggregatori di settore, social, siti autorevoli o Reddit.
4. Largo utilizzo di Markup dei dati strutturati - es. prodotti, local business, schema FAQ, Author ecc...

## ***Come funziona la GEO?***

- 1 - l'utente fa una domanda (prompt)
- 2 - L'AI lancia una query fan out di ricerche (dalla sua memoria o pescandola dai motori di ricerca)
- 3 - Riasssembla la risposta generandola

# QUERY FAN-OUT

La "query fan-out" è una tecnica usata dall'intelligenza artificiale di Google per scomporre una singola domanda dell'utente in più **sotto-ricerche correlate**, che vengono lanciate in parallelo per raccogliere informazioni su vari aspetti dell'argomento.

Perchè è importante? Facciamo un esempio.

# RICERCA

*"Qual è il miglior vino italiano per accompagnare un piatto di pesce alla griglia?"*

# SCOMPOSIZIONE DELLA QUERY

L'AI prende la domanda e la divide in sotto-quesiti:

- *Migliori vini italiani per piatti di pesce.*
- *Differenze tra pesce al forno, alla griglia, crudo.*
- *Quali vitigni bianchi italiani si abbinano meglio al pesce.*
- *Zone d'Italia famose per vini bianchi freschi.*
- *Opinioni di guide o recensioni su abbinamenti specifici.*

# RICERCA PARALLELA (FAN-OUT)

L'AI lancia più ricerche in contemporanea:

- “abbinamenti vino pesce grigliato”
- “miglior vino bianco italiano fresco minerale”
- “pesce e vini aromatici consigli”
- “recensioni Gambero Rosso vini per pesce”
- “vitigni italiani bianchi minerali”

# RACCOLTA E SINTESI

I risultati ottenuti vengono raggruppati in temi:

- **Vitigni adatti:** Vermentino, Fiano, Verdicchio, Greco di Tufo.
- **Zone vinicole:** Liguria (Pigato, Vermentino), Marche (Verdicchio), Campania (Fiano di Avellino, Greco di Tufo), Friuli (Friulano, Ribolla Gialla).
- **Stili consigliati:** vini freschi, minerali, con buona acidità → bilanciano la grassezza del pesce e la nota affumicata della griglia.
- **Esempi concreti:**
  - Vermentino di Gallura DOCG (Sardegna)
  - Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico Superiore (Marche)
  - Fiano di Avellino DOCG (Campania)
  - Ribolla Gialla (Friuli Venezia Giulia)

# GENERAZIONE DELLA RISPOSTA

L'AI combina i dati e genera un testo finale (come apparirebbe in un box generativo Google):

Per un piatto di pesce alla griglia si consigliano vini bianchi italiani freschi e minerali, capaci di esaltare le note affumicate senza coprire la delicatezza del pesce. Tra i migliori abbinamenti: **Vermentino di Gallura DOCG**, con la sua sapidità marina; **Verdicchio dei Castelli di Jesi**, fresco e con buona struttura; **Fiano di Avellino DOCG**, elegante e aromatico; oppure una **Ribolla Gialla** friulana, leggera e beverina.

# Schema.org

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

Se Google comprende i dati della pagina più chiaramente, è in grado di presentarli nella Ricerca Google in modi nuovi e più accattivanti. (Fonte: Google)

## Le AI generative leggono questi metadati.

<https://www.gabrielepantaleo.it> > seo-torino

### SEO Torino | Posizionamento Siti Web | 1° Consulto Gratis

SEO Torino per siti web Joomla e Wordpress, E-commerce. Ottimizzazione per i motori di ricerca, Prima **Consulenza Seo** Gratis a Torino.

★★★★★ Valutazione: 5 · 35 voti · 350,00 €

Hai visitato questa pagina molte volte. Ultima visita: 26/01/22

<https://www.gabrielepantaleo.it> > consulente-seo

### Consulente SEO Gabriele Pantaleo | Parla con me

Un **consulente SEO** è il professionista che si occupa di posizionare bene su Google i tuoi contenuti web. Se hai un sito web che non genera contatti in modo ...

★★★★★ Valutazione: 5 · 33 voti · 350,00 €

## Product / Service con Schema Review

Gabriele  
**PANTALEO**  
ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

Per utilizzare questi markup, Google affida la loro sintassi al progetto Schema.org.

Per essere idonei alla visualizzazione di un risultato avanzato nei risultati della Ricerca Google, i dati strutturati non devono violare le norme relative ai contenuti per la Ricerca Google (che includono le nostre norme relative allo spam).

Inoltre, qui

(<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/sd-policies?hl=it>) vengono illustrate le linee guida generali che si applicano a tutti i dati strutturati: devono essere seguite ai fini dell'idoneità per un risultato avanzato nella Ricerca Google.

## Perchè i markup sono importanti per i motori di ricerca e le AI?

- Per far riconoscere subito a Google l'argomento della pagina / contenuto;
- Per comunicare a Google delle info importanti da mostrare in SERP (o da correlare ad altre fonti, es. Scheda su Maps)
- Dare una risposta immediata all'utente quando ricerca online.

# Ci sono diversi tipi di markup che possono essere utilizzati. Tra i più usati troviamo:

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

- Local business
- Prodotti / Servizi
- Recensioni
- Prezzi
- FAQ
- Orari
- Ricette
- Loghi
- Eventi / Dati sui concerti
- Libri
- Video
- Guide How-To
- Caroselli
- Retribuzione
- Corsi
- Film

**Il linguaggio migliore per scrivere i markup di dati strutturati è JSON-LD**

**<https://technicalseo.com/tools/schema-markup-generator/>**

# Esempio di markup FAQ

TOOLBOX

GIO 5 MAR

```
<script type="application/ld+json">
  {
    "@context": "https://schema.org",
    "@type": "FAQPage",
    "mainEntity": [
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Chi è il consulente SEO?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Un consulente SEO è un professionista che mette in atto delle strategie di ottimizzazione dei siti web in modo che possano apparire tra i primi risultati delle pagine dei motori di ricerca, aumentando così il traffico organico verso il sito di riferimento."
        }
      },
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Cosa fa il consulente SEO?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Il consulente SEO fa Search Engine Optimization, ovvero ottimizza i contenuti e siti web per i motori di ricerca. Il mio metodo è quello di fare un'analisi preliminare del lavoro da svolgere, trovare le keywords giuste, creare i contenuti ottimizzati e inserirli nel giusto modo all'interno di un sito web ben strutturato in ottica SEO. Una volta che il sito è pronto, occorrerà mantenerlo e gestirlo, con un'apposita link building e seguendo una strategia seo personalizzata, su misura del cliente."
        }
      },
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Come scegliere un consulente SEO?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Un buon consulente SEO fissa degli obiettivi raggiungibili in un determinato lasso di tempo, senza però promettere posizionamenti specifici. Inoltre è bene che ci sia una buona comunicazione fra il consulente e il cliente, e possibilmente che il consulente abbia un'esperienza pregressa nell'ottimizzazione di siti dello stesso ambito."
        }
      },
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Quanto costa un consulente SEO?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Come ogni servizio di consulenza professionale, anche la consulenza SEO ha un costo, il quale dipende dal tipo di progetto e dagli obiettivi. La prima consulenza con me è sempre gratuita."
        }
      },
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Come ottimizza il sito un consulente SEO?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Un consulente SEO ottimizza un sito web usando delle strategie particolari, come ad esempio l'uso di parole chiave specifiche relative al pubblico a cui ci si vuole rivolgere, l'utilizzo di backlink e l'inserimento di contenuti originali ed interessanti, indicizzati appositamente per i motori di ricerca."
        }
      },
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Dove posso trovare il miglior consulente SEO vicino a me?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Per trovare un consulente SEO nella propria città è consigliato cercare su Google \"consulente SEO + nome della città\" e richiedere un preventivo ai primi risultati di ricerca. Solo chi fa un buon lavoro di SEO sul proprio sito, potrà portare veri risultati ai propri clienti."
        }
      },
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Come si diventa un esperto SEO?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Nel caso del SEO specialist al momento non esistono corsi di laurea appositi per effettuare questo tipo di lavori, ma esistono tantissimi corsi professionali condotti da personalità dell'ambito come Gabriele Pantaleo."
        }
      },
      {
        "@type": "Question",
        "name": "Quanto costa un corso SEO?",
        "acceptedAnswer": {
          "@type": "Answer",
          "text": "Il prezzo di un corso SEO offerto da un vero SEO Specialist può variare in base al livello di preparazione che vuole ottenere il cliente. Contattami per avere più informazioni e iscriverti al tuo corso."
        }
      }
    ]
  }
</script>
```

# BUYER PERSONA

Una buyer persona è una rappresentazione semi-fittizia del cliente ideale di un'azienda, basata su dati e ricerche reali, che include informazioni demografiche e psicografiche per comprendere a fondo i bisogni, gli obiettivi e i comportamenti del cliente tipo. Serve a:

- Comprendere il cliente
- Personalizzare il marketing
- Migliorare prodotti e servizi
- Comunicare in modo efficace
- Filtrare i clienti

Grazie all'identificazione dei nostri buyer persona, riusciamo a **creare contenuti coinvolgenti** per loro e per le **nuove ricerche generative**.

# BUYER

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

## Buyer Persona: “Marco, il genitore preoccupato”

### Profilo rapido:

45 anni, impiegato

Figlio di 15 anni introverso

Vuole un aiuto discreto e non giudicante

### Pain points:

*Frustrazione, senso di impotenza*

*Dubbi sull'efficacia della terapia online*

*Paura che il figlio rifiuti l'aiuto*

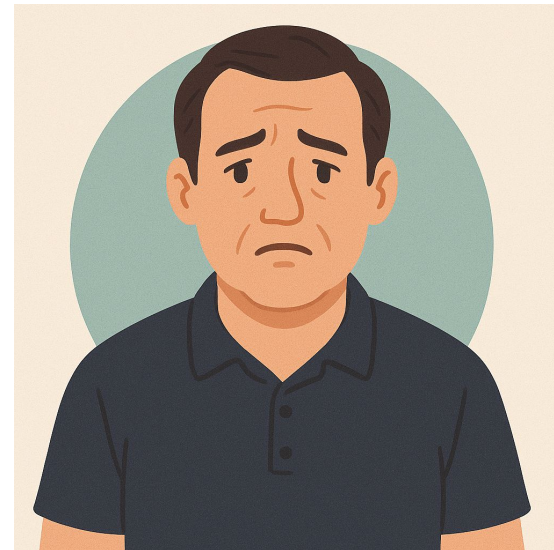
👉 **Costruire contenuti su psicologia adolescenti, comunicazione genitori-figli e privacy nella terapia online.**

### Gancio inizio articolo / Header

“Se tuo figlio attraversa un momento difficile, la psicoterapia online può essere il primo passo per aiutarlo a ritrovare fiducia.”

### Keyword

psicologo online adolescenti • figlio chiuso in se stesso aiuto psicologo • terapia familiare



Gabriele  
PANTALEO

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

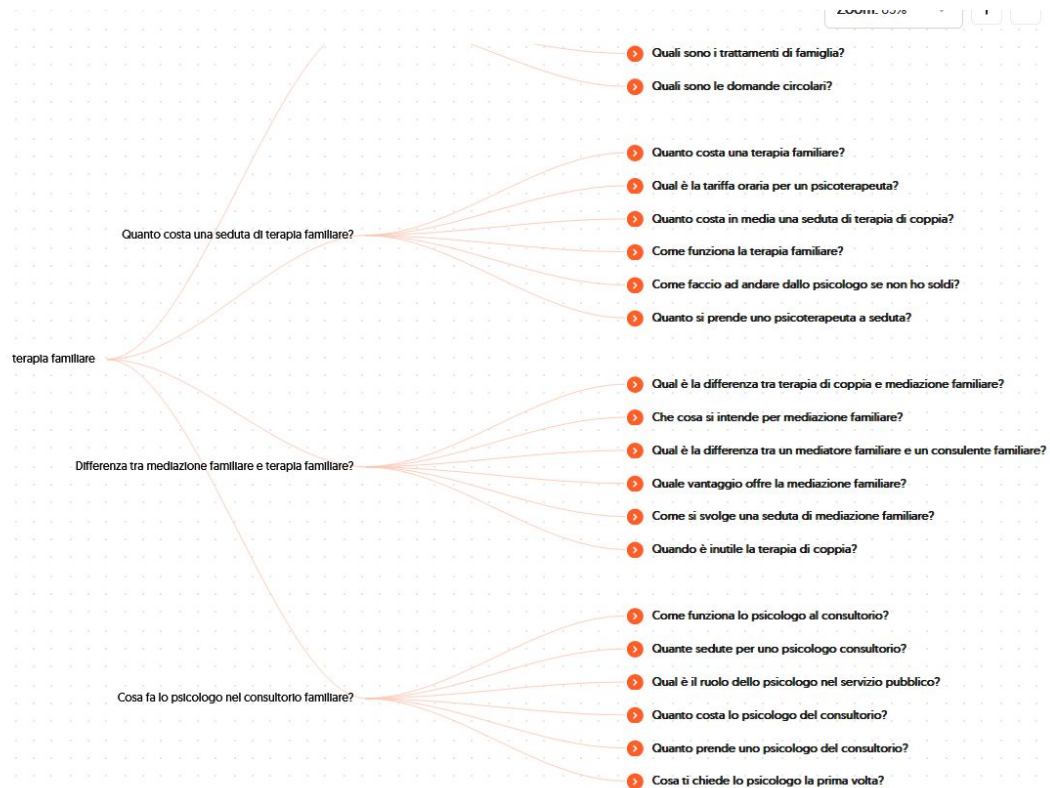
# BUYER

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

Keywords	Volume ↓	_t("CPC Medio")
terapia familiare	720	€ 0,74
terapista familiare	720	€ 2,49
terapeuta familiare	720	€ 0,74
psicoterapia familiare	260	€ 1,07
psicologo familiare	170	€ 0,98
terapia di famiglia	70	€ 0,63
psicologia familiare	70	€ 0,52
psicoterapeuta familiare	70	€ 0,72
terapia famiglia	20	€ 0,00
terapia della famiglia	20	€ 0,50
terapie familiari	10	€ 0,00



# IMPATTO DELLA GEO SUL BUSINESS

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

- **Meno click, ma più qualificati:** con l'AI l'utente riceve risposte già filtrate. Chi clicca lo fa perché è **più vicino all'acquisto**, quindi il traffico è minore ma **molto più efficace**.
- **Maggiore visibilità “prima del click”:** se i tuoi contenuti sono ottimizzati per l'AI, il tuo brand viene **citato o suggerito direttamente** nelle risposte, aumentando autorevolezza e fiducia.
- **Crescita delle ricerche con AI:** una percentuale sempre più alta di ricerche passa da assistenti AI invece che da Google tradizionale. Senza GEO, **rischi di non esistere** in queste risposte.
- **Vantaggio competitivo per PMI e professionisti:** la GEO premia chiarezza, competenza e specializzazione, non solo il budget. Questo permette di competere anche con brand più grandi.

Meno traffico, ma migliori clienti, più fiducia e più probabilità di conversione.

Gabriele  
PANTALEO

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# SEO

- seo on site e struttura agile
- contenuti e keyword research
- link building / seo off page
  - contenuti frequenti

# GEO

- SEO
- contenuti per buyer personas
  - autorevolezza / menzioni
- FAQ / Markup Dati Strutturati

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

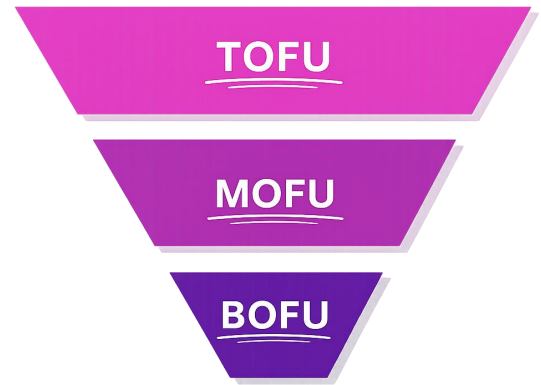
**TOFU, MOFU, BOFU**

**nell'era delle risposte AI**

*Gabriele*  
**PANTALEO**  
ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# TOFU, MOFU, BOFU

I TOFU (Top of the Funnel), MOFU (Middle of the Funnel) e BOFU (Bottom of the Funnel) rappresentano le fasi del percorso del cliente (customer journey) nel marketing, dalla scoperta del brand fino all'acquisto. Quando applicati a strategie geo-localizzate (GEO), questi termini aiutano a targettizzare gli utenti in base alla loro posizione geografica e alla loro intenzione di acquisto.



**TOP OF THE FUNNEL**

**CONSAPEVOLEZZA**

**MIDDLE OF THE FUNNEL**

**CONSIDERAZIONE**

**BOTTOM OF THE FUNNEL**

**CONVERSIONE**

# TOP OF THE FUNNEL

## CONSAPEVOLEZZA

Articoli informativi su problemi (come riparare una perdita idraulica)

# MIDDLE OF THE FUNNEL

## CONSIDERAZIONE

Post comparativi (perchè prodotto / servizio X è meglio di Y), vantaggi del prodotto, recensioni, casi studio - SEO Hyperlocal (es. idraulico Torino zona Crocetta),

# BOTTOM OF THE FUNNEL

## CONVERSIONE

Prezzi, orari, metodologia di intervento, CTA, Offerte dedicate

(nota bene: si lavora in cooperazione con il layout del sito)

# TOFU, MOFU, BOFU

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

Fase	Intento utente (AI Search)	Esempi di query / prompt AI	Obiettivo del contenuto	Come ottimizzare il post per GEO
TOFU	Capire il problema	"Perché il mio sito non porta clienti" "Come sta cambiando la ricerca online con l'AI" "SEO funziona ancora?"	Awareness e autorevolezza	Definizioni chiare nelle prime righe Risposte dirette a domande frequenti Esempi semplici e concreti
MOFU	Valutare soluzioni	"GEO vs SEO: differenze" "Come ottimizzare i contenuti per AI search" "Strategia contenuti per PMI"	Educare e guidare la scelta	Confronti strutturati Checklist operative Pro/contro e casi d'uso
BOFU	Prendere una decisione	"Consulente GEO per PMI" "Chi può aiutarmi con l'AI search" "Strategia GEO per business locali"	Conversione qualificata	Spiegare il servizio in modo trasparente FAQ dettagliate Risultati attesi e per chi è adatto

Gabriele  
**PANTALEO**

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# Integrare la GEO nei siti web di professionisti e PMI

# SITO & GEO

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

**#1 STRUTTURA CHIARA DEL MENU**

**#2 STRUTTURA DELLE PAGINE**

**#3 RECENSIONI, PAGINA CHI SONO E  
HIGHLIGHTS IN EVIDENZA**

**#4 CONTATTI // FOOTER**



Ci trovi in via Roma 15, Torino 10100. Orari 9-18 Lunedì - Venerdì.

## “Terapia familiare: un percorso per capire e aiutare tuo figlio, insieme”

H1

- ✓ Sedute online da 49€, sicure e riservate.
- ✓ Specialisti nell'età adolescenziale.
- ✓ Terapie familiari flessibili costruite insieme ai genitori.
- ✓ Un primo passo per capire, non per forzare.
- ✓ Supporto discreto, anche quando tuo figlio non vuole parlare.

“A volte i genitori si sentono impotenti. Ma un passo alla volta, si può ricostruire il dialogo.”

5.0 ★★★★★  
52 recensioni

011 100100

WHATSAPP

# SITO & GEO

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

## Protesi dentale fissa

### Full Arch Torino

Protesi totale avvitata su 4 o 6 impianti a **solli 4.000€** con il Dott. Daniele Gallo, specializzato in implantologia e riabilitazioni complesse.

- ✓ Addio dentiera mobile
- ✓ Torna a mangiare tutto
- ✓ Sorriso naturale e stabile
- ✓ Prezzo chiaro e definitivo

Contattami ora per un preventivo gratuito

Via Treviso, 16, 10144 Torino TO. Lunedì - Venerdì: 08-13 ; 14-19.

☎ 334.3024169

☎ 011 569 2399

💬 WHATSAPP



Gabriele  
PANTALEO

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

# SITO & GEO

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

Da oggi puoi interrompere la tua convivenza con la dentiera mobile.

Rivui indietro la bellezza dei tuoi denti? Oggi, esiste una soluzione: la protesi dentale fissa Full Arch.

Puoi rifarti l'intera arcata di denti fissi su 4 o 6 impianti con un effetto naturale, stabile, sicuro.

**Durata? Anni. E a soli 4000€.**

Three white rounded rectangular cards are displayed horizontally, each containing a Google review. The first card is for Marina Scaglia, dated 28/07/2025, with a 5-star rating and a verified badge. The second card is for Il Cielo di Nut, dated 28/07/2025, with a 5-star rating and a verified badge. The third card is for Rita Maida, dated 12/07/2025, with a 5-star rating and a verified badge. Each card has a left and right arrow for navigation. The text in the reviews is as follows:  
Card 1: "Lo studio Gallo offre da molti anni un'elevata competenza unita a gentilezza e disponibilità. Grazie per il vostro lavoro!"  
Card 2: "Sono già andata diverse volte nello studio del dott. Gallo e devo dire di essere molto soddisfatta. Il mio era un caso..."  
Card 3: "Preciso, competente e anche molto gentile."

*Gabriele*  
**PANTALEO**

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

## COSA È LA TECNICA FULL ARCH

La tua dentiera? Puoi dimenticarla.

Con la tecnica Full Arch, puoi riavere un'intera arcata fissa grazie a:



4 o 6 impianti dentali



Una protesi definitiva  
avvitata



Risultato estetico naturale



Stabilità assoluta mentre  
mangi e parli

*Gabriele*  
**PANTALEO**

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

## Domande frequenti sugli impianti Full Arch

A chi è indicata la protesi dentale fissa Full Arch ?



Quanto dura una protesi Full Arch ?



Come funziona l'intervento per la protesi Full Arch su impianti?



Quali sono i vantaggi di una protesi fissa Full Arch rispetto alla dentiera mobile?



L'intervento per installare una protesi dentale fissa Full Arch è doloroso o invasivo?



Quanto costa una protesi dentale fissa Full Arch a Torino?



# SITO & GEO

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

## Impianto dentale fisso Full Arch: Toronto Bridge o Columbus Bridge? La differenza

Quando si parla di **impianto dentale full arch**, ci si riferisce a una riabilitazione completa dell'arcata dentale superiore o inferiore mediante una protesi fissa avvitata su impianti.

In questo ambito, esistono due approcci principali: il **Toronto Bridge** e il **Columbus Bridge**.

La tecnica **Toronto Bridge** prevede l'inserimento di **4 impianti dentali**, posizionati strategicamente per supportare una protesi totale avvitata. È una soluzione stabile, efficace e adatta a molti casi clinici, anche in presenza di una quantità di osso limitata.

Grazie all'inclinazione degli impianti posteriori, si riesce a evitare spesso l'uso di innesti ossei, mantenendo l'intervento meno invasivo.

Il **Columbus Bridge**, invece, è un'evoluzione della tecnica Toronto: utilizza **6 impianti dentali** per garantire una distribuzione più omogenea del carico masticatorio e una maggiore stabilità biomeccanica.

È particolarmente indicato per pazienti con un'adeguata quantità di osso residuo e per chi desidera una protesi ancora più resistente e duratura nel tempo. Inoltre, offre un'ottima estetica e una distribuzione più naturale delle forze funzionali.

In sintesi:

- Toronto Bridge= 4 impianti → soluzione efficace, versatile, meno invasiva
- Columbus Bridge = 6 impianti → maggiore supporto, distribuzione del carico ottimale, massima durabilità

Entrambe rientrano nella moderna implantologia **full arch**, ma la scelta della tecnica migliore dipende da diversi fattori clinici, valutati attentamente durante la prima visita.

Il nostro studio è attrezzato per offrirvi entrambe le soluzioni, e per spiegarvi nel dettaglio vantaggi e indicazioni per trovare quella perfetta per te.

Chiama ora: 334 302 4169 e blocca il prezzo!

## Cos'è la Protesi dentale Full Arch ?

La **protesi dentale fissa Full Arch** (conosciuta anche come Full Arch) è una soluzione definitiva per chi ha perso tutti i denti di un'arcata (che sia inferiore o superiore) e per chi non vuole più utilizzare le **protesi dentali mobili**.

Non servono colle, non ci sono movimenti fastidiosi, nessun rischio di instabilità.

È l'alternativa più moderna e funzionale alla dentiera: con la **protesi dentale Full Arch su impianti, sorrisi, mastichi e parli con naturalezza** e, come ultima cosa (di certo non meno importante) migliori l'armonia del tuo volto.

## Perché scegliere il Dott. Daniele Gallo a Torino?

Mi chiamo **Daniele Gallo** e mi occupo di **implantologia avanzata** da oltre 30 anni. Ogni riabilitazione con **protesi dentarie Full Arch** viene studiata su misura, con tecnologie moderne e materiali certificati.

Il mio team ed io, nel mio **studio dentistico a Torino**, seguiamo ogni paziente con attenzione, empatia e competenza.

Utilizziamo strumenti digitali per pianificare ogni fase dell'intervento, dal posizionamento degli impianti alla realizzazione della protesi, in modo preciso e sicuro.

Le nostre **protesi** sono **create da odontotecnici altamente specializzati** e sono **specificamente progettate per durare nel tempo**.

**Sai, la Full Arch su impianti potrebbe essere davvero la tua soluzione definitiva.**

## Protesi totale avvitata su impianti Full Arch : benefici immediati

Rispetto a una protesi mobile tradizionale, la **protesi fissa** garantisce una qualità della vita decisamente più alta. Niente più paura che la dentiera cada, nessuna difficoltà nel parlare in pubblico o ridere a pieno viso.

Ecco i benefici immediati:

- **Denti** fissabili e resistenti
- **Funzionalità masticatoria completa** anche su alimenti duri o croccanti
- Estetica naturale, anche con **gengiva artificiale rosa**
- **Comfort immediato** grazie all'implantologia a carico immediato Full Arch
- Stop a colle, paste, fastidi e momenti imbarazzanti
- Maggiore sicurezza e libertà nei rapporti sociali

È una **soluzione avanzata** perfetta per chi desidera **recuperare estetica, funzionalità e autostima** con una **soluzione** solo procedura **ARTICIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE**

Gabriele  
PANTALEO

**Digital**Days

**TOOLBOX**

**GIO 5 MAR**

# **3 FONTI AUTOREVOLI PER LE AI**

*Gabriele*  
**PANTALEO**

ARTIGIANO DEL POSIZIONAMENTO SU GOOGLE

**REDDIT**

**YOUTUBE**

**SOCIAL**

Domain	Citation % (across all models)
Reddit	3.11
YouTube	2.13
Wikipedia	1.35
Forbes	0.80
NerdWallet	0.47
TechRadar	0.44
TripAdvisor	0.43
LinkedIn	0.41
Gartner	0.40
Quora	0.39

FONTE: tryprofound - AGO 24 - 31 OTT 25

# IL POTERE DEI SOCIAL

DigitalDays

TOOLBOX

GIO 5 MAR

## I Benefici

Ottimizzare i nostri canali social, come Instagram, TikTok, LinkedIn e Youtube significa rafforzare la nostra reputazione e autorevolezza online.

Come conseguenza diretta, avremo:

- contenuti social che si posizionano nelle SERP di Google, nei social e nelle AI;

Come conseguenza indiretta, avremo:

- che il nostro brand acquisisce autorevolezza sui motori di ricerca



**Digital**Days

**TOOLBOX**

**GIO 5 MAR**

# Domande & Risposte

**GRAZIE**

