

Exemplu

Exemplu A.R.C.A. Canvas Completat

Ne vom imagina că suntem "**CoffeeCraft.ro**", un magazin online care vinde echipament de cafea de specialitate (râșnițe, espressoare, V60) și cafea proaspăt prăjită.

Acum, hai să completăm **A.R.C.A. Strategy Canvas** pentru ei.

A - AUTORITATE

Obiectiv: *De ce ar trebui AI-ul să aibă încredere în CoffeeCraft.ro ca expert în cafea, nu doar ca un alt magazin?*

1. Sursa unică de Experiență:

„Nu suntem doar vânzători, suntem și barista. Fiecare echipament nou este testat de echipa noastră timp de o săptămână înainte de a-l lista pe site. Cunoaștem practic avantajele și dezavantajele fiecărui produs.”

2. Active de date originale:

- Sondaj anual: „Ce metodă de preparare a cafelei preferă românii în 2025?” (date unice, super-citabile).
- Analiză internă: „Analiză: Cele mai returnate 3 tipuri de râșnițe și de ce. Ce să eviți.”

3. Experții tăi și profilurile lor:

- Andrei, fondator și barista-șef.
 - **Acțiuni:** Crearea unei pagini de autor detaliate pentru Andrei; lansarea unei serii pe YouTube "Review-ul Barista-ului" unde testează produse; participarea lui Andrei la podcasturi de antreprenariat sau food & drink.

4. Ținte de validare externă:

- O mențiune într-un articol "Cel mai bun echipament pentru cafea acasă" pe un site tech/lifestyle (ex: start-up.ro, gadget.ro).
- O colaborare cu un prăjitor de cafea renumit.
- Un review de la un food blogger cunoscut.

R - RELEVANȚĂ

Obiectiv: Cum devine CoffeeCraft.ro răspunsul definitiv la întrebarea "cum îmi fac o cafea mai bună acasă"?

- **1. Entitatea principală și Topic Clusters:**
 - **Entitate:** "Cafea de specialitate acasă".
 - **Topic Clusters:** "Metode de preparare brew", "Ghid espresso pentru acasă", "Alegerea râșniței potrivite".
- **2. Idei de conținut "Pillar Page":**
 - "Ghidul Complet pentru Prepararea Cafelei la V60: De la Boabe la Ceașcă".
 - "Cum să Alegi Cel Mai Bun Espresso Manual sub 2000 RON".
- **3. Brainstorming pentru conținut "Citation-Worthy":**
 - **Tool interactiv:** "Calculator de Rețete V60" (introduci cantitatea de cafea și îți dă cantitatea de apă, timpul de extracție etc.).
 - **Metodologie proprie:** "Metoda CoffeeCraft de Calibrare a Râșniței în 3 Pași Simpli".
 - **Studiu de caz:** "Cum am ajutat 500+ de începători să-și facă primul espresso reușit: Date și Sfaturi".

C - CLARITATE

Obiectiv: Cum "traducem" datele despre produse și ghidurile într-un limbaj pe care AI-ul îl înțelege instant?

- **1. Tipuri de Schema Markup esențiale:**
 - **Product:** Non-negociabil. Trebuie să includă preț, stoc, rating mediu, număr de recenzii.
 - **FAQPage:** Pe fiecare pagină de produs, cu întrebări frecvente ("Se potrivește râșnița X pentru espresso?").
 - **HowTo:** Pentru ghidurile de preparare.
 - **BreadcrumbList:** Pentru a arăta AI-ului structura site-ului (Acasă > Espressoare > Nume Produs).
- **2. Strategia de Linking Intern:**
 - Paginile de produs vor avea link către ghidurile relevante ("Învață să folosești acest V60 cu ghidul nostru complet").
 - Ghidurile vor avea link către produsele menționate.
 - Paginile de categorie (ex: "Râșnițe Manuale") funcționează ca mini-hub-uri.
- **3. Checklist de Igienă Tehnică:**

- Optimizarea imaginilor de produs pentru a nu încetini paginile.
- Asigurarea unei experiențe de filtrare și sortare impecabilă pe mobil.
- Viteza paginilor de categorie.

A - AMPLIFICARE

Obiectiv: Cum plantăm produsele și expertiza CoffeeCraft.ro în comunitățile unde pasionații de cafea "învață"?

- **1. Canalele de distribuție primare:**
 - Grupuri de Facebook: "Pasionații de Cafea din România", "Espresso & Brew".
 - Reddit: r/robunătăți (pentru a răspunde la întrebări despre echipamente).
 - Forumuri de specialitate.
- **2. "Cârligul" tău pentru PR Digital:**
 - Rezultatele sondajului anual: "Studiu CoffeeCraft.ro: Românii renunță la cafeaua la capsulă în favoarea celei boabe proaspăt prăjite".
 - Lansarea unui produs în exclusivitate în România.
- **3. Strategia de validare socială:**
 - Implementarea unui flux automat de email care invită clienții să lase un review (cu poză) la 14 zile după achiziție.
 - Concurs lunar pe Instagram cu hashtag-ul #CoffeeCraftAcasa pentru cea mai frumoasă poză cu un "coffee corner".

Canvas



SMARTERS

creștem oameni și afaceri

A.R.C.A.™ Strategy Canvas

Scopul acestui document este să te ajute să traduci principiile A.R.C.A.™ într-un plan de acțiune strategic, personalizat pentru business-ul tău prin care să crești numărul de mențiuni pe care îl primești de la motoarele de răspunsuri.

Completează acest canvas pentru a avea o viziune clară a modului în care vei câștiga în noua eră a căutării.

Notă: folosește și exemplul completat ca inspirație.

A - AUTORITATE

Obiectiv: De ce ar trebui ca un motor AI să aibă încredere în tine?

Context strategic: Într-o lume plină de conținut generat, AI-urile sunt programate să caute surse credibile, cu istoric dovedit. Fără autoritate, ești doar zgomot de fond.

1. Sursa ta unică de Experiență (E-E-A-T):

(Ce știi tu și competitorii tăi nu știu? Ce experiență practică, din „tranșee”, poți împărtăși?)

2. Active de date originale pe care le poți crea:

(Ce date poți colecta? Poți face un sondaj? Poți analiza datele interne pentru a extrage un insight unic? Ex: „Studiu: 7 din 10 companii din România fac greșeala X”)



SMARTERS

creștem oameni și afaceri

3. Experții tăi și profilurile lor:

(Numește 1-3 persoane cheie din organizația ta. Ce acțiuni concrete vei face pentru a le construi autoritatea online? Ex: Pagină de autor detaliată, profil de LinkedIn activ, participare la podcasturi)

4. Ținte de validare externă (Off-Site Trust):

(Numește 3 publicații media, site-uri de nișă sau influenceri care, dacă te-ar menționa, ar valida autoritatea ta)

R - RELEVANȚĂ

Obiectiv: Cum devii răspunsul definitiv la o problemă cheie a clientului tău?

Context strategic: Motoarele de răspunsuri nu mai caută cuvinte cheie, ci încearcă să înțeleagă concepte (entități) în profunzime. Scopul tău este să devii sursa de definiție pentru problema pe care o rezolvi.

1. Entitatea ta principală și Topic Clusters:

(Dacă ai putea fi cunoscut pentru un singur lucru, care ar fi acela? Nu un cuvânt cheie, ci un concept. Ex: „Cafea de specialitate proaspăt prăjită”, nu „cafea boabe”)

2. Clusterul tău de subiecte:



SMARTERS

creștem oameni și afaceri

(Listează 3-5 categorii mari de conținut care demonstrează expertiza ta în jurul entității principale. Ex: „Metode de preparare”, „Originea cafelei”, „Ghiduri de echipamente”)

3. Brainstorming pentru conținut „Citation-Worthy”:

Numește 3 idei de conținut care nu sunt doar informative, ci unice și demne de a fi citate. Ex: O metodologie proprie (precum A.R.C.A.), un tool gratuit, o cercetare originală, un studiu de caz cu rezultate excepționale. Adaugă-le pe acestea pe lângă întrebările pe care le pun clienții înainte de a cumpăra sau alte frici și obiecții.

C - CLARITATE

Obiectiv: Cum „traduci” expertiza ta într-un limbaj pe care roboții îl înțeleg perfect?

Context strategic: Poți avea cel mai bun conținut din lume, dar dacă un AI nu-l poate înțelege și clasifica corect prin date structurate (Schema), e ca și cum nu ar exista.

1. Strategia ta de Schema Markup:

(Pe baza modelului tău de business, ce 3-4 tipuri de date structurate sunt critice? Ex: Organization, Person, Article, FAQPage, Product, LocalBusiness)

2. Strategia de Linking Intern:



SMARTERS

creștem oameni și afaceri

(Cum vei conecta paginile între ele pentru a crea o rețea logică pe care un AI să o poată urmări și înțelege?)

3. Checklist de Igienă Tehnică:

(Care sunt primele 3 aspecte tehnice pe care trebuie să le verifici sau să le îmbunătățești? Ex: robots.txt, viteză răspuns server)

A - AMPLIFICARE

Obiectiv: Cum „plantezi” conținutul tău valoros în ecosistemul unde AI-urile „învață”?

Context strategic: AI-urile „învață” din conversațiile de pe platforme ca Reddit sau din mențiunile media. Amplificarea generează semnalele externe care îți validează autoritatea.

1. Canalele tale de distribuție primare:

(Unde îți petrec timpul online clienții tăi? Numește 3-5 comunități specifice. Ex: Grupuri de Facebook, subreddits, forumuri, canale de Slack)

2. „Cârligul” tău pentru PR Digital:

(Ce idee, resursă sau set de date creat de tine este suficient de valoros încât alții să vrea să-l distribuie în mod natural? Ex: Un sondaj unic, un calculator gratuit, un studiu de caz controversat)



SMARTERS

creștem oameni și afaceri

3. Strategia de obținere a validării sociale:

(Ce proces vei implementa pentru a încuraja activ obținerea de recenzii (pentru afaceri locale/e-commerce) sau mențiuni de la experți (pentru B2B)?)

Ai completat canvas-ul. Felicitări!

Ai făcut primul și cel mai important pas: ai trecut de la tactici haotice la o viziune strategică.

Dar acum, probabil te întrebi:

- „Am identificat corect entitatea principală?”
- „Ce tip de Schema Markup este absolut critic pentru business-ul meu?”
- „Cum transform ideile de conținut «citation-worthy» în realitate, fără să pierd luni de zile?”

Un plan este la fel de bun ca execuția lui.

AEO Playbook nu este doar un curs, ci un sistem de implementare pas cu pas care transformă acest plan strategic în rezultate vizibile: trafic ultra-calificat și recunoașterea ca lider de opinie de către AI.

[\[Vezi în detaliu modulele cursului și cum te vor ajuta să implementezi fiecare secțiune a planului tău A.R.C.A.\]](#)