

LEADLOVERS 2026

Glossário que destrava decisões

276 termos de marketing, dados e IA em linguagem de trabalho.

PARA TIMES DE MARKETING, PRODUTO E RECEITA

7 decisões - consulta rápida - edição 2026



UM DICIONÁRIO DE DECISÃO

Procure pelo problema, não pela sigla.

Este guia reorganiza 276 termos em sete perguntas que aparecem em reunião, briefing, relatório e aprovação de ferramenta. Abra pela decisão que está travada; depois use o índice alfabético quando já souber o nome do termo.

**1. SER ENCONTRADO**

A página aparece quando a pessoa procura?

45 termos

2. SER CITADO

A marca entra na resposta que a IA monta?

45 termos

3. SER RECONHECIDO

Os sistemas entendem que todas as provas apontam para a mesma marca?

40 termos

4. MEDIR O QUE MOVE

O número muda qual decisão, de quem e até quando?

40 termos

5. TESTAR COM RIGOR

A mudança causou efeito ou apenas coincidiu com ele?

31 termos

6. CONSTRUIR COM SEGURANÇA

A automação funciona, pode ser mantida e volta atrás se falhar?

32 termos

7. DELEGAR COM CONTROLE

Quem responde quando a IA recomenda ou age?

43 termos

ANTES DA REUNIÃO

Da palavra solta à decisão verificável

1

Circule

Marque os termos que você não explicaria em uma frase.

2

Reduza

Escolha os três que realmente travam a decisão do dia.

3

Traduza

Cole a definição curta ao lado do termo na pauta.

4

Classifique

Separe busca, síntese, recomendação e ação.

5

Exija prova

Peça fonte, denominador, período e responsável.

6

Versione

Registre quando a definição interna mudar.

Critério de pronto

Três termos definidos por escrito, cada ferramenta de IA classificada pelo verbo mais alto que executa e todo número acompanhado por fonte e denominador.

A FRONTEIRA QUE MUDA O RISCO

Classifique a IA pelo verbo mais alto que executa



Quanto mais alto o verbo, maior a exigência de evidência, alçada e ponto de retorno.

01

BUSCA TRADICIONAL

Ser encontrado

A página aparece quando a pessoa procura?

Termos para discutir demanda, rastreamento, indexação e desempenho orgânico sem misturar sinal com resultado.

45 termos neste capítulo

Algumas entradas que você encontrará:

SERP - CTR - Indexação - Cobertura - Rastreamento (crawl)



Ser encontrado

• SERP

Search Engine Results Page, a página de resultados que o buscador mostra depois de uma consulta; é o espaço que o SEO clássico disputa.

• CTR

Click-Through Rate, o percentual de cliques dividido pelo total de impressões; sem o denominador de impressões ao lado, o CTR isolado não sustenta decisão nenhuma.

• Indexação

o processo pelo qual o buscador guarda uma página no próprio banco de dados depois de rastreá-la; página fora do índice não aparece em busca alguma.

• Cobertura

o relatório do Search Console que mostra quais URLs estão indexadas, quais foram excluídas e por qual motivo; cobertura é pré-condição para posição, nunca consequência dela.

• Rastreamento (crawl)

a visita de um robô de busca a uma página para ler o conteúdo antes de decidir se indexa.

• Crawl budget

o número de páginas que um rastreador está disposto a visitar num site dentro de um período, limitado por sinais de qualidade e capacidade do servidor.

• Canonical

a tag que informa ao buscador qual versão de uma URL é a oficial quando existem duplicatas ou variações de parâmetro.

• Redirect 301

redirecionamento permanente de uma URL para outra, usado quando uma página muda de endereço.

• Robots.txt

arquivo na raiz do site que informa a rastreadores quais caminhos podem ou não visitar.

• Noindex

instrução que impede uma página específica de entrar no índice do buscador, mesmo continuando acessível a visitantes.

• Nofollow

atributo de link que pede ao buscador para não repassar autoridade através daquele link específico.

• Sitemap

arquivo XML que lista as URLs que o site quer que o buscador conheça e rastreie.

• Sitemap index

um sitemap que aponta para outros sitemaps, usado quando o site tem páginas demais para caber num arquivo só.

• Featured snippet

o resultado em destaque no topo da SERP que responde à pergunta antes do primeiro link orgânico.

• Zero-click

a busca que termina sem clique porque a resposta já apareceu na própria página de resultados ou num resumo de IA.

• Volume de busca

a estimativa de quantas vezes por mês um termo é pesquisado, critério cada vez menos confiável quando usado isoladamente.

• Posição média

a posição média que uma URL ocupa para um conjunto de consultas; sozinha, esconde mais do que revela sem o volume de impressões ao lado.

• Impressão

cada vez que uma URL aparece numa página de resultados, mesmo sem clique.

• Palavra-chave de cauda longa

consulta mais específica e menos disputada, geralmente com intenção de busca mais clara que um termo genérico.

• Canibalização de conteúdo

quando duas páginas do mesmo site competem pela mesma consulta e prejudicam o desempenho uma da outra.

• Doorway page

página criada só para capturar tráfego de busca, sem conteúdo próprio relevante; prática penalizada pela política de spam do Google.

• Política de spam do Google Search Central

o documento oficial que define quais táticas o Google trata como manipulação, incluindo geração de conteúdo em escala sem valor exclusivo por página.

• Core Web Vitals

o conjunto de três métricas de experiência de página usadas como sinal de ranqueamento: LCP, INP e CLS.

• LCP (Largest Contentful Paint)

o tempo até o maior elemento visível da página terminar de carregar.

• INP (Interaction to Next Paint)

o tempo entre uma interação do usuário e a resposta visual da página a essa interação.

• CLS (Cumulative Layout Shift)

a soma de quanto os elementos da página se deslocam inesperadamente durante o carregamento.

• Backlink

um link de um site externo apontando para o seu, historicamente o sinal de autoridade mais usado em SEO.

• Domain Authority (DA)

estimativa da força de um domínio inteiro numa escala de 0 a 100, calculada por modelo proprietário da Moz e sem uso declarado pelo Google como fator de ranqueamento.

• Domain Rating (DR)

estimativa equivalente da Ahrefs, baseada em perfil de backlinks e igualmente proprietária; DA e DR partem de índices diferentes, o que torna a comparação direta entre os dois números inválida.

• Guest post

artigo publicado em site de terceiros, geralmente com um link de volta, como tática de link building.

• Broken link building

tática de encontrar links quebrados em sites de terceiros e oferecer o próprio conteúdo como substituto.

• Newsjacking

aproveitar um assunto em alta na mídia para inserir a marca na cobertura jornalística do momento.

• HARO, Connectively, Qwoted

plataformas que conectam jornalistas em busca de fontes a especialistas dispostos a comentar uma pauta; o HARO foi rebatizado como Connectively e o serviço acabou descontinuado, então confirme quais plataformas seguem no ar antes de montar a rotina.

• Digital PR

relações públicas digitais voltadas a conquistar cobertura editorial que gera link e menção de marca em veículos de autoridade.

Ser encontrado

- **Query**

o termo ou frase que alguém digita ou fala para o buscador.

- **Propriedade (Search Console)**

o site ou domínio cadastrado e verificado dentro do Google Search Console.

- **Renderização client-side vs server-side**

a diferença entre montar a página no navegador do visitante ou já pronta no servidor, relevante para o quanto um rastreador consegue ler sem executar JavaScript.

- **Rich results**

resultados de busca com formatação enriquecida (estrelas, preço, imagem) originados de dados estruturados válidos.

- **Meta description**

o resumo da página exibido na SERP, sem efeito direto no ranqueamento e com efeito direto no CTR.

- **Hreflang**

atributo que indica a versão de idioma ou região correta de uma página para o buscador exibir.

- **Conteúdo fino (thin content)**

página com pouco ou nenhum valor informacional próprio, alvo comum de penalização.

- **PageRank**

o algoritmo original do Google que media autoridade de página pela quantidade e qualidade de links recebidos.

- **Log file analysis**

a análise dos registros brutos de servidor para ver exatamente o que cada rastreador visitou, sem depender de amostragem.

- **Mobile-first indexing**

a prática do Google de indexar o site com base na versão mobile da página, deixando a versão desktop em segundo plano.

- **Above the fold**

a parte da página visível sem rolar, área que concentra a atenção inicial do visitante.

02

GEO E BUSCA GENERATIVA

Ser citado

A marca entra na resposta que a IA monta?

Vocabulário para separar presença, citação, grounding e recomendação em respostas geradas por IA.

45 termos neste capítulo

Algumas entradas que você encontrará:

GEO (Generative Engine Optimization) - AI Overviews - AI Mode -
Citação - Citation-worthiness



Ser citado

• GEO (Generative Engine Optimization)

a disciplina de tornar uma marca e suas fontes compreensíveis, verificáveis e úteis para buscadores generativos e assistentes de IA, ampliando o objetivo tradicional de aparecer numa lista de links.

• AI Overviews

o resumo gerado por IA que o Google exibe no topo de parte das buscas, muitas vezes eliminando a necessidade de clicar em qualquer link.

• AI Mode

o modo de busca do Google que substitui a lista de resultados por uma conversa com IA capaz de executar tarefas.

• Citação

o ato de um sistema de IA generativa mencionar ou referenciar uma fonte específica ao construir a resposta.

• Citation-worthiness

a qualidade de um conteúdo que o torna mais provável de ser escolhido como fonte por um sistema de IA generativa; no experimento que originou a disciplina, incluir citação de especialista atribuída elevou em 42,6% a visibilidade do conteúdo na resposta gerada, o maior ganho isolado medido entre as técnicas testadas (Aggarwal et al., KDD 2024).

• Grounding

o mecanismo pelo qual um modelo de IA ancora a resposta em fontes externas verificáveis, em vez de responder só com o que memorizou em treinamento.

• RAG (Retrieval-Augmented Generation)

a arquitetura que busca documentos relevantes num banco de dados antes de gerar a resposta, reduzindo a chance de o modelo inventar informação.

• Embeddings

a representação numérica de um texto num espaço vetorial, usada para medir semelhança de significado entre frases.

• Vector search

a busca que compara embeddings para encontrar o conteúdo mais parecido em significado com a pergunta, indo além da palavra exata.

• LLM (Large Language Model)

o modelo de linguagem de grande porte que sustenta ChatGPT, Claude, Gemini e assistentes semelhantes.

• Prompt

a instrução em linguagem natural enviada a um modelo de IA para obter uma resposta.

• Medição GEO em três camadas

separação do relatório entre acesso à informação, presença da marca nas respostas e consequência no funil; evita que uma contagem isolada de citações seja tratada como resultado de negócio.

• Diagnóstico de prontidão GEO

checagem das páginas prioritárias em quatro blocos: acesso técnico, identidade da marca, evidências e medição. Na Leadlovers, um bloqueio em qualquer bloco gera correção com dono e prazo antes de escalar conteúdo.

• Comparação repetida de prompts

método de usar a mesma lista de perguntas, no mesmo mecanismo e em datas registradas antes e depois de uma mudança; um avanço só entra no relatório quando o padrão persiste em mais de uma rodada.

• Share of voice generativo

o percentual de vezes que a marca é citada quando um conjunto fixo de perguntas é feito a sistemas de IA.

• Drift

a variação nas respostas de um mesmo LLM para a mesma pergunta ao longo do tempo, medida entre 5% e 74% conforme a ferramenta.

• Information gain

o ganho de informação que um conteúdo oferece além do que já existe na web, critério que RAG e grounding tendem a priorizar como fonte.

• llms.txt

arquivo proposto como sinalizador de conteúdo para sistemas de IA; porta-vozes do Google já declararam publicamente que a busca da empresa não consome esse arquivo, então trate a adoção como aposta sem retorno demonstrado.

• Tráfego vindo de assistentes de IA

sessões identificadas por origem ou referência de assistentes de IA. Confirme como sua propriedade do GA4 classifica cada origem antes de apresentar o recorte à diretoria.

• Impressões de IA (Search Console)

o relatório do Search Console que mostra quando a página aparece em superfícies de IA generativa; a disponibilidade varia por propriedade, então confira na propriedade verificada quais dados já chegaram para o seu site.

• GPTBot

o rastreador da OpenAI usado para coletar conteúdo destinado a treinamento e a respostas do ChatGPT.

• OAI-SearchBot

o rastreador da OpenAI dedicado a buscar conteúdo em tempo real para responder perguntas no ChatGPT, distinto do GPTBot de treinamento.

• ClaudeBot

o rastreador da Anthropic usado para coletar conteúdo relevante às respostas do Claude.

• PerplexityBot

o rastreador do Perplexity usado para indexar conteúdo consultado em tempo real nas respostas do produto.

• Crawl-to-refer ratio

a proporção entre quantas vezes um rastreador de IA visita o site e quantas vezes esse tráfego de IA encaminha um visitante de volta ao site.

• Seis etapas de citação

a cadeia que um conteúdo percorre até virar parte de uma resposta de IA: rastreio, índice, abertura de subconsultas, recuperação, espaço de contexto e resposta.

• Análise de vácuo

o mapeamento de quais perguntas do público não têm nenhuma marca citada hoje, dividido em vácuo total, parcial e saturado.

• Ponte semântica

página ou artigo que conecta uma pergunta genérica de mercado ao território de marca da empresa, sem depender só de termos de marca.

• Carteira de prompts

o conjunto fixo de perguntas testadas por estágio de funil, intenção e idioma, usado para monitorar de forma comparável quem a IA cita.

• Score de oportunidade

nota multifatorial que cruza volume de pergunta, grau de vácuo, dificuldade de disputa e valor comercial da resposta para priorizar produção de conteúdo.

• Objetivo de citação

a meta explícita e contestável de em quais respostas de IA a marca quer aparecer, definida antes de produzir qualquer pauta.

Ser citado

- **MCP (Model Context Protocol)**

protocolo aberto que permite a um modelo de IA se conectar a ferramentas e fontes de dados externas de forma padronizada.

- **A2A (Agent2Agent)**

protocolo que permite a agentes de IA de fornecedores diferentes se comunicarem entre si diretamente.

- **ACP (Agentic Commerce Protocol)**

protocolo que permite a um agente de IA descobrir, cotar e comprar um produto sem intervenção humana direta no checkout.

- **UCP**

proposta concorrente de padronização do comércio agêntico, com o mesmo objetivo do ACP e desenho técnico próprio; quem vencer a disputa define em qual formato o catálogo precisa ser publicado para que um agente consiga comprar.

- **AP2**

protocolo de pagamento entre agentes, que trata da autorização e da liquidação depois que o agente já escolheu o produto, camada distinta da negociação coberta por ACP e UCP.

- **Comércio agêntico**

o modelo de negócio em que agentes de IA, no lugar de pessoas, pesquisam, comparam e executam a compra em nome de um cliente.

- **Merchant Center**

a plataforma do Google onde uma empresa cadastra o catálogo de produtos consumido por buscas de compra e, potencialmente, por agentes.

- **Zero-click generativo**

a variante do zero-click em que a resposta de IA satisfaz a pergunta sem que o usuário precise abrir nenhuma fonte.

- **Autocitação**

quando o próprio buscador cita a si mesmo ou a produtos próprios como fonte da resposta, tendência observada no AI Mode.

- **Answer Engine Optimization (AEO)**

nome alternativo usado por parte do mercado para a mesma disciplina de otimizar para motores de resposta.

- **Prompt de auditoria de vácuo**

a pergunta padronizada usada para testar, de forma repetida, se uma marca é citada num determinado tema.

- **Consenso multi-fonte**

quando várias fontes independentes concordam sobre um fato, sinal que aumenta a confiança de um sistema de IA generativa ao citar aquela informação.

- **Fichas de conhecimento**

formato de conteúdo estruturado em fatos discretos e entidades, em vez de texto corrido, pensado para aumentar a chance de citação por LLMs.

- **SISTRIX**

ferramenta paga que acompanha a visibilidade de um domínio em buscadores tradicionais e, em módulos mais recentes, a presença em respostas generativas; o índice que ela publica é um modelo do próprio fornecedor, útil para comparar períodos do mesmo domínio e sem valor de medida oficial.

03

ENTIDADE E KNOWLEDGE GRAPH

Ser reconhecido

Os sistemas entendem que todas as provas apontam para a mesma marca?

Termos para consolidar identidade, relações, autoridade e consistência legível por máquinas.

40 termos neste capítulo

Algumas entradas que você encontrará:

Schema.org - JSON-LD - sameAs - Entity SEO - Knowledge Graph



Ser reconhecido

• Schema.org

vocabulário padrão de marcação de dados estruturados que buscadores e sistemas de IA usam para entender o conteúdo de uma página.

• JSON-LD

o formato mais comum de implementar Schema.org, um bloco de dados estruturados independente do HTML visível da página.

• sameAs

propriedade do Schema.org que liga a entidade da empresa a perfis externos confiáveis, como redes sociais e Wikidata, reforçando o reconhecimento da marca como entidade única.

• Entity SEO

a prática de otimizar para que buscadores reconheçam a marca como uma entidade única e consistente, acima da leitura página a página.

• Knowledge Graph

a base de conhecimento do Google que conecta entidades, pessoas, lugares e organizações por meio de fatos e relações verificáveis.

• Wikidata

banco de dados aberto e estruturado que alimenta parte do Knowledge Graph e de sistemas de IA com fatos sobre entidades.

• QID

o identificador único de uma entidade dentro do Wikidata.

• Organization schema

o tipo de dado estruturado que descreve formalmente uma empresa: nome, logotipo, endereço e perfis oficiais.

• LocalBusiness schema

variante do Organization schema voltada a negócios com endereço físico e área de atendimento geográfico.

• NAP (Name, Address, Phone)

a consistência de nome, endereço e telefone da empresa em todas as plataformas onde ela aparece, sinal básico de confiabilidade de entidade.

• Product Schema

dado estruturado que descreve um produto (preço, disponibilidade, avaliação), usado por buscadores e potencialmente por agentes de compra.

• E-E-A-T

os quatro sinais que o Google e sistemas de IA avaliam antes de confiar numa fonte: Experience, Expertise, Authoritativeness e Trust.

• Experience

o sinal de E-E-A-T que avalia se quem escreveu tem vivência real e direta sobre o assunto.

• Expertise

o sinal de E-E-A-T que avalia competência técnica comprovável sobre o tema tratado.

• Authoritativeness

o sinal de E-E-A-T que avalia o reconhecimento externo da fonte como referência no assunto.

• Trust

o sinal de E-E-A-T que avalia se a informação é confiável e verificável, o mais determinante dos quatro segundo o próprio Google.

• YMYL (Your Money or Your Life)

a categoria de conteúdo que pode afetar diretamente saúde, dinheiro ou segurança do leitor, submetida a um padrão mais alto de E-E-A-T.

• Helpful Content System

o sistema do Google que avalia se o conteúdo foi feito primariamente para pessoas ou primariamente para manipular buscadores.

• Google Search Quality Rater Guidelines (QRG)

o manual público que orienta os avaliadores humanos do Google e serve de base para os conceitos de conteúdo útil e de E-E-A-T; é a referência a citar quando alguém pedir a origem desses critérios.

• Autoridade temática

a percepção de que um site domina profundamente um assunto específico, construída por concentração de conteúdo, sem depender de volume bruto.

• Charter de território

documento de cinco critérios (problema em uma frase, prova primária própria, dono com tempo protegido, funil sem perda evitável, linha de base medida) que justifica escalar produção de conteúdo num nicho.

• Régua de triagem de fonte

três perguntas para checar uma estatística de fornecedor antes de repeti-la: quem lucra com o número, é medição ou expectativa, e existe denominador declarado.

• Cobertura de tópico

o percentual de subtópicos de um mapa temático que já têm dono e conteúdo publicado.

• Raio semântico do cluster

a medida de quão perto, em significado, os artigos de um cluster temático estão uns dos outros.

• Auditoria de cobertura

a combinação de cobertura de tópico e raio semântico usada para avaliar um cluster de conteúdo com denominador explícito, substituindo a avaliação feita página por página.

• Arquitetura hub-satélite

modelo de organização de conteúdo em que uma página central concentra a visão geral e páginas satélites aprofundam subtemas, linkadas entre si.

• Identificadores de entidade

os códigos e atributos (QID, sameAs, NAP) que amarram menções da marca espalhadas pela web à mesma entidade central.

• Google Business Profile (GBP)

o perfil gratuito de empresa no Google que alimenta o mapa, o painel local e cada vez mais respostas de IA sobre negócios físicos.

• Ask Maps

a funcionalidade do Google Maps que responde perguntas em linguagem natural sobre lugares usando IA generativa.

• Knowledge Panel

o painel lateral de informações que o Google exibe sobre uma entidade reconhecida, alimentado pelo Knowledge Graph.

• Entity confidence score

métrica informal de mercado que promete medir o quanto um buscador confia numa entidade, hoje sem sustentação em documentação oficial.

• Consistência de entidade

a garantia de que nome, credenciais e dados da marca aparecem da mesma forma em todas as plataformas onde ela é citada.

• Verificador de consistência de entidade

ferramenta interna construída via vibecoding para checar automaticamente se a marca aparece de forma consistente em diferentes fontes.

• Structured data validation

a checagem técnica de que um bloco de dados estruturados está bem formado, sem erro de sintaxe, antes de publicar a página.

Ser reconhecido

- **@graph**

a estrutura do JSON-LD que permite declarar várias entidades relacionadas dentro do mesmo bloco de dados estruturados.

- **Rich snippet**

resultado de busca com formatação enriquecida derivada diretamente de dados estruturados validados.

- **Grande poda de rich results**

a rodada em que o Google aposentou parte dos tipos de rich result, incluindo o de FAQ, e deixou marcações que continuam válidas sem gerar exibição enriquecida; confira a elegibilidade de cada tipo na documentação do Search Central antes de investir em implementação.

- **Entidade canônica**

a versão oficial e única de uma marca ou pessoa dentro de um sistema de conhecimento, à qual todas as menções deveriam apontar.

- **Menção de marca (brand mention)**

citação do nome da marca em qualquer conteúdo de terceiros, com ou sem link; parte do mercado monitora esse sinal como candidato a explicar citação em IA, e a comparação com backlink permanece hipótese até o time testá-la no próprio domínio.

- **Co-ocorrência**

quando a marca aparece repetidamente ao lado de outro termo ou entidade em conteúdo de terceiros, reforçando a associação semântica entre os dois.

04

MEDIÇÃO EXECUTIVA

Medir o que move

O número muda qual decisão, de quem e até quando?

Vocabulário para exigir fonte, denominador, comparabilidade, efeito de negócio e responsabilidade.

40 termos neste capítulo

Algumas entradas que você encontrará:

Denominador - Procedência (proveniência) do dado - Dono da métrica - Incrementalidade - MMM (Marketing Mix Modeling)



Medir o que move

• Denominador

o número total que dá sentido a uma taxa ou percentual; sem ele, qualquer variação de métrica pode enganar.

• Procedência (proveniência) do dado

a origem exata de um número: se vem do Search Console, do GA4, do CRM ou do servidor.

• Dono da métrica

a pessoa nomeada, com prazo e critério de aceite, responsável por um indicador específico dentro da empresa.

• Incrementalidade

o resultado que existe por causa do anúncio, estimado ao comparar o que aconteceu com o que teria acontecido sem a exposição; materiais técnicos de haus.io e Measured publicados em 2025 e 2026 colocam essa pergunta no centro da medição de mídia.

• MMM (Marketing Mix Modeling)

modelo estatístico que estima a contribuição de cada canal a partir de séries históricas agregadas, indicado para alocação macro de verba (haus.io e Measured, 2025-2026).

• MTA (Multi-Touch Attribution)

distribuição do crédito de conversão entre os pontos de contato registrados, útil para decisão tática e frágil quando a jornada tem etapas fora do rastreo (haus.io e Measured, 2025-2026).

• Contramétrica

indicador publicado ao lado da métrica-alvo para expor o efeito colateral de persegui-la, como taxa de correção posterior ao lado de velocidade de resposta.

• Lei de Goodhart

quando uma medida vira alvo, o sistema encontra a estratégia que eleva o placar sem entregar a intenção original; a defesa é contramétrica pareada e definição congelada antes do período.

• Cartão de recorte

artefato de seis campos (propriedade, período, comparação, filtro) preenchido antes de qualquer análise de queda ou pico no Search Console.

• Árvore de cinco causas

sequência de hipóteses, da mais barata (sazonalidade, mudança de SERP) à mais cara (penalização, problema técnico), para diagnosticar queda de tráfego antes de agir.

• Escada de confiança do dado

a progressão de sinal bruto para dado comparado, depois triangulado e só então acionável, que evita decisão precipitada sobre um número isolado.

• Contrato de evidência

anexo técnico que troca métrica de vaidade por prova causal de impacto num acordo de SLA com agência ou time interno.

• Painel de uma página

formato de reporte executivo com nove a onze indicadores, cada um com denominador explícito, substituindo dashboards extensos.

• Modelo de relatório padrão

formato de cinco blocos com narrativa explícita que todo relatório interno ou de agência deveria seguir.

• Plano de 90 dias com governança

roteiro em três fases de trinta dias que implanta procedência de dado, padrão de relatório e cruzamento com CRM em sequência.

• As seis decisões de negócio

checklist de reunião executiva: aceitar ou devolver relatório, confiar ou exigir fonte, o que fazer com busca generativa, onde investir, aprovar ou cortar custo, quem responde pelo número.

• Três perguntas de medição

checklist para toda reunião de marketing: a fonte é oficial, qual a limitação do dado, e o dado é comparável no tempo.

• Cinco perguntas de proveniência

checklist para checar qualquer relatório de share of voice em IA antes de subir a métrica para a diretoria.

• Matriz Comprar/Construir/Contratar

framework de decisão entre assinar ferramenta paga, construir monitoramento interno ou contratar terceiro para uma capacidade específica.

• Prontidão executiva

avaliação de seis dimensões e vinte e quatro pontos usada para justificar orçamento de GEO ou AI-SEO perante a diretoria.

• Memorando de uma página

documento com cinco números-chave usado para decidir investir, contratar ou adiar um projeto de visibilidade em IA.

• Mapa de procedência dos dados

a visão de qual fonte (Search Console, GA4, CRM ou servidor) responde a qual pergunta de negócio, sem nenhuma delas bastando sozinha.

• Três camadas de medição GEO

acessibilidade por log de crawlers, visibilidade por amostragem de prompts e consequência por GA4 e CRM, as três leituras que substituem uma única métrica de vaidade.

• Cadeia de seis passos

sequência de pergunta, recorte, leitura, diagnóstico, cobrança e cadência usada para transformar dado de busca em decisão.

• Framework das seis palavras-chave

consulta, índice, resultado, impressão, clique e propriedade, os seis conceitos que sustentam a leitura correta do Search Console.

• Régua de materialidade

o critério definido antes de olhar o dado para decidir o que conta como alerta real, evitando reação a ruído estatístico normal.

• Atribuição first-touch

modelo de atribuição que dá todo o crédito da conversão ao primeiro ponto de contato do cliente com a marca.

• Atribuição last-touch

modelo de atribuição que dá todo o crédito da conversão ao último ponto de contato antes da conversão.

• Funil instrumentado

o funil de vendas com cada etapa efetivamente medida por evento rastreado, sem etapas estimadas de memória.

• Fonte única de verdade (SSOT)

a fonte de dados designada como referência oficial de um número, para acabar com relatórios divergentes do mesmo indicador.

• Ficha de viabilidade

documento de quatro campos (fonte, unidade de registro, dado exclusivo, intenção comercial) preenchido antes de aprovar geração programática de páginas.

• Gatilhos numéricos de governança

limites definidos previamente que disparam a decisão de escalar, podar ou encerrar uma linha de conteúdo.

• Gate de quatro perguntas

checklist que separa acervo legítimo de doorway page, testando se cada página tem ao menos um dado que só existe nela.

Medir o que move

• Oportunidade com tamanho

critério de priorização de pauta que combina volume de demanda real, via impressões, com posição atual, indo além da posição média isolada.

• Escada de maturidade (0 a 10)

a escala usada para localizar o ponto de partida real de uma empresa em relação à busca com IA, antes de aprovar investimento.

• Roteiro de 90 dias em seis quinzenas

plano de lançamento de um programa de GEO com entregas exigíveis a cada duas semanas.

• Custo por resultado

a métrica de FinOps que liga gasto de IA generativa ao resultado de negócio efetivamente entregue, acima da contagem bruta de chamadas.

• Métrica de vaidade

indicador fácil de subir, como volume bruto de tráfego, que sozinho não prova impacto em receita ou retenção.

• Comparação sazonal

a checagem de que um período analisado é comparável a outro equivalente do calendário antes de atribuir uma variação a causa externa.

• Amostragem de prompts

a técnica de testar um conjunto representativo de perguntas contra sistemas de IA para inferir visibilidade sem acesso a todos os prompts reais de usuários.

05

EXPERIMENTAÇÃO E CRO

Testar com rigor

A mudança causou efeito ou apenas coincidiu com ele?

Termos para formular hipóteses, controlar comparação e decidir com incerteza explícita.

31 termos neste capítulo

Algumas entradas que você encontrará:

OEC (Overall Evaluation Criterion) - Guardrail metric - SRM (Sample Ratio Mismatch) - CUPED - CUPAC



Testar com rigor

• OEC (Overall Evaluation Criterion)

a métrica única definida antes de rodar um teste para julgar se ele foi bem-sucedido, evitando otimizar uma métrica secundária às custas do negócio.

• Guardrail metric

indicador monitorado durante um teste para garantir que a otimização da métrica principal não está prejudicando outra parte importante do negócio.

• SRM (Sample Ratio Mismatch)

quando a proporção de usuários entre variante de teste e controle sai diferente do planejado, sinal de que algo no experimento está quebrado antes mesmo de olhar o resultado.

• CUPED

técnica estatística que usa dado histórico do próprio usuário para reduzir variância e encurtar o tempo necessário de um teste A/B.

• CUPAC

variante do CUPED que usa uma métrica correlacionada, além do histórico do mesmo usuário, para o mesmo efeito de redução de variância.

• Sequential testing

monitoramento contínuo de um teste que permite parar antes do prazo original sem inflar a taxa de falso positivo.

• Bandits

algoritmo que aloca tráfego de forma dinâmica para a variante com melhor desempenho durante o próprio teste, sem esperar o fim do experimento.

• Switchback test

desenho de teste que alterna a variante no tempo, usado quando a separação limpa entre grupos de usuários fica inviável, como em redes com efeito de interferência.

• Paradoxo de Simpson

quando uma tendência aparece em subgrupos de dados mas desaparece ou se inverte quando os grupos são combinados, armadilha comum na leitura de teste A/B.

• Maldição do vencedor

a tendência de um teste vencedor parecer melhor do que realmente é, por causa da variância natural do próprio processo de seleção do vencedor.

• Estrutura canônica de 6 etapas

meta, diagnóstico, hipótese, experimento, decisão e memória, o ritual fixo recomendado para toda reunião de CRO.

• Taxonomia operacional em 5 camadas

direção, diagnóstico, desenho, decisão e governança, a organização do trabalho de um programa de experimentação.

• Funil de conversão

a sequência de etapas (visita, lead, oportunidade, contrato) com taxa real medida em cada uma, usada para achar onde o dinheiro vaza.

• Taxa de abandono de carrinho

o percentual de compras iniciadas que terminam sem pagamento; o Baymard Institute, ao consolidar dezenas de estudos independentes de e-commerce, aponta média próxima de 70% (Baymard Institute, consulta de julho de 2026), o que justifica uma jornada dedicada de recuperação.

• Dossiê de evidências

o registro acumulado de hipóteses testadas, vencedoras e perdedoras, que vira memória institucional de experimentação.

• Protocolo pré-experimento

o documento que fixa hipótese, métrica, duração e critério de decisão antes de o teste começar a rodar.

• Registro de decisão

a ata formal do que foi decidido a partir de um resultado de teste, incluindo o motivo, para não repetir a mesma pergunta meses depois.

• HiPPO

sigla de mercado para a opinião da pessoa mais graduada na sala prevalecendo sobre a evidência do teste.

• Volume mínimo de teste

o piso de conversões por semana abaixo do qual um teste A/B formal deixa de ser prático e a decisão deve vir de pesquisa qualitativa.

• Tráfego de LLM como segmento de CRO

tratar o visitante que já chega decidido via busca por IA como um segmento à parte, com página e oferta ajustadas.

• Teste A/B

o experimento controlado que compara uma variante nova contra a versão original para medir o efeito de uma mudança.

• Hipótese de teste

a afirmação testável que descreve o que deve mudar, por quê, e o que se espera medir como resultado.

• Significância estatística

o critério que indica se a diferença observada entre variantes é improvável de ter ocorrido só por acaso.

• Intervalo de confiança

a faixa de valores dentro da qual o resultado real provavelmente está, dado o tamanho da amostra do teste.

• Poder estatístico (power)

a probabilidade de um teste detectar um efeito real, quando ele de fato existe, dado o tamanho de amostra escolhido.

• Backlog priorizado por evidência

a lista de próximos testes ordenada por dado observado no funil, acima da preferência pessoal de quem propõe.

• Trilhas Executiva, Liderança e Especialista

a segmentação de conteúdo por profundidade técnica e papel do leitor, sem pré-requisito de estatística.

• INP e Core Web Vitals aplicados a CRO

o lembrete de que performance mobile também é variável de conversão, com efeito além do SEO.

• Política de experimentação

o documento de governança que define quem decide, quem veta e a cadência de um programa de testes antes de escalar para múltiplos times.

• Piloto de 90 dias (CRO)

o prazo recomendado para validar um programa de experimentação antes de expandir para outros squads.

• Teste em rede

desenho de experimento que considera efeito de interferência entre usuários conectados, quando o tratamento de um afeta o resultado do outro.

06

ENGENHARIA E VIBECODING

Construir com segurança

A automação funciona, pode ser mantida e volta atrás se falhar?

Vocabulário para conversar sobre ambientes, integração, custo total, deploy e operação.

32 termos neste capítulo

Algumas entradas que você encontrará:

TCO (Custo Total de Propriedade) - API (Application Programming Interface) - Staging - Ambiente de produção - Localhost



Construir com segurança

• TCO (Custo Total de Propriedade)

o custo projetado de uma ferramenta ao longo do tempo, incluindo manutenção e operação, muito acima do preço de licença do primeiro ano.

• API (Application Programming Interface)

a interface que permite que dois sistemas diferentes troquem dados e comandos entre si de forma padronizada.

• Staging

o ambiente intermediário onde uma mudança é testada em condição próxima da real antes de ir para produção.

• Ambiente de produção

o ambiente que o cliente final efetivamente usa, onde qualquer falha tem impacto real no negócio.

• Localhost

o ambiente que roda apenas na máquina do próprio desenvolvedor, o primeiro dos quatro estágios de execução de um software.

• Dev (ambiente de desenvolvimento)

o ambiente compartilhado onde o time integra mudanças antes de qualquer teste mais formal.

• Prompt C.L.A.R.O.

método de estruturar um prompt em cinco partes: Contexto, Limites, Anexos, Referências e Output.

• Vibe coding

termo cunhado por Andrej Karpathy em fevereiro de 2025 para descrever programar delegando boa parte da implementação a um assistente de IA.

• Ciclo Vibecoding

as quatro etapas de construir uma ferramenta com IA: especificar em linguagem natural, deixar a IA implementar, validar e fazer deploy.

• OWASP Citizen Development Top 10

lista pública dos principais riscos de segurança em aplicações criadas fora do ciclo tradicional de engenharia, útil como checklist de governança antes de colocar em produção qualquer ferramenta feita por vibecoding ou low-code.

• Permissão mínima

dar a cada automação apenas o acesso exigido pela ação que ela executa, com credenciais separadas entre o agente que prepara material e o agente que envia mensagem.

• Monorepo

arquitetura em que múltiplos projetos vivem dentro do mesmo repositório de código, facilitando compartilhamento entre eles.

• Polyrepo

arquitetura oposta ao monorepo, em que cada projeto vive isolado no próprio repositório de código.

• Observabilidade

a capacidade de um sistema informar que algo quebrou antes que o cliente precise reclamar.

• Tríade de decisão

tempo, escopo e qualidade, os três recursos que qualquer negociação de prazo em projeto de software mexe ao mesmo tempo.

• Três camadas de compra

código, software e sistema, distinção que evita subestimar o esforço contínuo de manter uma integração viva além da compra inicial.

• CLAUDE.md

arquivo de instruções de projeto que orienta o comportamento de um assistente de IA de código dentro de um repositório específico.

• Claude Code

ferramenta de linha de comando da Anthropic que executa tarefas de programação assistidas por IA.

• Cursor

ambiente de desenvolvimento integrado com IA embutida, usado como alternativa ao Claude Code.

• P(T) = clareza x contexto x raciocínio

modelo de produtividade que estrutura o quanto um prompt de briefing precisa de clareza e contexto antes de pedir raciocínio complexo.

• generateStaticParams

função do Next.js que define, em tempo de build, quais páginas estáticas devem ser geradas previamente.

• dynamicParams

configuração do Next.js que decide se páginas fora da lista pré-gerada podem ser renderizadas sob demanda ou devem retornar erro.

• Cache Components

recurso do Next.js 16 que dá controle granular sobre o que é armazenado em cache dentro de uma mesma página.

• Diff, commit, cliente

o fluxo do Git que leva uma mudança de código, isolada e revisável, até chegar ao produto que o cliente usa.

• Pergunta crítica de aprovação de orçamento

perguntar qual o custo anual de operação e manutenção no terceiro ano, sem nenhuma funcionalidade nova, antes de aprovar uma nova ferramenta.

• Webhook

mecanismo pelo qual um sistema avisa outro automaticamente, em tempo real, quando um evento específico acontece.

• Pipeline de deploy

a sequência automatizada de passos entre o código pronto e a versão publicada em produção, incluindo verificações de qualidade.

• Rate limit

o limite de quantas chamadas uma API aceita num intervalo de tempo, antes de passar a recusar novas requisições.

• Schema JSON-LD gerado via YAML

técnica de manter dados estruturados como fonte legível e gerar o JSON-LD automaticamente a partir dela, reduzindo trabalho manual de marcação.

• Frontend e backend

a camada visível e interativa de um produto (frontend) e a camada de lógica, dados e regras de negócio que a sustenta por trás (backend).

• Full stack

a competência de trabalhar tanto na camada de frontend quanto na de backend de um produto.

• Razão de código gerado por IA em produção

a proporção entre código sugerido por IA e código que efetivamente chega mergeado em produção, citada como 42% de origem em IA contra apenas 26,9% mergeado.

07

GOVERNANÇA DE IA

Delegar com controle

Quem responde quando a IA recomenda ou age?

Termos para calibrar evidência, autonomia, aprovação, reversão, risco e prestação de contas.

43 termos neste capítulo

Algumas entradas que você encontrará:

Alucinação - Taxonomia de falhas de IA - Omissão - Viés - Desatualização



Delegar com controle

• Alucinação

quando um modelo de IA gera uma informação com aparência de fato mas sem lastro real. A taxa varia bastante conforme o modelo e o tipo de pergunta, e é por isso que toda afirmação de IA que vira decisão precisa de verificação proporcional ao risco.

• Taxonomia de falhas de IA

a separação entre alucinação, omissão, viés e desatualização, quatro diagnósticos com correções diferentes, que substitui o rótulo genérico de erro de IA.

• Omissão

a falha em que tudo o que está escrito é verdadeiro e a decisão segue mal informada porque falta o que ficou de fora; a correção é checklist de cobertura, com atenção redobrada em material executivo.

• Viés

a falha em que o sistema desloca o tratamento de forma sistemática contra um grupo ou um recorte de público; a correção é avaliação segmentada do resultado, porque a média agregada esconde o desvio.

• Desatualização

a falha em que o dado citado já foi verdadeiro e deixou de ser; um preço antigo num e-mail é problema de fonte e de versão, e a correção mora na governança documental.

• Abstenção

a resposta de que não há dados suficientes tratada como entrega válida, com destino operacional definido, para o fluxo parar de premiar o preenchimento de lacuna.

• Quatro camadas de intermediação

busca, síntese, recomendação e ação, a classificação de qualquer capacidade de IA pelo verbo mais alto que ela executa; a fronteira decisiva aparece quando a resposta ganha autoridade para produzir consequência.

• Escala E0 a E4

a graduação de evidência exigida conforme a finalidade da saída, de exploração sem fonte (E0) até decisão com alçada, registro e verificação independente (E4).

• Rótulo epistemológico

a marcação de cada afirmação de um relatório como fato verificado, cálculo, inferência, hipótese, recomendação ou desconhecido.

• Contrato de trabalho de seis campos

resultado e decisão apoiada, dados e acessos, limites, forma da saída, evidências de aceite e responsável pelo aceite: os seis campos de qualquer pedido delegado a pessoa ou a agente.

• Verificador independente

rotina determinística que reconstrói os números direto da plataforma de origem, sem passar pela narrativa de quem gerou o material.

• Diff executivo

o resumo de uma mudança material em regra anterior, regra nova, hipótese, público, risco, evidência e caminho de retorno.

• Ponto de retorno

o estado anterior já testado ao qual o time consegue voltar; rollback é capacidade instalada, e o plano precisa nomear o que é irreversível, como mensagem já enviada.

• Quatro papéis da IA

preparar, recomendar, executar e monitorar, os papéis atribuídos a cada ponto do fluxo conforme variabilidade, risco e possibilidade de verificação.

• Cartão de Evidência

formato com afirmação, fonte, cálculo, premissa, incerteza e responsável, exigido antes de publicar qualquer número gerado por IA.

• Contrato de Autonomia

acordo prévio por classe de tarefa que define quem age, em qual sistema, qual o limite de valor, quem aprova exceção e como interromper.

• Escada de Evidência

a progressão de exploração, síntese ancorada, análise verificada até ação autorizada, usada para calibrar o quanto confiar num output de IA em cada etapa.

• Escada de Autonomia

a escala que mede o quanto de decisão está sendo delegada a um agente de IA, do rascunho assistido até a execução sem supervisão.

• Escada de Mecanismo

a escala que avalia se uma decisão de IA vem acompanhada de explicação verificável do porquê, além do resultado.

• Ciclo 5D

definir, delegar, debater, diligenciar e decidir, a rotina recomendada para decisões de campanha ou conteúdo que envolvem IA, sempre com dono, prazo e gatilho de revisão documentados.

• Carteira de Oportunidades

a lista de tarefas candidatas a receber IA, priorizadas por valor, frequência, risco e facilidade de desfazer.

• Harness Corporativo

o conjunto de regras, ferramentas e limites dentro do qual um agente de IA opera numa empresa.

• Especificação Verificável

a descrição de tarefa escrita de forma que seu cumprimento possa ser conferido objetivamente, sem depender de impressão pessoal.

• RACI

matriz de papéis (responsável, aprovador, consultado e informado) usada para atribuir accountability formal numa decisão ou processo.

• FinOps corporativo

a disciplina de gestão de custo aplicada ao uso de IA generativa em produção, com teto de gasto definido antes de escalar.

• Circuit breaker

mecanismo automático que interrompe um processo de IA ao atingir um limite de custo ou de erro predefinido.

• EU AI Act

a legislação europeia de IA que exige, entre outras obrigações, a divulgação explícita de conteúdo gerado por IA a partir de 2 de agosto de 2026, com efeito sobre empresas fora da União Europeia que atendem clientes lá.

• Valor no Workflow

a medição de tempo de ciclo, qualidade aceita, custo e efeito na decisão antes e depois de introduzir IA num processo, no lugar da percepção subjetiva de ganho.

• Matriz de risco jurídico

o mapeamento de exposição legal por tipo de erro de IA sobre a marca: dado errado, alucinação ou atribuição incorreta.

• Política de uma página para erro de IA sobre a marca

documento com papéis nomeados para responder rapidamente quando um sistema de IA divulga informação incorreta sobre a empresa.

• Governança de risco reputacional

o processo formal de monitorar, responder e corrigir quando a reputação da marca é afetada por uma resposta de IA.

• Disclosure de conteúdo gerado por IA

a prática de declarar explicitamente quando um texto, e-mail ou material comercial foi produzido com apoio de IA generativa.

Delegar com controle

• AI Index (Stanford HAI)

relatório anual da Universidade de Stanford que consolida dados sobre capacidade, adoção e risco de sistemas de IA. Serve como referência de mercado quando você precisa de um número com procedência para levar à diretoria; consulte a edição vigente antes de citar qualquer taxa.

• METR

organização independente que avalia, em tarefas controladas, o desempenho real de sistemas de IA e de profissionais que trabalham com IA; a referência serve para exigir medição própria sempre que alguém apresentar ganho de produtividade baseado apenas em percepção.

• Auditoria de fatos citados

a revisão periódica de números e afirmações usados num conteúdo publicado, com modelo de auditoria de vinte e cinco fatos citado como referência.

• Fluxo editorial com controle humano

o processo que insere revisão humana em pontos específicos sempre que um conteúdo é gerado ou assistido por IA.

• Assinatura humana

o conjunto de marcas de autoria e revisão real que diferencia um conteúdo com expertise genuína de um texto genérico gerado por IA sem supervisão.

• Marcação de autoria legível por máquina

dado estruturado que associa um especialista real do time a uma peça de conteúdo técnico, lido tanto por buscadores quanto por sistemas de IA.

• Governança de agentes de IA

o conjunto de regras que define limites de ação, aprovação e reversão para qualquer agente autônomo operando em nome da empresa.

• Dono nomeado

a exigência de que toda métrica, política ou processo tenha uma pessoa específica responsável, com nome próprio registrado, sem parar numa área genérica.

• Critério de aceite

a condição objetiva que define quando uma entrega, humana ou de IA, pode ser considerada concluída e aprovada.

• Accountability formal

o registro explícito de quem responde por uma decisão, condição para cobrar resultado depois.

• Survey crítica sobre GEO

pesquisa acadêmica publicada no arXiv que revisou quarenta e cinco estudos sobre GEO sem encontrar efeito causal estável comprovado, lembrete contra tratar GEO como solução garantida.

ÍNDICE ALFABÉTICO

Ache o termo pelo nome

@graph	13	Core Web Vitals	6	Grounding	9
A		Crawl budget	6	Guardrail metric	18
A2A (Agent2Agent)	10	Crawl-to-refer ratio	9	Guest post	6
Above the fold	7	Critério de aceite	23	H	
Abstenção	22	CTR	6	Harness Corporativo	22
Accountability formal	23	CUPAC	18	HARO, Connectively, Qwoted	6
ACP (Agentic Commerce Protocol)	10	CUPED	18	Helpful Content System	12
AI Index (Stanford HAI)	23	Cursor	20	HiPPO	18
AI Mode	9	Custo por resultado	16	Hipótese de teste	18
AI Overviews	9	D		Hreflang	7
Alucinação	22	Denominador	15	I	
Ambiente de produção	20	Desatualização	22	Identificadores de entidade	12
Amostragem de prompts	16	Dev (ambiente de desenvolvimento)	20	Impressão	6
Answer Engine Optimization (AEO)	10	Diagnóstico de prontidão GEO	9	Impressões de IA (Search Console)	9
Análise de vácuo	9	Diff executivo	22	Incrementalidade	15
AP2	10	Diff, commit, cliente	20	Indexação	6
API (Application Programming Interface)	20	Digital PR	6	Information gain	9
Arquitetura hub-satélite	12	Disclosure de conteúdo gerado por IA	22	INP (Interaction to Next Paint)	6
As seis decisões de negócio	15	Domain Authority (DA)	6	INP e Core Web Vitals aplicados a CRO	18
Ask Maps	12	Domain Rating (DR)	6	Intervalo de confiança	18
Assinatura humana	23	Dono da métrica	15	J	
Atribuição first-touch	15	Dono nomeado	23	JSON-LD	12
Atribuição last-touch	15	Doorway page	6	K	
Auditoria de cobertura	12	Dossiê de evidências	18	Knowledge Graph	12
Auditoria de fatos citados	23	Drift	9	Knowledge Panel	12
Authoritativeness	12	dynamicParams	20	L	
Autocitação	10	E		LCP (Largest Contentful Paint)	6
Autoridade temática	12	E-E-A-T	12	Lei de Goodhart	15
B		Embeddings	9	LLM (Large Language Model)	9
Backlink	6	Entidade canônica	13	llms.txt	9
Backlog priorizado por evidência	18	Entity confidence score	12	LocalBusiness schema	12
Bandits	18	Entity SEO	12	Localhost	20
Broken link building	6	Escada de Autonomia	22	Log file analysis	7
C		Escada de confiança do dado	15	M	
Cache Components	20	Escada de Evidência	22	Maldição do vencedor	18
Cadeia de seis passos	15	Escada de maturidade (0 a 10)	16	Mapa de procedência dos dados	15
Canibalização de conteúdo	6	Escada de Mecanismo	22	Marcação de autoria legível por máquina	23
Canonical	6	Escala E0 a E4	22	Matriz Comprar/Construir/Contratar	15
Carteira de Oportunidades	22	Especificação Verificável	22	Matriz de risco jurídico	22
Carteira de prompts	9	Estrutura canônica de 6 etapas	18	MCP (Model Context Protocol)	10
Cartão de Evidência	22	EU AI Act	22	Medição GEO em três camadas	9
Cartão de recorte	15	Experience	12	Memorando de uma página	15
Charter de território	12	Expertise	12	Menção de marca (brand mention)	13
Ciclo 5D	22	F		Merchant Center	10
Ciclo Vibecoding	20	Featured snippet	6	Meta description	7
Cinco perguntas de proveniência	15	Ficha de viabilidade	15	METR	23
Circuit breaker	22	Fichas de conhecimento	10	MMM (Marketing Mix Modeling)	15
Citation-worthiness	9	FinOps corporativo	22	Mobile-first indexing	7
Citação	9	Fluxo editorial com controle humano	23	Modelo de relatório padrão	15
Claude Code	20	Fonte única de verdade (SSOT)	15	Monorepo	20
CLAUDE.md	20	Framework das seis palavras-chave	15	MTA (Multi-Touch Attribution)	15
ClaudeBot	9	Frontend e backend	20	Métrica de vaidade	16
CLS (Cumulative Layout Shift)	6	Full stack	20	N	
Co-ocorrência	13	Funil de conversão	18	NAP (Name, Address, Phone)	12
Cobertura	6	Funil instrumentado	15	Newsjacking	6
Cobertura de tópico	12	G		Nofollow	6
Comparação repetida de prompts	9	Gate de quatro perguntas	15	Noindex	6
Comparação sazonal	16	Gatilhos numéricos de governança	15	O	
Comércio agêntico	10	generateStaticParams	20	OAI-SearchBot	9
Consenso multi-fonte	10	GEO (Generative Engine Optimization)	9	Objetivo de citação	9
Consistência de entidade	12	Google Business Profile (GBP)	12	Observabilidade	20
Conteúdo fino (thin content)	7	Google Search Quality Rater Guidelines (QRG)	12	OEC (Overall Evaluation Criterion)	18
Contramétrica	15	Governança de agentes de IA	23	Omissão	22
Contrato de Autonomia	22	Governança de risco reputacional	22	Oportunidade com tamanho	16
Contrato de evidência	15	GPTBot	9	Organization schema	12
Contrato de trabalho de seis campos	22	Grande poda de rich results	13	OWASP Citizen Development Top 10	20

ÍNDICE ALFABÉTICO

Ache o termo pelo nome

P(T) = clareza x contexto x raciocínio	20	Structured data validation	12
PageRank	7	Survey crítica sobre GEO	23
Painel de uma página	15	Switchback test	18
Palavra-chave de cauda longa	6	T	
Paradoxo de Simpson	18	Taxa de abandono de carrinho	18
Pergunta crítica de aprovação de orçamento	20	Taxonomia de falhas de IA	22
Permissão mínima	20	Taxonomia operacional em 5 camadas	18
PerplexityBot	9	TCO (Custo Total de Propriedade)	20
Piloto de 90 dias (CRO)	18	Teste A/B	18
Pipeline de deploy	20	Teste em rede	18
Plano de 90 dias com governança	15	Trilhas Executiva, Liderança e Especialista	18
Poder estatístico (power)	18	Trust	12
Polyrepo	20	Tráfego de LLM como segmento de CRO	18
Política de experimentação	18	Tráfego vindo de assistentes de IA	9
Política de spam do Google Search Central	6	Três camadas de compra	20
Política de uma página para erro de IA sobre a marca	22	Três camadas de medição GEO	15
Ponte semântica	9	Três perguntas de medição	15
Ponto de retorno	22	Triade de decisão	20
Posição média	6	U	
Procedência (proveniência) do dado	15	UCP	10
Product Schema	12	V	
Prompt	9	Valor no Workflow	22
Prompt C.L.A.R.O.	20	Vector search	9
Prompt de auditoria de vácuo	10	Verificador de consistência de entidade	12
Prontidão executiva	15	Verificador independente	22
Propriedade (Search Console)	7	Vibe coding	20
Protocolo pré-experimento	18	Viés	22
Q		Volume de busca	6
QID	12	Volume mínimo de teste	18
Quatro camadas de intermediação	22	W	
Quatro papéis da IA	22	Webhook	20
Query	7	Wikidata	12
R		Y	
RACI	22	YMYL (Your Money or Your Life)	12
RAG (Retrieval-Augmented Generation)	9	Z	
Raio semântico do cluster	12	Zero-click	6
Rastreamento (crawl)	6	Zero-click generativo	10
Rate limit	20	Á	
Razão de código gerado por IA em produção	20	Árvore de cinco causas	15
Redirect 301	6		
Registro de decisão	18		
Renderização client-side vs server-side	7		
Rich results	7		
Rich snippet	13		
Robots.txt	6		
Roteiro de 90 dias em seis quinzenas	16		
Régua de materialidade	15		
Régua de triagem de fonte	12		
Rótulo epistemológico	22		
S			
sameAs	12		
Schema JSON-LD gerado via YAML	20		
Schema.org	12		
Score de oportunidade	9		
Seis etapas de citação	9		
Sequential testing	18		
SERP	6		
Share of voice generativo	9		
Significância estatística	18		
SISTRIX	10		
Sitemap	6		
Sitemap index	6		
SRM (Sample Ratio Mismatch)	18		
Staging	20		

LEADLOVERS 2026

Agora use a palavra para mudar o trabalho.

Você chegou ao fim de 276 definições, mas o valor aparece quando a equipe usa o mesmo vocabulário para escrever a pauta, exigir prova, limitar autonomia e registrar o que mudou.

CONSULTAR O GLOSSÁRIO VIVO**ABRIR O PORTAL LEADLOVERS 2026**

Material educativo - edição de 28 de julho de 2026