

Search Intelligence: So greifen GEO, SEA und SEO ineinander

(Quelle: <https://searchengineland.com/ai-visibility-ppc-performance-484199>)

Ebene	GEO	SEA	SEO	Gemeinsames Vorgehen
1. Intent entdecken	Prompts, Grounding Queries und AI Topics analysieren	Search Terms und neue Suchmuster auswerten	Queries, Rankings und Themenccluster analysieren	Intents zusammenführen und nach Funnel-Stufe, Zielgruppe und Business-Relevanz clustern
2. Nachfrage validieren	Prüfen, bei welchen Intents die Marke sichtbar ist	Neue Intents über Keywords, Search Themes und Kampagnen testen	Suchvolumen, Rankings und organische Nachfrage bewerten	Herausfinden, welche Themen nicht nur sichtbar, sondern tatsächlich kommerziell relevant sind
3. Content priorisieren	Citation Gaps und fehlende AI Visibility identifizieren	Conversion Rate, CPA, Lead Quality und Umsatz als Priorisierung nutzen	Content Gaps und Ranking-Potenziale identifizieren	Content dort ausbauen, wo Nachfrage, Business Value und Visibility Gap zusammenkommen
4. Inhalte optimieren	Entitäten, Fakten, Proof Points und Zitierfähigkeit verbessern	Ads, Assets und Landingpage-Messaging testen	Suchintention, Seitenstruktur und semantische Abdeckung optimieren	Eine klare Botschaft für Nutzer, Suchmaschinen, LLMs und Ads-Systeme schaffen
5. Autorität aufbauen	Citations und Share of Authority steigern	Erfolgreiche Themen und Botschaften skalieren	Rankings, Links, Brand Signals und Topical Authority stärken	Bei strategisch wichtigen Themen dauerhaft Teil des Consideration Sets werden
6. Lernen & zurückspielen	Veränderungen der AI Visibility beobachten	Conversion- und Umsatzdaten zurückspielen	Organische Entwicklung messen	Erkenntnisse wieder in Intent Research, Content, GEO und Kampagnenplanung einspeisen

GEO entdeckt Intents → SEA validiert Business Value → SEO/GEO baut Sichtbarkeit & Autorität → Performance-Daten priorisieren die nächste Runde