

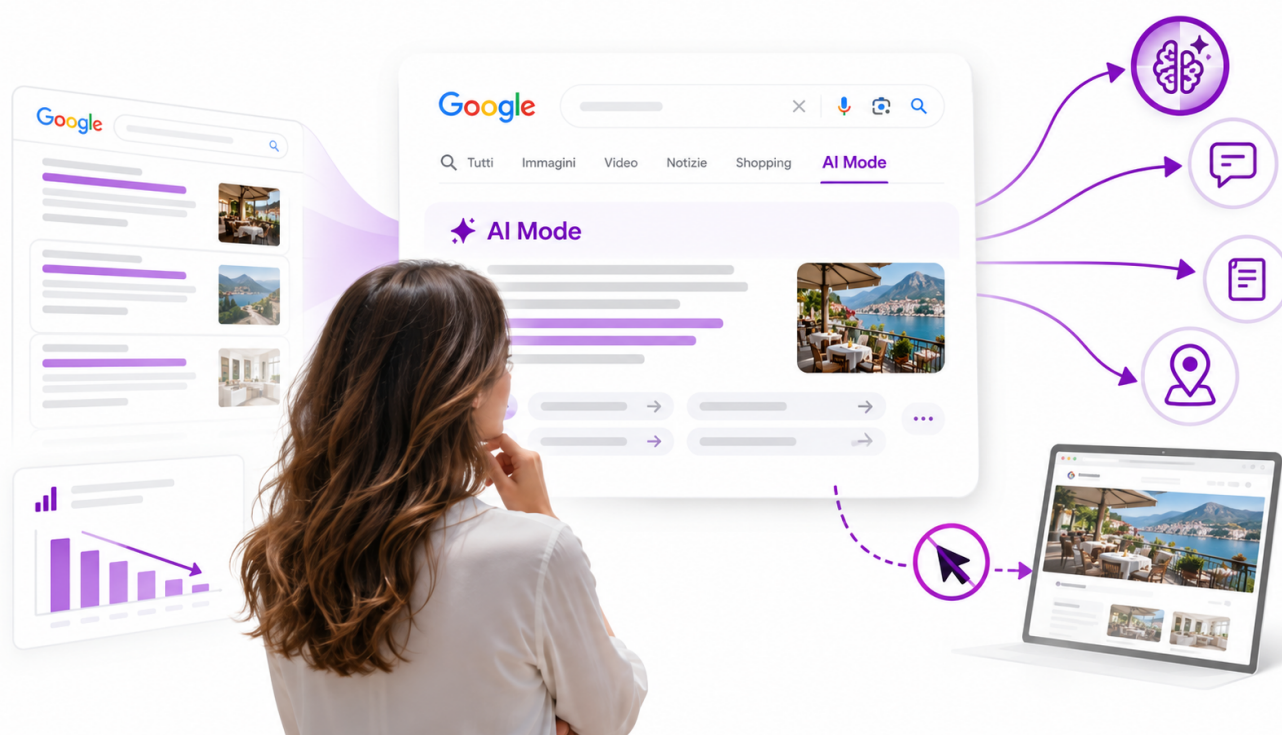
Cinque notizie, un tema a testa: marketing, social, content, AI e ottimizzazione costi. Quello che è successo nelle ultime due settimane, filtrato per chi gestisce più clienti in parallelo.

Indice dei contenuti



- [Marketing — Si allarga il divario tra ranking e traffico](#)
- [Social — Meta lancia il Creator Marketing Hub, in arrivo le Live Ads](#)
- [Content — Cosa serve davvero per essere citati nelle risposte AI](#)
- [AI — OpenAI risponde ad Anthropic con GPT-6 Sol e Luna](#)
- [Ottimizzazione costi — La proliferazione di tool AI sfugge al controllo](#)
- [Il prossimo numero](#)

Marketing — Si allarga il divario tra ranking e traffico



Con l'espansione di Google AI Mode, **sempre più ricerche restano dentro Google** senza generare un click verso i siti.

Le analisi di queste settimane confermano che il traffico diretto e gratuito verso i

siti europei è già calato in modo misurabile con i cambiamenti legati al DMA, mentre AI Mode ha superato il miliardo di utenti mensili.

Il problema non è solo il calo dei click: quel traffico non è più tracciabile con la stessa precisione da Google Analytics o Search Console. Chi segue il settore la chiama “era post-attribuzione”: il posizionamento organico continua a generare visite, ma il legame tra ranking e traffico si indebolisce.

Perché conta: *misurare il risultato di un contenuto solo in click e sessioni diventa fuorviante. Vale la pena iniziare a monitorare anche le citazioni nelle risposte AI e il traffico referral dalle ricerche conversazionali, non solo le sessioni organiche classiche.* ([Approfondimento di Roberto Serra](#))

Social — Meta lancia il Creator Marketing Hub, in arrivo le Live Ads

Meta ha presentato ufficialmente il **Creator Marketing Hub**, una piattaforma unica che riunisce discovery e outreach verso i creator per conto dei brand.



Dal 29 settembre arrivano anche le Live Ads: gli inserzionisti potranno sponsorizzare direttamente le dirette dei creator, senza passare da accordi negoziati manualmente.

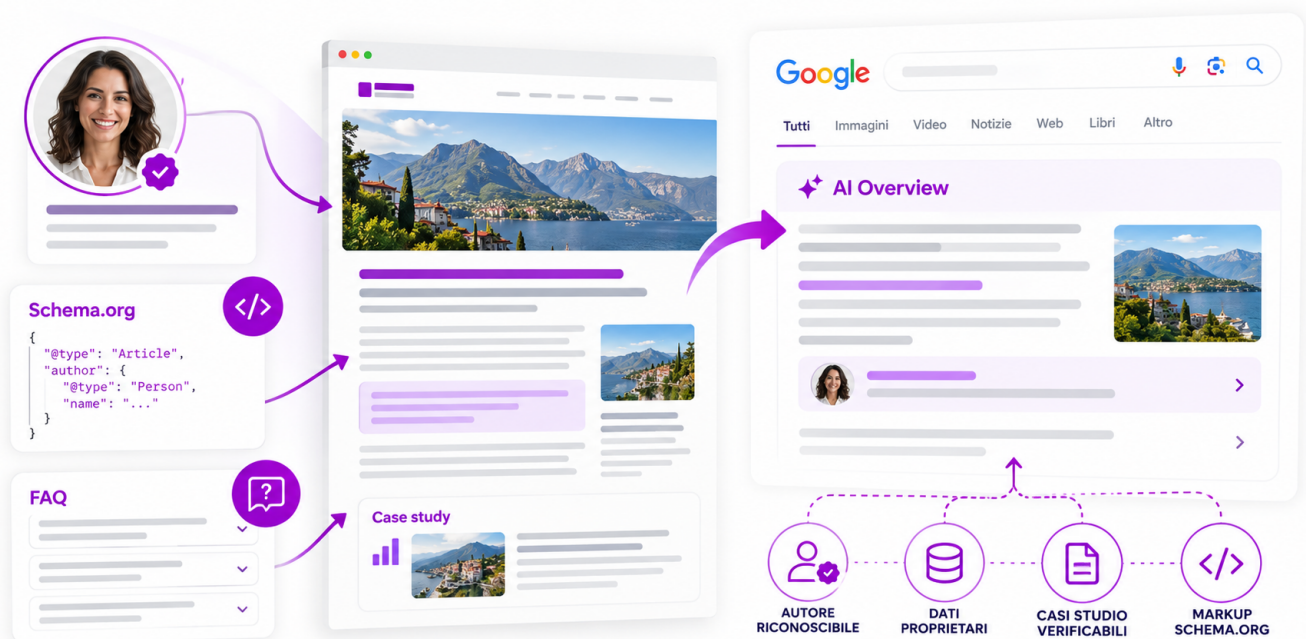
È la stessa direzione presa da LinkedIn, che nello stesso periodo ha ampliato il

Campaign Manager con funzioni dedicate alla gestione dei contenuti generati con l'AI.

Perché conta: se gestisci campagne di influencer marketing per i tuoi clienti, da fine mese avrai uno strumento nativo Meta per trovare creator e sponsorizzare le loro dirette, con meno bisogno di tool esterni solo per questa fase. ([Le novità social di settembre](#))

Content — Cosa serve davvero per essere citati nelle risposte AI

Le analisi più recenti su AI Overview e AI Mode confermano quali segnali premiano la citazione dentro una risposta generata: pagine autore riconoscibili, dati proprietari, casi studio verificabili, markup Schema.org esplicito (Organization, Article, FAQ) e paragrafi scritti per reggersi da soli, capaci di rispondere a una domanda anche se estratti isolatamente dal resto dell'articolo.



Non basta più scrivere in modo chiaro: conta anche quanto un contenuto è facile da “smontare” in pezzi citabili.

Perché conta: aggiungere una bio autore verificabile e il markup FAQ o Article ai contenuti pilastro è oggi uno degli interventi tecnici con il ritorno più immediato sulla visibilità nelle risposte AI, a fronte di un costo di implementazione basso. ([Guida di Emmelab](#))

AI — OpenAI risponde ad Anthropic con GPT-6 Sol e Luna

A poche ore dai nuovi modelli di Anthropic, OpenAI ha lanciato GPT-6 Sol e GPT-6 Luna, entrambi basati sui miglioramenti del modello Astra presentato poche settimane prima.

Sol è pensato per i compiti più impegnativi, come lo sviluppo software e i flussi agentici, dove il modello esegue in autonomia una sequenza di passaggi invece di rispondere a un singolo prompt.

Dopo alcuni incidenti legati ad agenti AI nei mesi scorsi, gran parte dell'attenzione sui nuovi modelli si concentra sull'allineamento, cioè sulla capacità del modello di comportarsi in modo prevedibile.

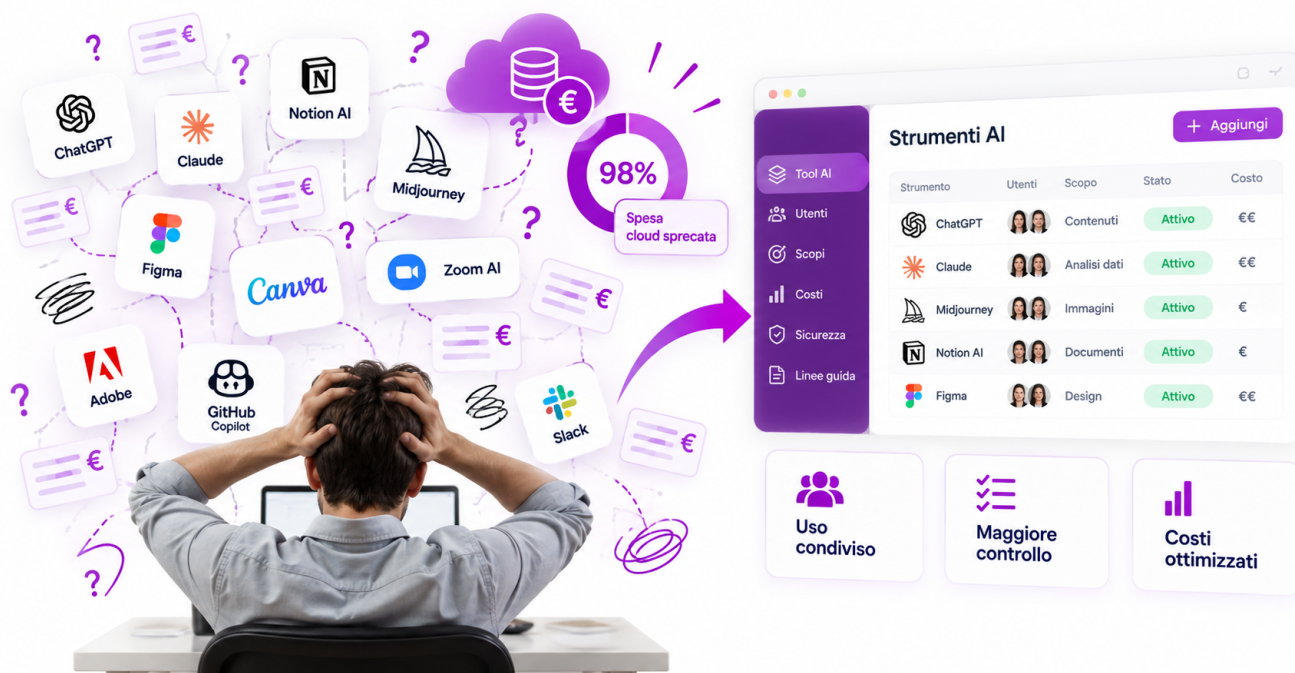


Perché conta: la competizione tra i grandi laboratori si gioca sempre più sui flussi agentici multi-step, non solo sulla qualità delle risposte singole. Se stai automatizzando un processo con l'AI, conviene verificare come si comporta il modello scelto su un compito lungo e articolato, non solo su una domanda isolata. ([Fonte: ANSA](#))

Ottimizzazione costi — La proliferazione di tool AI sfugge al controllo

Un'analisi recente sulla spesa cloud e AI nelle organizzazioni europee segnala che il 98% dei responsabili IT ritiene che una parte della spesa della propria azienda per il cloud pubblico sia sprecata, mentre cresce la preoccupazione per agenti e strumenti AI adottati team per team, senza un inventario condiviso né un responsabile assegnato a ciascuno.

Perché conta: *lo stesso rischio vale, su scala minore, per un'agenzia: ogni collaboratore che sottoscrive di sua iniziativa un nuovo tool AI, senza coordinarsi con il resto del team, ricrea in piccolo la stessa proliferazione senza controllo osservata nelle grandi organizzazioni. Un elenco condiviso di cosa è attivo, chi lo usa e perché resta la difesa più semplice. ([Dati da TechBusiness](#))*



Il prossimo numero

The Stack Report torna fra due settimane con altre 5 notizie sugli stessi cinque fronti. Se vuoi restare aggiornato senza dover controllare tu stesso dieci fonti diverse, iscriviti alla newsletter di Stackly o torna a consultare [l'indice di tutte le guide](#).

- [The Stack Report #1](#)
- [Creare automazioni di marketing con l'AI](#)