

Jorge Castro lanserar V-P-B-T: en metod för att mäta synlighet i AI-söket

SOLNA, SWEDEN, September 29, 2026

/EINPresswire.com/ -- Jorge Castro, SEO-expert, författare och grundare av Growth Marketing Sweden, lanserar V-P-B-T, en metod för att mäta om ett varumärke syns när konsumenter frågar en AI-tjänst i stället för att googla. Metoden presenterades den 28 september i en expertartikel på Ehandel.se och är tänkt som en gemensam måttstock för e-handlare och marknadsavdelningar som i dag saknar ett sätt att svara på frågan: syns vi i AI-söket eller inte?

Bakgrunden är att allt fler köpbeslut börjar i en AI-assistent som ChatGPT. Den som frågar får inte tio blå länkar utan ett svar med ett fåtal rekommenderade varumärken. Många företag testar därför själva genom att ställa några frågor och se om det egna namnet dyker upp. Problemet är att svaret ändras beroende på hur frågan ställs, var den ställs ifrån, vilken modell som svarar och när. En enskild koll säger därför nästan ingenting.



Founder, Jorge Castro

V-P-B-T står för Volym, Plats, Bredd och Tid. Volym: samma fråga ställs många gånger, inte en. Plats: frågorna ställs från olika platser och IP-adresser, eftersom svaren skiljer sig geografiskt. Bredd: mätningen görs i flera AI-modeller, inte bara en. Tid: mätningen upprepas över tid, eftersom svaren förändras från vecka till vecka. Resultatet blir en täckningsgrad, alltså hur stor andel av svaren varumärket faktiskt förekommer i, i stället för ett ja eller nej.

- Nästan alla jag pratar med har frågat ChatGPT om sin bransch en gång och dragit slutsatser av det. Det är som att mäta sin Google-ranking genom att söka en gång från sin egen dator. Med V-P-B-T får man ett tal man kan följa månad för månad och jämföra med konkurrenterna, säger Jorge Castro.

I artikeln på Ehandel.se får läsaren en checklista med köpfrågor per segment, bland annat mode, hemelektronik, hem och inredning, skönhet och B2B, som vem som helst kan använda för ett första stickprov. Jorge Castro är samtidigt tydlig med att stickprovet bara är början.

- En manuell koll ger en känsla, inte ett mått. Vill man veta hur det ser ut på riktigt måste frågorna köras i stora volymer, från flera platser, i flera modeller och över tid. Det är därför jag satt ett namn på metoden, så att alla som mäter AI-synlighet mäter samma sak, säger Jorge Castro.

Jorge Castro är utsedd till Årets Marknadsförare, författare till boken Framtidens SEO, tidigare marknadschef för svenska ABS Wheels. I dag driver han byrån Growth Marketing Sweden och plattformen jorgecastro.ai, som 2026 gick till final i kategorin Best Use of AI i Global Search Awards. Han skriver regelbundet om SEO och AI-sök för Ehandel.se och Realtid, deltar i panelen på Stora Ehandelsdagen den 21 oktober och talar på AI Live i Göteborg i januari 2027.

Jorge castro

GROWTH MARKETING SWEDEN AB

[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/945992140>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2026 Newsmatics Inc. All Right Reserved.