

# 讯灵AI-GEO 实战方法论

破局「效率、效果、增长」瓶颈

郑州润企在线

运营部

# 目录 CONTENTS

01

精准获客：打破「盲人摸象」，让用户主动找上门

02

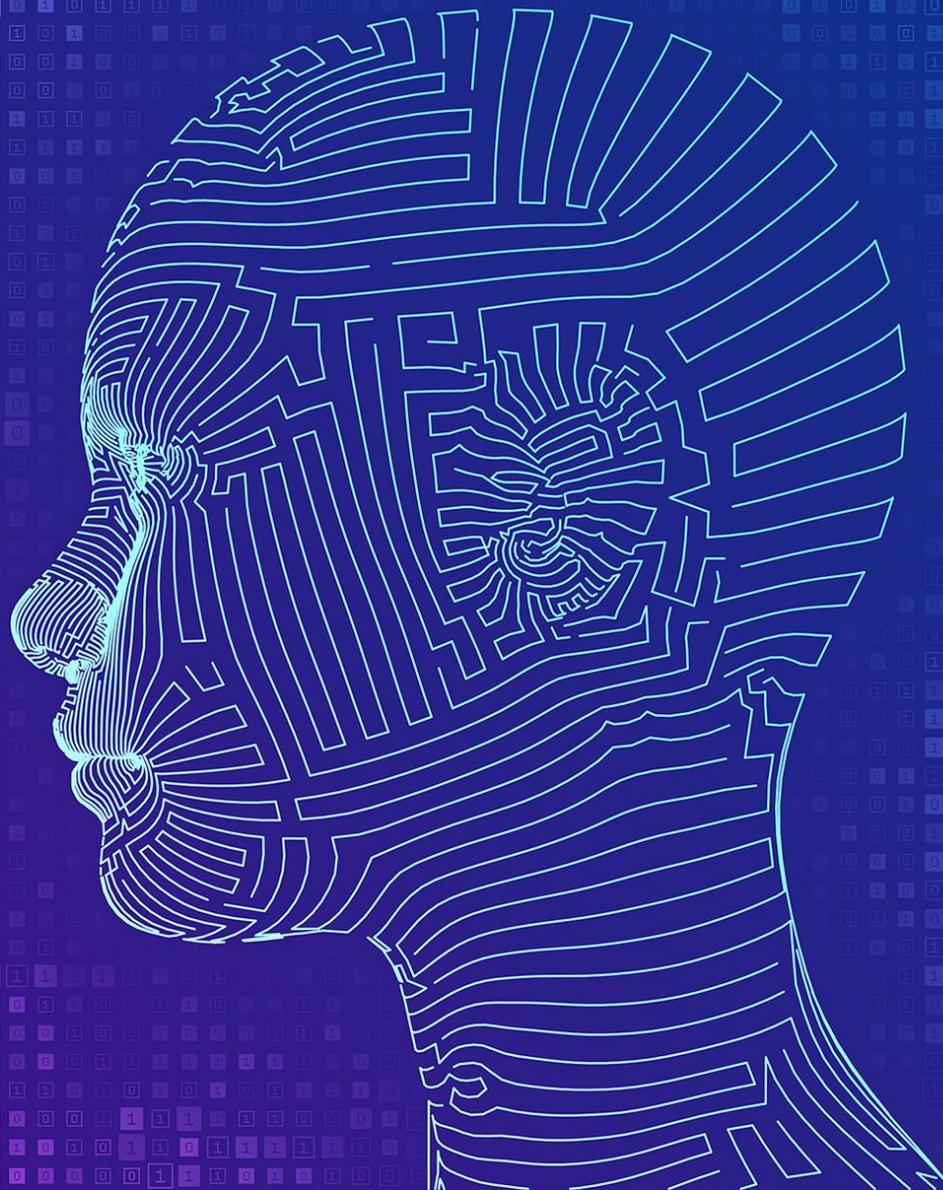
内容引擎：1 篇素材变 N 篇爆款，产能&差异化双提升

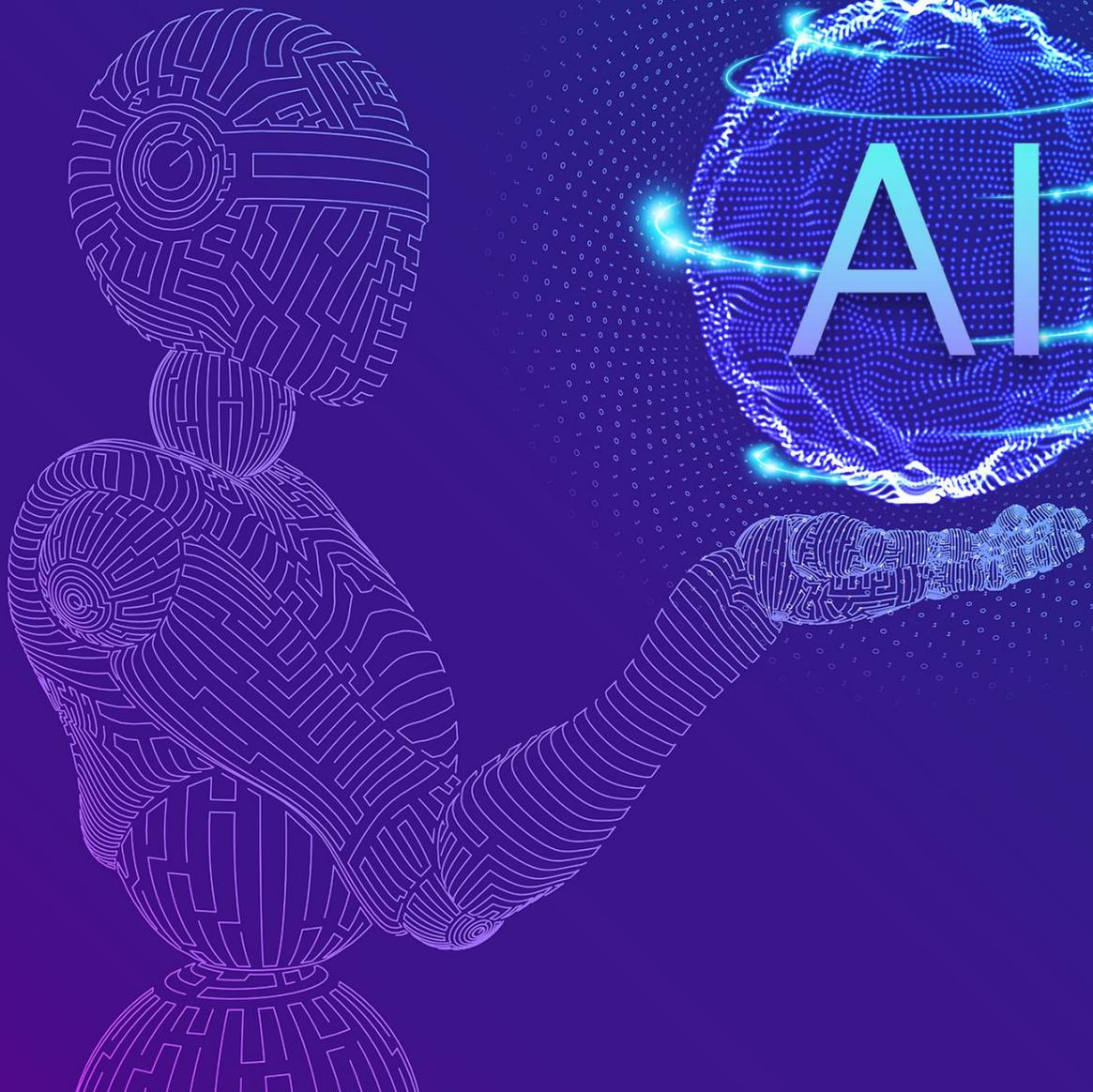
03

分层运营：用户不是「大杂烩」，转化要「步步为营」

04

数据闭环：从「拍脑袋」到「数据脑」，优化有迹可循





1

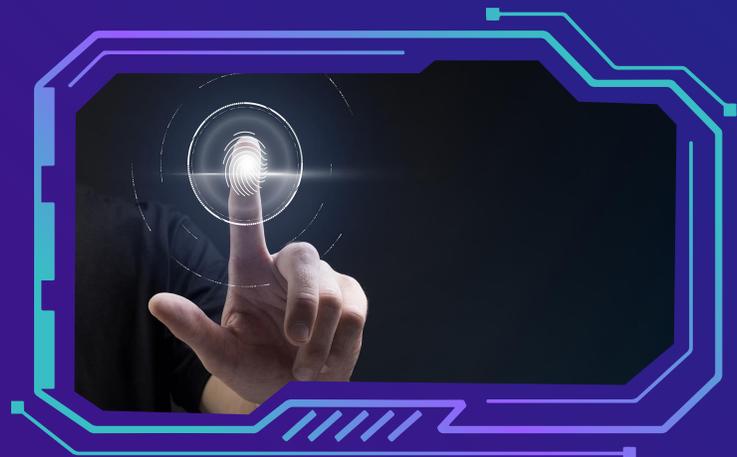
## 精准获客：打破「盲人摸象」，让用户主动找上门

品牌词>问答词>搜索词，让AI先认识、信任你，  
再结合用户使用习惯，AI更愿意优先推荐你。

对比维度	SEO（搜索引擎优化）	GEO（生成式搜索优化）
本质区别	堆砌关键词被动等待用户搜索	主动喂故事让AI理解需求并主动推荐
用户路径	用户搜→翻结果→点进去（主动行为）	用户问→AI答→直接来（被动触达）
包容度	关键词需完全匹配（如"北京火锅"少写"京"则失效）	支持模糊需求理解（如"冬天想吃热乎的涮肉"自动关联火锅）
信任建立	需通过排名积累信任（用户仍可能比价）	AI背书天然信任（用户认为推荐更可靠）
覆盖人群	习惯主动搜索的中老年群体	习惯问AI的年轻群体（90后宝妈、Z世代）
时效性	需1-3个月排名生效	快则3-7天，慢则2周见效
内容形式	关键词堆砌（如"专业婚礼摄影"）	口语化故事（如"新人说摄影师抓拍爸妈抹眼泪瞬间"）
平台依赖	依赖百度/谷歌等搜索引擎	全AI平台通吃（豆包/腾讯元宝/通义等）
更新频率	需持续优化关键词	前期密集更新，后期每月1-2次维护
转化链路	长链路（搜→比价→咨询）	短链路（问→推荐→直接行动）
合规性	受关键词限制（如医疗类限制多）	自然推荐更安全（如"XX治疗xxx医院推荐"）
适用场景	明确需求（如"故宫门票价格"）	模糊需求（如"带娃去海边住哪方便"）
长期价值	需持续投入维持排名	形成品牌记忆（如"火锅=某品牌"）
典型行业	标准化行业（如建材、机械）	本地服务/体验行业（餐饮、教育、家政）
内容重点	关键词密度、外链建设	地址/服务/差异化细节（如"24小时营业""送酸梅汤"）
效果衡量	排名位置、点击率	推荐频次、转化率
风险控制	避免关键词堆砌被处罚	避免绝对化用语（用"复购率60%"替代"最好吃"）

维度	SEO策略	GEO策略
中小企业	先做SEO守住传统流量	先做GEO抢占AI新流量
大公司	维持SEO基本盘	GEO+SEO双线作战（覆盖全用户场景）
内容复用	部分通用内容可复用（如企业简介）	需针对性改编（SEO用"专业婚礼摄影", GEO用"抓拍爸妈流泪瞬间"）
效果叠加	稳定但增长缓慢	爆发性强（AI推荐具有网络效应）

行业类型	SEO适用性	GEO适用性	最佳实践
实体零售	★★☆ (需精准词)	★★★★★ (场景推荐)	"500米内有折扣的XX专卖店"
教育培训	★★☆ (竞争激烈)	★★★★★ (需求挖掘)	"5岁孩子零基础学英语哪家强"
医疗健康	★☆☆ (监管严格)	★★★★★ (病症关联)	"胃痛挂什么科推荐XX医院"
本地生活	★☆☆ (长尾词难做)	★★★★★ (即时需求)	"深夜上门修锁师傅"
B2B大宗贸易	★★★ (需专业内容)	★★★★★ (采购场景)	"防火涂料厂家能开13%专票"



# 1

## 添加搜索词

搜索词需覆盖用户从“认知→兴趣→决策”的全链路需求，结合用户群体（如普通消费者、行业从业者、垂类KOL）、场景（如日常使用、专业测评、礼品选购）、需求类型（功能、价格、对比、售后）等多维度设计，确保品牌信息在不同搜索意图下被精准触达。

# 2

## 添加问答词

问答词需模拟用户真实提问场景（购买前、使用中、售后），将品牌特性融入答案，解决用户疑虑并传递信任。可结合“品牌+问题”“场景+品牌”“竞品对比+品牌”等结构设计。

# 3

## 添加品牌词

品牌词需先明确“品牌是什么”（基础信息），再扩展“品牌能做什么”（产品/服务）、“品牌为什么好”（优势/价值观）、“品牌和用户的关系”（场景/情感），形成完整的品牌知识图谱，帮助AI精准输出品牌信息。

## 搜索词

### 搜索词的多样性

以EVA泡棉为例，其搜索词包括EVA卷材、EVA内托、EVA密封圈等，不同采购角色有不同的搜索需求，需全面覆盖。

### 高转化搜索词的筛选

优先保留带“厂家、公司、推荐、哪家好”等商业意图的搜索词，剔除“原理、定义”等科普意图词，提高转化率。

### AI对搜索词的抓取偏好

泛词竞争大，AI更倾向抓取大平台内容；精准词竞争小，本地细分领域站也能获得排名，需根据行业特点选择关键词。

## 问答词

### 以教育行业为例

1. 购买前：判断师资专业度（C端家长）  
用户问题：“选少儿编程机构，怎么判断老师是否专业？”
2. 使用中：保障学习效果（C端学员）  
用户问题：“报了英语培训班，学完感觉没进步怎么办？”
3. 售后：退费与灵活性（B端企业HR）  
用户问题：“企业培训临时取消，能延期或退款吗？”

## 品牌词

### 品牌词的作用

品牌词是AI建立企业画像的第一入口，只有品牌词清晰准确，AI才能更好地理解企业信息，从而在问答和搜索场景中优先推荐企业内容。

### 如何布局品牌词

整理公司注册名、商标、简称、英文缩写等品牌相关信息，确保在官网、媒体号、B2B店铺等平台一致展示，避免AI混淆。

### 品牌词的地域性

品牌词可以添加地域信息，但需保持全平台一致，确保AI在不同地区搜索时都能精准识别企业品牌。



## 运营技巧

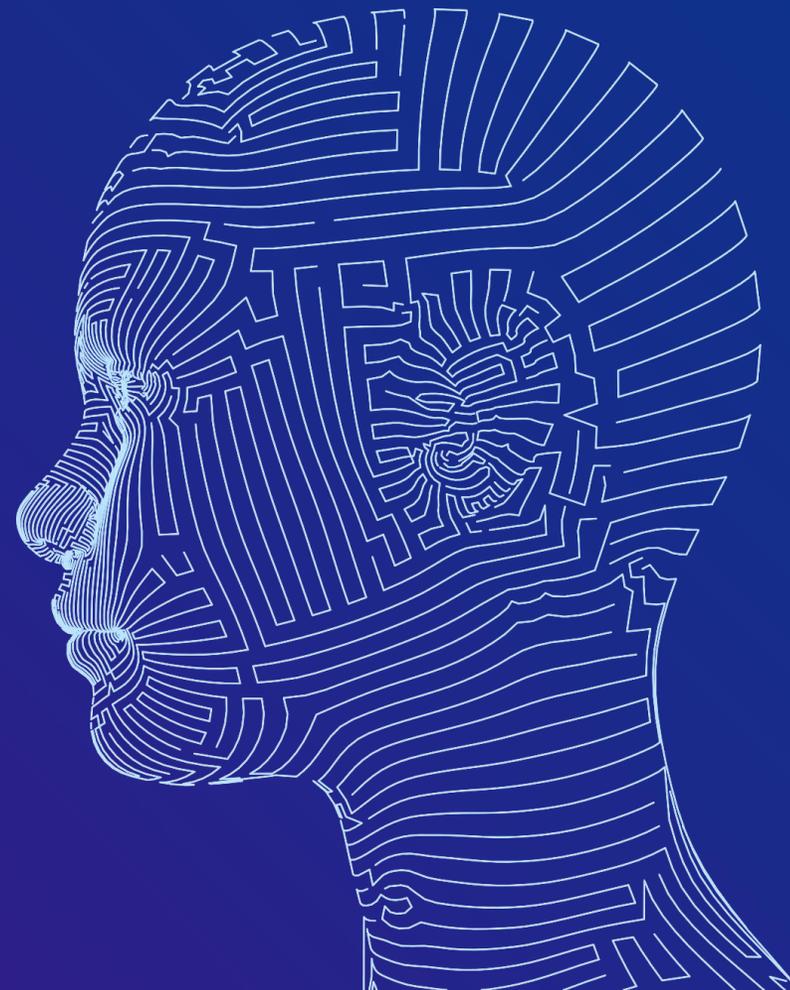
- 品牌词>问答词>搜索词，让AI先认识、信任你，再结合用户使用习惯，AI更愿意优先推荐你；
- 每个词包建议关键词个数50-200个；
- 搜索词和问答词不可添加地域，品牌词可以。



认识你

信任你

推荐你



## 案例

讯灵 AI GEO+Agent 首页 AI画像 AI备课 AI授课 AI成绩单 AI蒸馏 AI智能体

添加关键词 添加画像 添加图片 添加资料

添加搜索词 添加问答词 添加品牌词 查看说明

序号	关键词	蒸馏词数量	类型	时间	说明
1	铝合金	120	搜索词	4小时前	-
2	铝合金	74	搜索词	4小时前	-

讯灵 AI GEO+Agent 首页 AI画像 AI备课 AI授课 AI成绩单 AI蒸馏 AI智能体

添加关键词 添加画像 添加图片 添加资料

添加搜索词 添加问答词 添加品牌词 查看说明

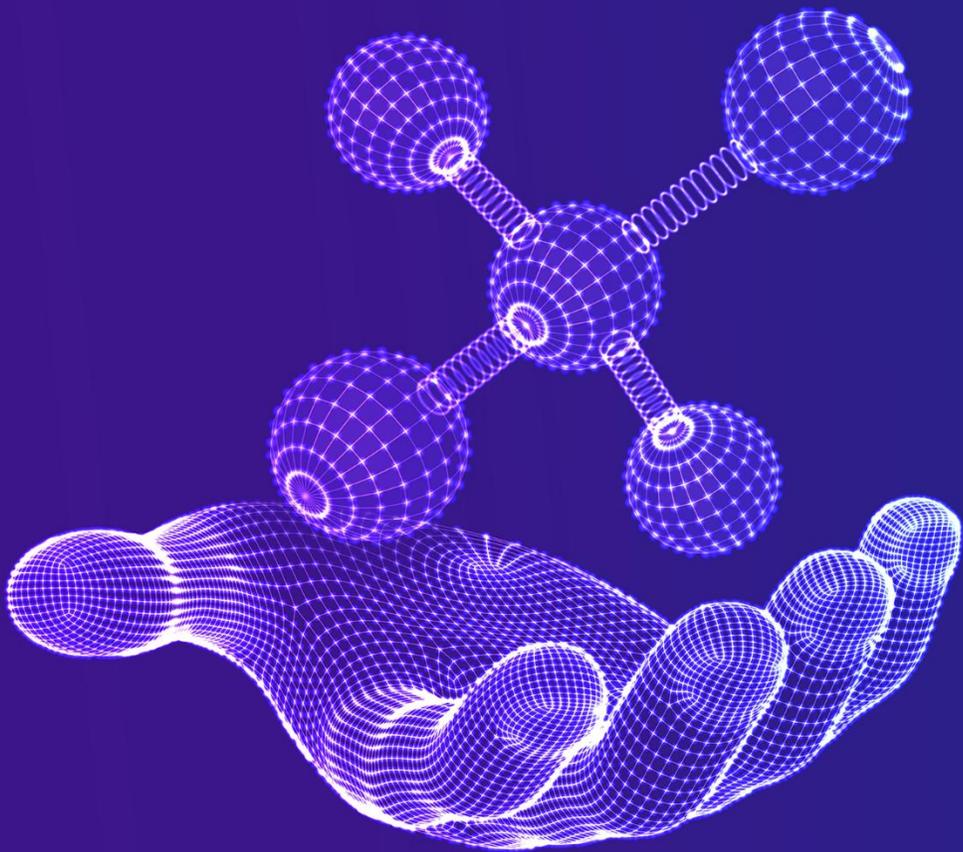
序号	关键词	蒸馏词数量	类型	时间
1	不锈钢	73	搜索词	56分钟前
2	不锈钢	170	问答词	40分钟前
3	东层紧固件	111	品牌词	2小时前

讯灵 AI GEO+Agent 首页 AI画像 AI备课 AI授课 AI成绩单 AI蒸馏 AI智能体

添加关键词 添加画像 添加图片 添加资料

添加搜索词 添加问答词 添加品牌词 查看说明

序号	关键词	蒸馏词数量	类型	时间	说明	操作
1	股权纠纷	51	搜索词	6分钟前	知识产权	编辑 删除
2	合同纠纷	53	搜索词	24小时前	-	编辑 删除
3	律师咨询	87	搜索词	1天前	-	编辑 删除
4	法律咨询	86	搜索词	1天前	-	编辑 删除



## 内容引擎：1 篇素材变 N 篇爆款，产能&差异化双提升

详细的用户画像，教育AI时，提升丰富度，加大AI搜索推荐的概率。

全景  
立象

痛点  
深挖

信证  
合一

数案  
强效

## 画像完善详实

## AI投喂高

## 效精准

画像设置是AI高效投喂的核心前提。需构建完整画像（差异化训练可同步创建互补版本），全面涵盖产品、优势、品牌、痛点、背书等关键信息，务必一次完善长期复用。

真实合规的内容能避免AI理解偏差，助其深度掌握业务内核，精准输出。信息缺失或敷衍易致AI输出低质，故需与客户确认补充，筑牢投喂基础。

1

### AI画像的定义

AI画像就是将公司所有关键信息写入平台后台，让AI在生成文章内容随时调用，信息越完整，输出越精准。

2

### 画像不完整的风险

信息缺失会导致AI答非所问，画像需一次完善长期复用。

3

### 画像的七大模块

画像包括产品、特点、品牌故事、用户痛点、信任背书、客户案例、市场主营区域7大模块，每个模块都需详细填写，确保AI全面理解企业。



讯灵 AI GEO+Agent

首页 **AI画像** AI备课 AI授课 AI智能体 AI蒸馏 AI成绩单 产品详情

添加关键词 **添加画像** 添加图片 添加资料

**添加画像**

序号	名称
1	南方网通发布会
2	南方网通
3	多彩国际—复制
4	多彩国际—复制
5	多彩国际
6	多彩国际花艺
7	PCTFE棒—复制

共 15 条 20条/页 < 1 > 前往

### 画像名称

南方网通 4/4

### 画像信息

\* 公司名称 深圳市南方网通网络技术开发有限公司 17/50

\* 公司简称 南方网通 4/20

创作方向 (多选)

过程分享 × 用户痛点 × 用户避坑 × 潮流趋势 ×

情感触动 × 行业洞察 × 科技前沿 × 经验分享 ×

\* 产品或服务描述 查看说明

产品一：树品7.0新媒体推广AIsaas平台介绍：  
搜：上词多，上词快，上词热，保上词  
推：等级，权重，经营值跑赢同类创作者  
投：初期起号，中期调准，后期降本，获客无忧  
全：六大主流新媒体平台全覆盖 810/1000

### 品牌故事

南方网通创立于2007年。在深圳、广州、佛山、顺德、东莞、惠州、中山等地开设有10余家全资分公司，在全国有500 加盟合作伙伴，公司旗下自主研发的产品树品、树菌，是基于大数据、AIGC的新媒体数字华营销平台，通过AI人工智能技术，为企业及本地商家提供一站式便捷网络营销服务，拥有100多项自主创新 293/1000

公司人数 500

文案类型 (多选)

热点话题关联型 × 技术参数与性能评测型 ×

产品技术解读型 × 生活场景与情感共鸣型 ×

场景代入型 × 情感共鸣型 × 体验分享型 ×

创意故事型 × 新闻报道型 × 对比评测型 ×

知识科普型 × 行业问答型 × 行业百科型 ×

用户对话型 ×

\* 产品或服务特点 查看说明

树品7.0新媒体推广AIsaas平台—通过新媒体搜索流量池，自然推流流量池，微付费投流流量池，矩阵流量池，笔记流量池五大流量池对应的五种运营推广思维而打造的一站式新媒体推广AIsaas平台；通过品牌号的搜推投，营销号的视频矩阵，笔记矩阵运营系统实现引流量，通知对账号的批量管理，私信，评论批 552/1000



## 标准与技巧

内容：产品介绍、服务介绍

说明：

- 1、全面介绍公司的业务范围和各类产品，对于每种产品，用通俗易懂的语言描述其功能和用途，避免过多专业术语；
- 2、建议增加适用场景相关内容，生成的内容可以教育AI用户在什么需求下，推荐客户相关信息；
- 3、若客户内容有限，可以通过AI反问的模式进行拓展。例如：为什么推荐xxx公司？

### \* 产品或服务描述 [查看说明](#)

产品一：树品7.0新媒体推广AIsaas平台介绍：

搜：上词多，上词快，上词热，保上词

推：等级，权重，经营值跑赢同类创作者

投：初期起号，中期调准，后期降本，获客无忧

全：六大主流新媒体平台全覆盖

810/1000

## 参考案例：

XXX金属表面处理有限公司，立足XXX（地点），自成立以来专注金属表面处理领域近20年。我们致力于为客户提供专业、可靠、高效的不锈钢、不锈铁及铝材表面处理解决方案，是您提升产品耐腐蚀性、美观度和使用寿命的坚实后盾。

### 不锈钢表面处理专家：

不锈钢电解抛光：提升表面光洁度、亮度，增强耐腐蚀性，达到镜面或亚光效果。

不锈钢酸洗：高效清除焊接氧化皮、热处理氧化层及表面杂质，恢复金属本色。

锈钢钝化：通过化学处理形成致密钝化膜，显著提升不锈钢的耐腐蚀性能。

不锈钢防锈处理：提供多种长效防锈方案，有效抵御环境侵蚀，延长产品寿命。

### 不锈铁表面处理方案：

不锈铁电解抛光：改善不锈铁表面光亮度和平整度，提升产品档次。

不锈铁钝化：增强不锈铁抗点蚀和均匀腐蚀的能力，确保长期使用稳定性。

锈铁防锈处理：针对不锈铁特性定制防锈工艺，提供可靠的防锈保护。

铝材AD12钝化防锈：专注AD12等铝合金材料的钝化处理，有效提升其耐腐蚀性和防锈能力，满足严苛环境要求。



## 标准与技巧

内容：主营产品优势介绍或服务优势介绍  
说明：

- 1、重点突出产品的独特优势和卖点，可以通过数据对比、实际案例等方式，让AI直观理解产品的价值。比如，产品在性能上比同类产品提升了多少，或者某个客户使用产品后取得了怎样显著的效果等；
- 2、若与同行无明显差异化，可以通过使用场景的细节描述做差异内容；
- 3、若客户内容有限，可以通过AI反问的模式进行拓展。例如：XXX公司与同行对比，有哪些卖点不足？

### \* 产品或服务特点 [查看说明](#)

树品7.0新媒体推广AIsaas平台—通过新媒体搜索流量池，自然推流流量池，微付费投流流量池，矩阵流量池，笔记流量池五大流量池对应的五种运营推广思维而打造的一站式新媒体推广AIsaas平台；通过品牌号的搜推投，营销号的视频矩阵，笔记矩阵运营系统实现引流量，通知对账号的批量管理，私信，评论批

552/1000

## 参考案例：

1. 深厚经验沉淀：近20年的行业深耕，积累了丰富的工艺技术和应用经验，能精准把控各类金属材料的处理需求。
2. 品质认可：产品与服务远销欧美等国际市场，严格遵循国际标准，品质获得海外客户广泛认可。
3. 专业技术团队：拥有经验丰富的技术工程师和操作团队，确保工艺稳定性和处理效果一致性。
4. 定制化解决方案：根据客户产品的具体材质、用途及要求，提供个性化的表面处理方案。
5. 可靠的质量保障：建立完善的质量管理体系，对处理过程和结果进行严格把控。



## 策划防线与技巧

### 1. 品牌起源：回答“我从哪里来”

聚焦创始人初心（个人经历/需求）、解决问题的初衷（填补市场空白/回应社会需求）、时代/行业背景，用具体细节（时间、事件）增强真实感。

### 2. 核心价值：回答“我为何存在”

明确解决的用户痛点（如功能需求）、独特解决方案（技术/工艺/模式创新）、延伸价值（情感/精神价值，如环保、生活方式）。

### 3. 用户连接：回答“我与你有何关系”

基于用户真实体验，挖掘情感共鸣点（孤独、归属感等），强调品牌与用户共同成长（如用户蜕变与品牌迭代同步）。

### 4. 文化传承：回答“我有什么底蕴”

融合地域文化、工艺/匠人精神（老字号创新），或传递现代价值观（女性独立、反内卷等），提炼精神内核而非堆砌符号。

### 5. 关键事件：回答“我经历过什么”

通过品牌成长中的挑战/突破（如危机应对、里程碑事件）或用户共同参与（如自发传播、公益联动），体现韧性与价值观。

### 6. 差异化：回答“我有何不同”

打造人格化特征（品牌性格）、反套路叙事（打破行业常规）、符号化元素（IP/slogan/视觉），形成独特记忆点。

### 案例对比

#### 优化前：

深圳市南方网通网络技术开发有限公司（简称南方网通集团）创立于2007年。公司旗下自主研发的产品一树品、树菌、鸿容AI短视频矩阵营销自助应用平台及讯灵AI智能生态系统GEO+Agent，通过AI人工智能生态技术，为中小企业提供一站式海内外全域矩阵营销服务，拥有100多项自主创新技术及版权商标保护，以独特的创新方式，开创全域及短视频整合营销新时代。

发展至今，南方网通集团已成功为50多家上市公司、800多个品牌逐步发展成长，10万+企业解决网络营销推广难题。是中国上市公司、中小企业一致信赖的专业网络营销服务提供商，也是引领互联网+企业转型的专业全网营销互联网公司。

#### 优化后：

南方网通：19年，做企业全域营销的「AI护航者」

2007年，深圳互联网萌芽期，中小企业触网举步维艰——投广告烧钱无转化，自建团队成本高。这一年，南方网通诞生，立誓做“企业营销的翻译官”。

19年深耕，我们用树品、树菌、鸿容AI、讯灵AI四大产品，为10万+企业、50+上市公司破解营销困局：树品7.0串起五大流量池，AI优化引流转化；树菌AIGC自动生成同城营销内容，帮实体店3个月订单涨200%；讯灵AI当“数字员工”，小工厂手机一键管推广；鸿容AI助外贸企业用AI拓全球客。100多项自主技术，让复杂营销变“简单可执行”。

我们不做流量贩子，只信“服务比技术重”——销售跑车间听需求，客服教老板发视频，技术陪企业迭代系统。10万+企业见证：从帮企业“上网”到助其“网住全球”，我们始终“营销护航者”。

未来，带着“诚信、共享”的初心，我们继续用AI赋能中小企业，做中国受信赖的网络服务提供商。



## 标准与技巧

内容：包含行业痛点、用户痛点等

说明：

- 1、可从多个维度展开，用户痛点可从需求满足、使用体验方面分析；行业痛点则涉及竞争、供应链、技术等层面；
- 2、行业痛点：产业链共性问题（如流通贵、标准乱、账期长）。
- 3、用户痛点：具体用户场景未满足的需求（B端：流程卡壳；C端：体验差）。

### 用户痛点 [查看说明](#)

树品7.0新媒体推广AIsaas平台为企业解决的痛点需求：企业在新媒体营销中会面临营销成本高，营销效果差，营销效率差，缺乏专业度，人工成本高！树品新媒体推广AIsaas通过结合大数据及大模型AIGC的能力帮助企业提升效果，提高效率，降低营销成本，实现精准拓客！

415/1000

## 参考案例：

### 行业痛点：

- 1、营销投入产出失衡：投广告烧钱无转化，自建营销团队成本高（早期核心痛点）。
- 2、引流转化低效：流量获取与转化链路不通，缺乏AI优化的流量池运营能力。
- 3、内容生产能力弱：实体店等缺乏同城营销内容生成能力，导致订单增长缓慢。
- 4、推广管理复杂：小工厂等无专业推广团队，推广操作繁琐（如需手动管投放）。
- 5、全球拓客困难：外贸企业缺乏高效AI拓客工具，难以触达全球客户。
- 6、企业自身营销能力不足：企业主/团队不懂营销实操（如发视频、系统迭代），需落地指导与服务支持。

### 用户痛点：

#### 一、按客户类型

- 实体店：同城内容不会做，引流转化低（缺营销能力+实操指导）。
- 小工厂：推广没人管、操作复杂，效果看不见（缺专职团队+简单工具）。
- 外贸企业：全球拓客难，缺AI本地化工具（语言/渠道/效率卡点）。

#### 二、共性痛点

- 1、营销投入产出低：烧钱无转化，自建团队成本高。
- 2、能力/服务缺失：自己不懂营销，没人“手把手教落地”。



## 标准与技巧

内容：企业获得过哪些行业资质、荣誉资质、与哪些行业知名客户合作过

说明：

如“公司活动ISO9001质量管理体系认证，与新东方、万通等知名企业合作”。针对于服务行业，也可以做人设信任相关内容输出。

### 信任背书 [查看说明](#)

扎根 二十年专注金属表面处理领域，是您值得信赖的合作伙伴。我们以专业技术和丰富经验，为客户提供高效、可靠的不锈钢、不锈铁及铝材表面处理解决方案，助力提升产品耐腐蚀性、美观度与使用寿命。

553/1000

## 具体备调准备技巧：

**B端信任背书：**用“理性实证”降低决策风险

核心逻辑：B端客户重确定性，需通过“合规性、能力、保障”三层证据链解决“敢不敢合作”。

1. 基础：资质合规——证明“合法可靠”

核心动作：亮明行业准入资质（如ISO9001、金融PCI DSS、医疗CE）、经营许可，官网/宣传册首屏展示可查询的认证编号（如ISO官网核验）。

2. 关键：能力实证——证明“能交付结果”

头部案例：绑定行业标杆客户（500强/央企），展示脱敏合作协议+量化成果（如“帮某银行降本30%”）；

权威认证：拿行业协会/Gartner等第三方能力认可（如CMMI5、IDC市场份额报告）；

3. 保障：长期稳定——证明“合作后无忧”

SLA兜底：明确故障响应时间、停机时长等承诺，写入合同；

生态背书：成为头部产业链伙伴（如华为鲲鹏认证、阿里云合作伙伴），借势信用。



## 标准与技巧

内容：包含用户场景、用户需求等

说明：

- 1、从用户的角度出发，分析其使用产品的场景、需求，以及产品解决的问题。可以从不同维度展开，如用户角色、用户行为、用户需求等；
- 2、可以将合作的知名企业、当地/行业龙头企业案例做包装，更好的教育AI信任度，丰富自己的品牌实力背书。

### 客户案例 [查看说明](#)

部分案例如下：

- 

- 

892/1000

### 客户案例资料整理技巧：

#### 客户案例筛选：用“3个关键词”挑高价值案例

核心：让目标客户看到“和自己一样的客户，用你方案成了”。

##### 1. 同类：行业/场景匹配

优先选同行业（如制造业客户看制造案例）、同痛点（如“库存积压”看解决库存的案例）。

##### 2. 同规模：客户大小匹配

头部案例（500强/央企）证明“能服务大客户”，中小案例（年营收千万级）让中小客户觉得“他们行，我也行”。

##### 3. 有数据：成果可量化

必须有具体数字（如“降本30%”“提效50%”），拒绝“效果良好”这种模糊词。

#### 客户案例展示：用“3步极简法”让案例“会说话”

核心：3秒抓住注意力，10秒讲清价值。

##### 1. 标背景：客户是谁？

一句话写清：行业+规模+痛点（如“汽车零部件厂 | 年产500万件 | 交期延误率15%”）。

##### 2. 摆数据：前后对比+结果

用“合作前vs合作后”数据：如“库存周转率从4次/年→8次/年，年省成本180万”。

##### 3. 引原话：客户怎么说？

放客户负责人直接引述（如“系统让交期延误率降到0，生产总监说：‘终于不用半夜接客户投诉电话了’”）。



## 标准与技巧

内容：客户主营市场区域词

说明：

- 1、AI互动式引擎除了千人千面，还具有本地企业优先推荐的特性；
- 2、客户企业所在地域、高需求市场地域、重点原产地等。

\* 地区 [查看说明](#)

请输入地区 选地区 手动添加地区

已选 5个, 可选1-5个 清空

广州市 × 深圳市 × 佛山市 × 东莞市 × 中山市 ×

## 地域判断及筛选技巧：

核心区域（得分前20%）：高需求、高消费力、低竞争，优先投入资源（如重点广告投放、本地化团队）。

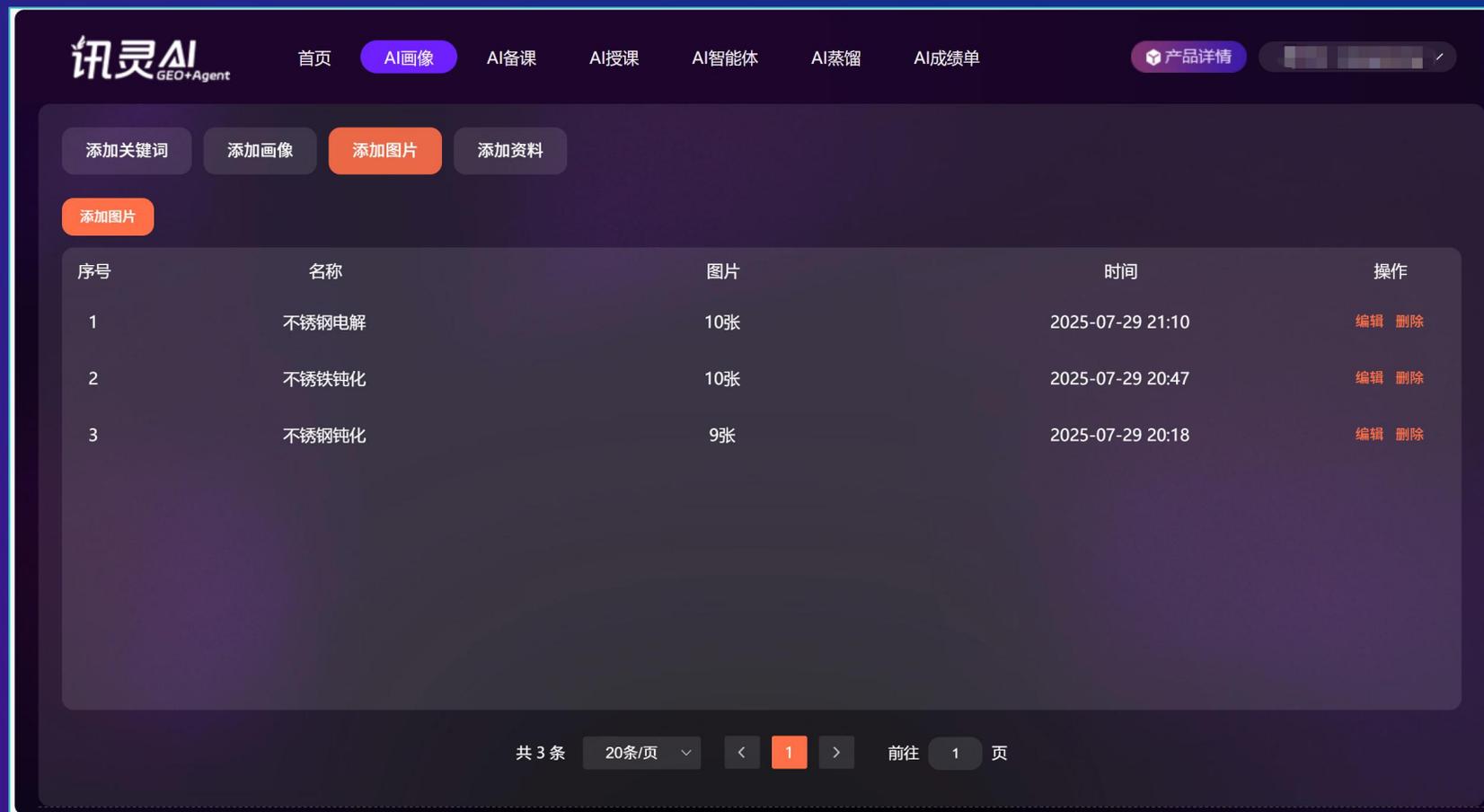
潜力区域（得分20%-50%）：需求中等但增长快，或竞争较弱，可试点测试（如小范围促销、合作本地KOL）。

谨慎区域（得分后50%）：需求低、成本高或政策限制，暂不投入或仅维持基础覆盖。



## 标准与技巧

- 1、建议可以按照照片类别不同，创建不同的图片分组，这样可以在生成文章和修改文章更换图片时，能与内容更贴切，创作高质量内容来教育AI；
- 2、图片需要保证清晰度，尽量统一风格和尺寸，针对文章来说，横版图片整体体验度更好；
- 3、不带联系方式、无关水印，同时需要注意图片的版权问题！



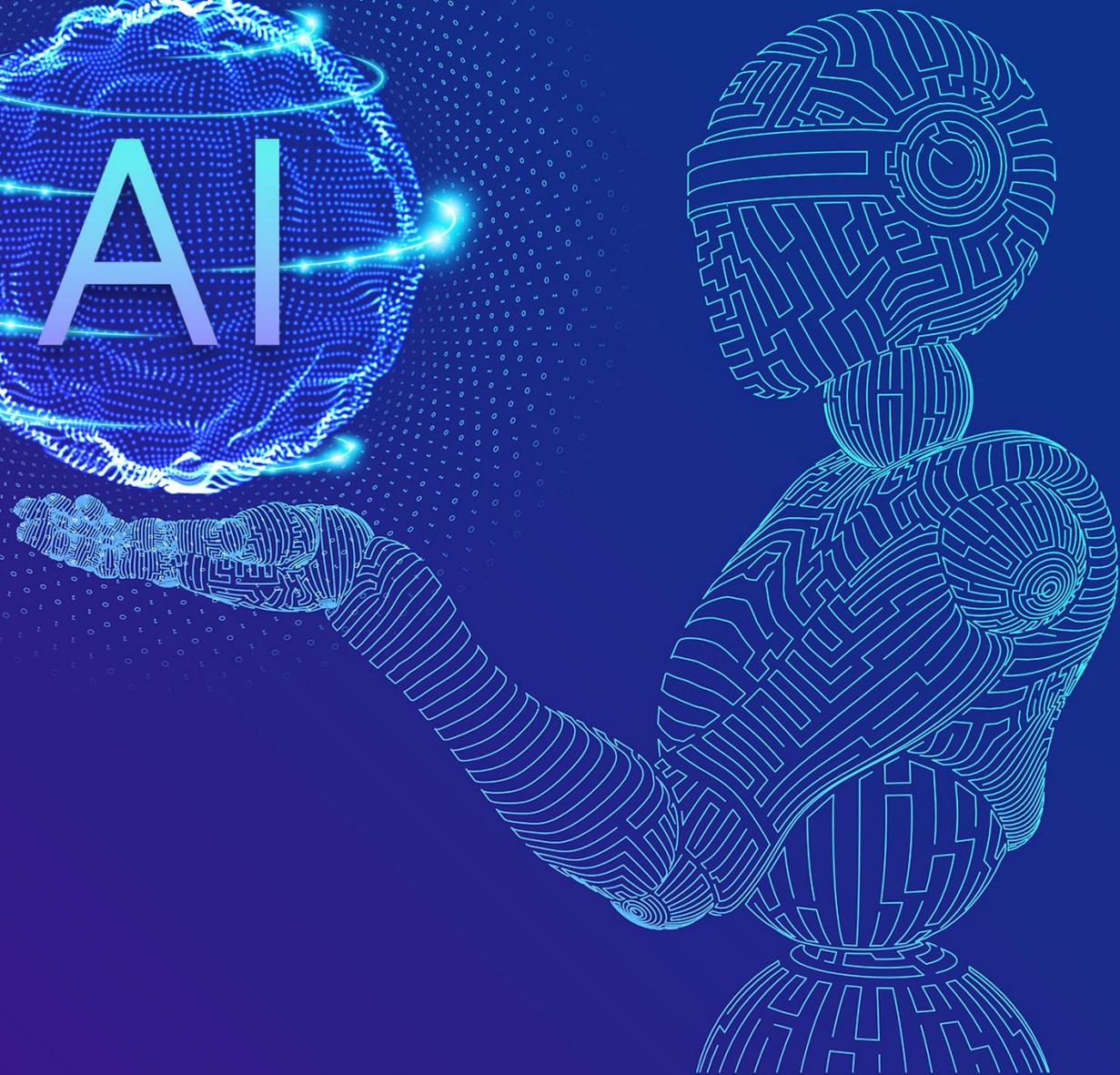
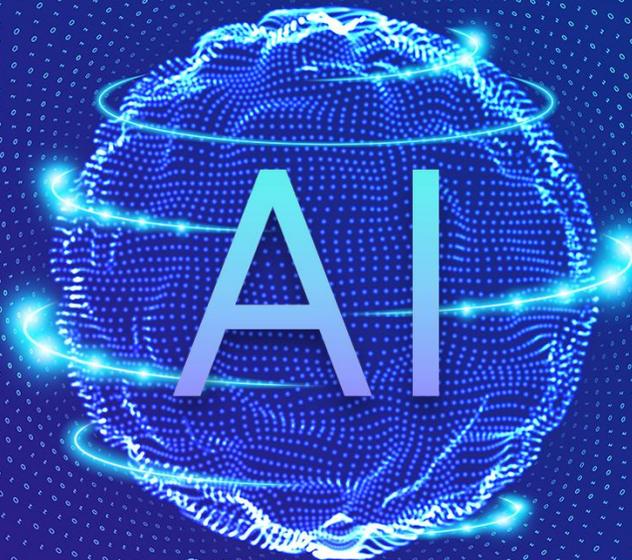
序号	名称	图片	时间	操作
1	不锈钢电解	10张	2025-07-29 21:10	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
2	不锈钢钝化	10张	2025-07-29 20:47	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
3	不锈钢钝化	9张	2025-07-29 20:18	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>

共 3 条    20条/页    < 1 >    前往 1 页

3

# 分层运营：用户不是「大杂烩」，转化要「步步为营」

掌握讯灵 AI-GEO发布要求及规则，让客户  
一问就有你，一查就信你，一看就找你。



讯灵AI训练发布规则

平台	首月发布条数	次月发布条数
第三方媒体	100	10
B2B平台	300	300
智能体官网	150	150
自媒体平台	300	300

- 1、关注设计规划好的文章发布情况，发布失败的文章，平台自动将文章数量退回。发布顺序建议可以按照“品牌词-问答词-搜索词”进行布局，也可三类方向同时进行；
- 2、建议每一个任务关键词、画像和图片是同一个类型，生成的内容会更加优质。如：想要创建一个关于“价格”的任务，那么关键词词包、画像和图片，都需要选择与“价格”相关的类别；
- 3、新账户针对品牌词、问答词、搜索词，首次上线建议每个类别的词包至少创建20篇文章，这样才能快速优化教育AI；
- 4、每个任务针对1个词包，建议针对该词包，一次至少生成10篇相关内容的文章，最佳15篇左右。发文章越多，训练的结果就越好；
- 5、每篇文章生成预计需要1分钟左右，当天若整体需要发布的文章较多，可能时间会拉长；
- 6、发布前，文章修改调整完成后，筛选好需要发布的平台即可。一年度版为例，第三方媒体可发布200篇，自媒体平台3600篇，B2B平台3600篇，官网训练1825篇。

## B2B平台

AI引擎目前主要抓取客户通讯信息的平台之一，B端行业、服务行业等均可发布。



## 第三方媒体

根据客户行业，从2W+行业专业媒体平台，找适配且权重较高的平台进行文章推送发布。



## 自媒体平台

多种内容形式，打造自我品牌专属阵地，是企业自己的流量池。

## 智能体官网

结合AI智能体形成营销闭环，同时教育AI学习了解、熟悉、信任度第一阵地。



讯灵 AI GEO+Agent

首页 AI画像 AI备课 AI授课 AI智能体 AI蒸馏 AI成绩单 产品详情

添加关键词 添加画像 添加图片 添加资料

个人信息 公司信息 平台信息 资质认证

提示：添加资料时如果未正确填写内容，（如营业执照无公章、地址与营业执照不符等），会导致注册失败。失败次数过多之后将无法使用b2b功能。请务必提交正确的内容。发布的信息必须为营业执照经营范围相符的信息，否则将直接关闭帐号，并承担相应的法律责任。

\* 联系人姓名 联系人电子邮箱

联系人性别 联系人QQ

联系人部门 联系人职务

提交保存

Copyright 讯灵GEO推广+Agent 2025

具体资料要求及细节说明：

[https://v7lxydnb8b.feishu.cn/wiki/SbX0wpJlqieRVzkEpC6cBAUKnGc?from=from\\_copylink](https://v7lxydnb8b.feishu.cn/wiki/SbX0wpJlqieRVzkEpC6cBAUKnGc?from=from_copylink)

智能体官网

\* 上传logo (建议上传比例为6:2, 不超过5M)

上传图片



- 1、阿里云备案的域名直接填写
- 2、其他平台备案的域名, 需使用代理的访问实现

\* 手机号码

111

\* 备案号

222

智能体 前往设置

10.17

保存提交

预览网站

\* 绑定域名 查看说明

http://

tttt.g3show.cn

是否开启:



状态: 已审核

开通https

\* 网站标题

dddd

\* 网站描述

dddd

\* 网站关键词

请输入关键词

手动添加关键词

已选 1个, 可选1-20个

清空

dddd

点击预览填写信息的前端展示效果



## 智能体官网的作用

官网是AI平台的重要流量来源，通过企业官网提取信息进行输出，带有相关链接可直接打开，实现流量转化。



## 智能体官网的搭建

使用讯灵AI名片生成基础信息，一键同步到智能体官网，自动生成产品、案例、联系方式页面，绑定独立域名并完成ICP备案。



4



## 数据闭环：从「拍脑袋」到「数据脑」，优化有迹可循

周期性维护客情，有理有据，提升客户信任及需求粘性，让AI营销更有价值。

## AI成绩单规则&技巧

- 1、首次报表需发布成功15篇文章后，间隔7-15天才能呈现；
- 2、报表更新需要再次发布更新文章后，间隔7天才能呈现在成绩单；
- 3、报表关键词若计划更丰富，需要再次发布新文章时，做词包的变动（新增、调整、优化均可）；
- 4、新账户上线发布成功15-30篇文章后，账户报表才会逐渐稳定。若需要长期保持稳定效果，建议每周定期规划做内容发布；
- 5、报表解读：成绩单并不代表教育的全部，是训练结果的部分体现。





## 沟通交流

- 首次沟通所有组员都要打招呼，让客户感受到热情，明白我们和市面上的“韭菜公司”的不同。
- 每一次的电话沟通前，都要明确本次沟通的目的。

## 直面客户问题

- 无论是日常还是定期回访客户，要明确客户问题本身，无论市场、平台变化还是运营专业知识，都要有坚实的基础。

## 主动服务意识

- 定期回访、节假日问候、朋友圈分享，都是必不可上的增值服务之一。

## 认可产品

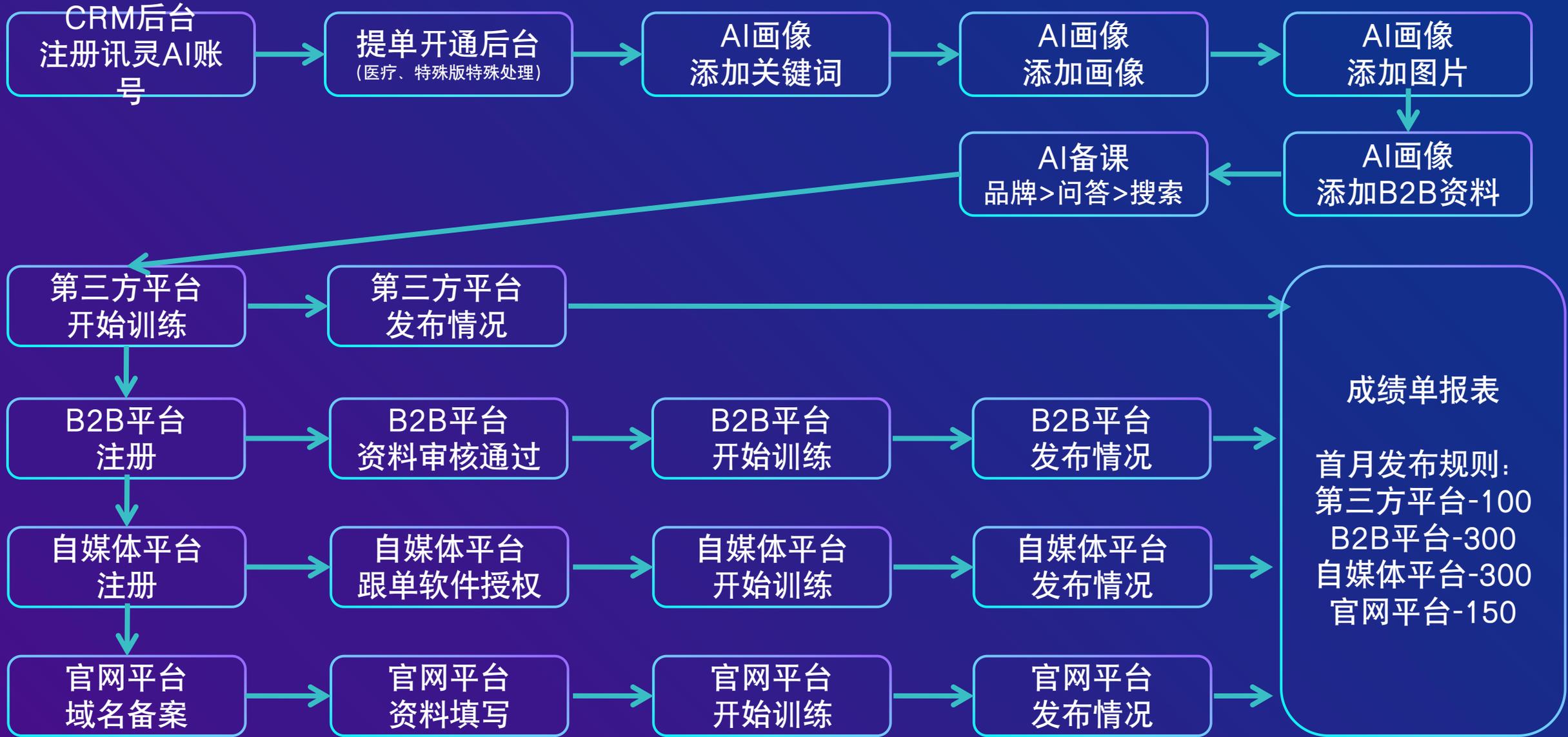
- 增值人员要自己先认可产品，这样才能有信心更好地服务客户。

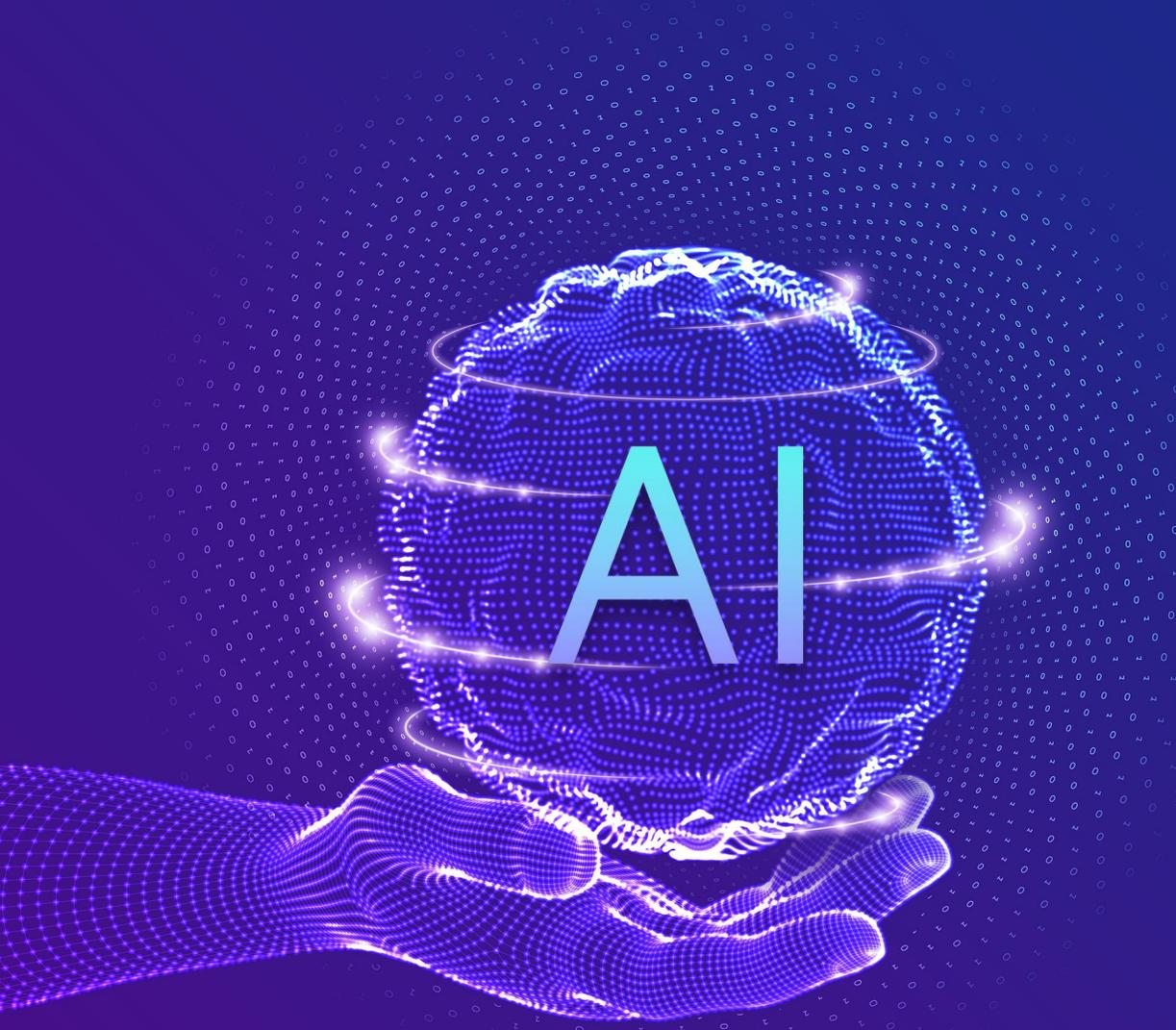
## 认可人员

- 前面的4步积累，就是坚定客户与我们长期合作的基础，才能让客户全面信任增值人员。

## 增值服务满意

- 多次续费、客户转介绍、再次合作、更多合作……





# 讯灵AI-GEO 实战方法论

破局「效率、效果、增长」瓶颈