

GEO 与 SEO 百问百答（终端客户沟通版）

一、核心区别篇：从根上看懂两者不同

1、问：GEO 和 SEO 本质上是一回事吗？

答：完全不是。SEO 是堆砌关键词，然后“守株待兔”，等着用户搜关键词，一个字不能差的时候才能出现；GEO 是“主动出击”，用户问 AI 时直接被推荐。比如开奶茶店，SEO 要等用户搜“奶茶店”，GEO 则在用户说“想喝甜而不腻的饮品”时，让 AI 直接报你家店名。

2、问：用户找过来的路径有啥不一样？

答：SEO 是“用户搜→翻结果（翻半天）→点进去”，像用户在商场按指示牌找店铺，关键是客户现在是找一会就不想找了；GEO 是“用户问→AI 答→直接来”，像刚进商场，就有人拉着用户说“就这家适合你”。

案例：你家卖水果，SEO 等用户搜“水果店”，一个字不能差；GEO 让 AI 听到“甜、便宜、现在能送”，直接报你家地址。

3、问：对用户提问的“包容度”有差别吗？

答：天差地别。SEO 像“认死理的门卫”，用户搜“北京火锅”少打个“京”字可能就找不到；GEO 像“灵活的管家”，用户说“冬天想吃点热乎的，最好能涮肉”，立马推荐你家火锅店。

4、问：在用户信任度上有区别吗？

答：SEO 是想各种办法提排名，增加“让用户选你”的概率，用户看到一堆结果，大概率会去别的平台再次比价、挑评价，还是没有信任；GEO 是“让 AI 帮你背书”，用户觉得“AI 推荐的应该靠谱”，像朋友推荐的店更容易去。

5、问：覆盖的用户群体有啥不同？

答：SEO 抓的是“习惯主动搜索的人”，比如中老年人查信息；GEO 抓的是“习惯问 AI 的人”，比如年轻人查攻略、90 后宝妈问育儿问题，这波人现在越来越多。现在做 geo 就像 2010 年做百度 seo，2020 年做短视频 seo。老一辈习惯搜百度，SEO 留住他们；年轻人习惯问 AI，GEO 抓住他们；两者结合，才是“流量通吃”。

二、场景对比篇：用案例看实战差异

6、问：做餐饮的，两者效果差在哪？

答：SEO：用户搜“石家庄烤鱼”，你排第 8，用户可能翻到第 3 就停了；GEO：用户说“晚上想请朋友吃烤鱼，环境好点的，好停车”，AI 直接说“推荐 XX 烤鱼，包间能坐 8 人，还送酸梅汤，还有超大免费停车场”。

7、问：教育机构，为啥说 GEO 更管用？

答：家长搜“少儿英语班”（SEO），会对比 10 家机构的网页，网页上如果没有客户想要的信息，家长就会再去别的平台找；但问 AI“5 岁孩子学英语，哪家师资不错，教学效果快，好评多？”，AI 直接报你家，家长看到会再提问：这家机构的电话是多少？家长可能直接打电话了。

8、问：本地服务类（如家政），两者的转化链路谁更短？

答: SEO 链路: 搜“家政保洁”→看 10 个网页→对比价格→打电话咨询; GEO 链路: 问“家里大扫除, 明天就要来人, 推荐下”→AI 报你家“24 小时, 50 人团队, 随时咨询派单”→搜索该企业的电话, 沟通下单。

9、问: 电商卖家, GEO 能替代 SEO 吗?

答: 不能替代, 但能互补。SEO 守着“搜‘连衣裙’”的用户, GEO 抓“想买条夏天穿的裙子, 显瘦的”用户, 后者更精准, 转化率更高。

10、问: 医疗健康行业, 两者合规性有差异吗?

答: SEO 受关键词限制, 很多根本无法开户推广, 就算能, 也是受限很多, 比如“XX 医院治胃病”可能被判定违规; GEO 通过“用户问‘胃痛挂什么科, 哪家医院看得好’”, AI 推荐时只说“XX 医院消化科有 20 年经验医生”, 更安全。

三、认知误区篇: 打破对 GEO 的偏见

11、问: GEO 是不是就是“AI 版 SEO”?

答: 差远了! SEO 靠“堆关键词”让搜索引擎看见; GEO 靠“喂故事”让 AI 记住。SEO 是“给鱼挂饵等上钩”; GEO 是“给鱼装 GPS, 直接游进你网里”。

比如你发步了内容: “开锁师傅 24 小时上门, 15 分钟到”, 并且被收录了,, AI 遇到“半夜锁门了怎么办”就会推荐你。

12、问: 做了 GEO, 是不是就不用管网站了?

答: 不行。GEO 像“超市广播推荐”, 但用户听了想去店里看看, 如果你家官网像“毛坯房”(加载慢、没电话), 用户还是会走。得保证官网、抖音号信息跟 GEO 内容一致。(这里也解释下怎么能尽可能的做到有电话或者网址出现)

13、问: GEO 是不是只有大公司才做得起?

答: 恰恰相反, 小商家更该做。比的不是体量大小, 而是比谁认知快慢, 动作快慢。这是信息差、行动差。越早做越受益。就像玩游戏升级, 你进入的早, 野怪简单, 好升级, 好爆装备, 后期难度大, 还不一定爆装备。

14、问: GEO 效果是不是“一阵风”, 过段时间就没了?

答: 不会。过去做百度, 后来先做短视频的, 都是搜索习惯的改变, 前期受益的那部分人, 是不是已经赚到了钱? 百度 seo 和短视频 seo 的效率是一个量级吗? 但是短视频 seo 刚出来的时候, 不是也有人喊: 就是一阵风, 做短视频有用吗?

看不见? 看不起? 看不懂? 来不及?

SEO 靠“关键词排名”, 一旦停投, 排名就掉; 而 GEO 是“给 AI 洗脑”, 一旦 AI 记住你, 哪怕暂时不投, 它还会惯性提你(就像你记住“可口可乐”, 看到饮料就想起它)。但是随着做的人越来越多, 想要排名稳定, 待排名上去, 后期做不定期发布更新即可。

15、问: 覆盖的问题类型有啥不同?

答: SEO 管“单选题”(用户搜明确关键词, 比如“婚纱摄影”); 错一个字, 都出不来。GEO 管“完形填空”(用户说模糊需求, 比如“想找一家‘好’的拍婚纱照的门店, 求推荐”)。人话: SEO 是“用户问 A, 你答 A”; GEO 是“用户问 A/B/C, 都能答成‘推荐 xxx’”。

四、运作逻辑篇：GEO 到底咋生效的

16、问：GEO 是怎么让 AI “记住” 我的？

答：就像给 AI “喂饲料”。你把“自家汽修店能修新能源汽车，换电池比 4S 店便宜 30%”写成小故事，AI “吃” 进去后，遇到“新能源汽车电池坏了去哪修”就会讲这个故事。你喂的覆盖维度越多，客户问各种问题，优先推荐你的概率就越大。

17、问：每个 AI 平台（豆包、百度 AI 等）都要单独做吗？

答：不用。专业系统能“统一训练”，就像教孩子一个故事，他在学校、家里都会讲，AI 在各个平台也会推荐你。就像一个广告语，在湖南台，在央视播，一样的道理。

18、问：GEO 需要天天更新内容吗？

答：不用，但要“适时更新”。前期需要集中的发布，数量和平台要多，但是排名稳定后，就可以不定期更下维持排名就好。

19、问：生效速度比 SEO 快多少？

答：SEO 可能要 1-3 个月才有排名，GEO 快则 3-7 天，慢我操作过的也没吃超过 2 周。分行业、分地区，地区词非常好做。

20、问：本地商家做 GEO，要突出哪些信息？

答：3 个核心：地址（“离 XX 地铁口 300 米”）、服务（“晚上 10 点还营业”）、差异化（“蛋糕能做各种造型”），这些细节 AI 最爱推荐。

结构化、内容细节性、客户见证、同行对比等等

五、协同关系篇：GEO 和 SEO 该怎么搭

21、问：中小企业预算有限，先做 GEO 还是 SEO？

答：先做 GEO。因为 AI 用户增长快，且 GEO 生效快，能快速看到客户，等有收益了再补 SEO，守住传统搜索用户。

22、问：大公司为啥要两者都做？

答：就像“线上线下都开店”，SEO 覆盖老用户（习惯搜百度），GEO 抓新用户（问 AI），比如家电品牌，既让搜“空调推荐”的人看到，也让问“家里 30 平客厅买多大空调”的人被推荐。

23、问：SEO 排名好，还需要做 GEO 吗？

答：需要。比如你 SEO 排“婚纱摄影”第一，但用户现在更爱问“拍婚纱照不踩坑的店”，这种模糊需求 SEO 覆盖不到，GEO 能补上。Seo 必须一个词不差，但是 geo 会理解，喂的多，就能按照你的剧本念台词。最重要的是，现阶段看你的行业是不是年轻人的搜索习惯，人在哪，就去哪做营销。

24、问：两者内容能共用吗？

答：部分能，但 GEO 注重“口语化”。SEO 注重关键词“专业婚礼摄影/专业婚礼拍摄”，GEO 内容适配“新人说我们家摄影师会抓拍爸妈偷偷抹眼泪的瞬间，超有感觉”类似的内容，我们的系统就是根据 ai 平台抓取习惯设定调教的。

25、问：怎么判断自己的行业更适合 GEO 还是 SEO?

答：用户提问越模糊，并且需要有特定场景喜爱的特定需求。（如“周末去哪玩”“孩子毕业找不到工作，喜欢摄影，适合学摄影吗？”），越适合 GEO；用户需求越明确（如“北京故宫门票价格”），SEO 更合适。但多数行业两者都需要。

六、效果疑虑篇：客户最关心的实战问题

26、问：GEO 能保证“100% 被推荐”吗？

答：不能，但能“提高被推荐的概率”。就像班里表现好的学生更容易被老师点名，你给 AI 的内容越具体，覆盖的客户可能考虑维度越多，被推荐的次数就越多。

27、问：投入和回报比怎么样？

答：短期投入和 SEO 差不多，但回报更稳。SEO 停投 1 个月排名就掉，GEO 一旦让 AI 记住，就算停投，偶尔还会被推荐，长期更划算。但后期竞争人多了，需要定期维护，稳定排名。

28、问：GEO 只能在某一个 AI 平台用？

答：NO! GEO 是全 AI 平台通吃（不管用户用百度 AI、豆包还是 ChatGPT，只要问相关，都优先推你）。

再说人话：你家广告，同时在电视、广播、电梯屏里循环播 ——AI 平台就是不同的“屏幕”。

29、问：同行也做 GEO，我怎么比他强？

答：比细节！做了>没做，都做了，比谁更新快，比谁写的维度多，比谁写的有深度，比谁发的平台多，比谁发的平台权威。

30、问：做了 GEO，客户投诉变多了怎么办？

答：这说明 GEO 引流有效，但服务没跟上。比如 AI 说“24 小时售后”，但实际没人接电话，得先优化服务，再做 GEO，不然会浪费流量。

七、行业适配篇：哪些行业最该做 GEO

31、问：实体店（如服装店）做 GEO 有用吗？

答：太有用！用户问“想买条适合约会的裙子，哪家店有现货”，AI 直接说“XX 服装店持续上新裙子，试穿还送配饰”，比等用户搜“女装店”靠谱。

32、问：B2B 企业（如建材供应商）适合吗？

答：适合。采购问“哪里买防火涂料，能开发票”，AI 推你家，比 SEO 跟全国同行竞争强。

33、问：文旅行业（如景区、民宿）怎么做 GEO？

答：让 AI 记住你的特色，比如“XX 民宿有亲子房，出门 5 分钟到沙滩”，用户问“带娃去海边住哪方便”，AI 就会推荐。

34、问：培训行业（如考证、技能）做 GEO 有啥优势？

答：能抓“模糊需求”用户，比如“想考会计证，零基础能过吗”，AI 说“XX 培训有零基础班，去年通过率 85%”，比 SEO 等用户搜“会计培训”更主动，信任感更强。

35、问：冷门行业（如修乐器、手工皮具）需要做 GEO 吗？

答：太需要了！这些行业用户少，但一旦有需求，AI 没推荐你就会找别人。比如“哪里能修古琴”，AI 只有你的信息，就能垄断这部分客户。

八、未来趋势篇：为啥说 GEO 不能等

36、问：现在做 GEO，算早还是晚？

答：算早期！就像 2018 年做抖音一样，现在做的人少，当初早布局的那批人，早吃到撑了，AI “脑子”还空，容易记住你；等大家都做了，想让 AI 记住就相对难了。

37、问：AI 越来越智能，GEO 会不会失效？

答：反而会更重要。AI 越智能，越需要优质内容，就像人越聪明，越容易记住“有特点的东西”，你给的内容越具体，越能被 AI 优先推荐。

38、问：5 年后，大家还会用搜索引擎吗？

答：会，但用 AI 的人会更多。就像现在还有人看电视，但看手机的更多。用百度 seo 的也有，但是用短视频搜索的也不少，现在是 ai 时代的开始。GEO 是提前布局“AI 流量池”，等别人反应过来，你已经积累了大批客户。

39、问：同行业巨头（百度、腾讯、阿里）会不会自己做 GEO，挤压我们空间？

答：不会，他们需要优质商家信息填充 AI 内容，就像百度需要商家做 SEO 来丰富搜索结果，反而会支持合规的 GEO 服务。

40、问：现在不做 GEO，以后补来得及吗？

答：难！就像 2015 年没做微信公众号，后来再做很难起量。AI 的“记忆”有先来后到，先被记住的品牌，会形成用户和 AI 的双重习惯，后来者要花 10 倍力气才能追上。

九、实操问题篇：落地时会遇到的细节

41、问：做 GEO 需要改我现有的美团、大众点评信息吗？

答：不用改，但要保持一致。比如 AI 说你家“川菜馆，能吃微辣”，美团上却标“特辣为主”，用户会觉得不符，所以信息要统一。

42、问：多门店品牌（如连锁药店）怎么搞 GEO？

答：让 AI 记住“每个店的特色”，针对每个店做 geo。比如“XX 药店 A 店有 24 小时药房，B 店能测血压”，用户问“附近晚上能买药吗”，AI 就推 A 店。

43、问：GEO 内容能写“最”“第一”这种词吗？

答：最好别，用事实代替。避免绝对性表达，避免违规禁言封号。比如不说“最好吃的蛋糕”，说“每天卖 300 个，顾客复购率 60%”，AI 更认可真实数据。

44、问：多久能看到 GEO 的效果？

答：快的 3-5 天，比如本地小商家，AI 很快能记住；慢的 2 周左右，比如竞争激烈的行业（如全国市场竞争核心词），但肯定比 SEO 快。

45、问：自己能做 GEO 吗，一定要找公司？

答：不建议自己做。AI 平台规则太多，（比如豆包爱抓抖音内容，腾讯元宝侧重公众号），并且一直都会调整抓取逻辑和规则，专业团队知道“喂什么内容、怎么喂”。

十、客户异议篇：如何回应终端客户的质疑

46、问：我试过 SEO 没效果，GEO 会不会也一样？

答：SEO 没效果可能是因为关键词太卷，比如“装修公司”全国有几十万家同行在抢；但 GEO 抓的是“xx 地区，120 平房子简装多少钱”这种具体需求，竞争小，更容易出效果。再有 seo 更多需要花更多钱办事，geo 当前是凭本事吃饭。

47、问：AI 推荐的客户，会不会质量不高？

答：反而质量更高。用户问“高端月子中心”，AI 推荐你，说明用户有明确需求和预算；而 SEO 来的用户可能只是随便逛逛，还在比价阶段，甚至是学生写资料。

48、问：我家生意挺好，没必要做 GEO 吧？

答：现在好不等于以后好。就像以前开实体店靠地段，后来靠美团，现在靠 AI，用户习惯在变，提前布局能守住客户，不然同行做了，你的客户会被慢慢抢走。明白居安思危的道理，学会引导客户，创造需求。而不是客户已拒绝就脑袋空空。

49、问：GEO 是不是就是“花钱买推荐”，不长久？

答：不是买推荐，是“让 AI 认识你”。就像你朋友知道你做蛋糕好吃，自然会推荐给别人，这不是花钱买的，而是靠“口碑”，AI 的“口碑”就是你给的优质内容。而这些是免费可以喂进去的，我实在不理解为什么容易的时候不做，人少的时候不做，非要等人多竞争难度大时候再花大钱去做。

50、问：如果我做了 GEO，用户说“AI 推荐的不好”，会影响口碑吗？

答：这取决于你的服务。如果 AI 说“你家火锅好吃”，但实际很难吃，确实会影响；但如果服务跟上了，用户会觉得“AI 推荐得准”，反而加深好感。不能因为买车了，你技术不好撞了，说人家广告有问题！

十一、内容细节篇：GEO 内容该怎么写才有效

51、问：GEO 内容里可以包含电话和地址吗？怎么出电话和网址。

答：不要。会禁言封号。当前有两种逻辑可以实现。一是用文章体现，但是视平台审核规则，体现这类信息偏强营销性质容易引起官方惩罚限制发文；另一个是让客户在各大 b2b 网站注册企业信息，ai 会全网抓信息，更优先抓最近的新更新的企业信息。然后 ai 会在答案中有概率的展现。这种注册都免费的。

52、问：写 GEO 内容，用长文还是短文好？

答：交给系统，系统会根据你提供的信息，进行分析和判断，输出最合适的文章内容。

53、问：能在 GEO 内容里提优惠活动吗？

答：当然能，而且效果好。比如理发店写“办卡折上折，附赠会员头疗服务”，用户问“最近理发哪里划算”，AI 就会把优惠说出来，促使用户行动。

54、问：GEO 内容需要避开哪些词？

答：避开模糊词和违规词。比如不说“我们服务一流”（模糊），不说“包治百病”（违规），换成“修不好不收费”“医生有 15 年临床经验”这种具体表述。我们的系统已经做了针对性的限制。

55、问：不同行业的 GEO 内容，重点有啥不一样？

答：本地服务重“时效、服务、本地响应速度”（如“24 小时上门”），餐饮重“特色”（如“每天限量 10 份的小龙虾”），教育重“结果”（如“去年 30 个学生考上重点高中”），一定要突出行业核心需求。

十二、平台特性篇：不同 AI 平台的 GEO 玩法

56、问：豆包上做 GEO，内容要侧重什么？

答：侧重“生活场景 + 短视频关联”。除了权威媒体平台，豆包爱抓抖音、今日头条内容，比如开美甲店，内容里可以写“我们家做的渐变美甲，抖音上有 300 多个顾客晒图，搜‘XX 美甲’就能看”，AI 推荐时就会查看抖音上的内容，查看是否有关联，进而会更精准。

57、问：腾讯元宝的 GEO，内容要结合微信生态吗？

答：必须结合。腾讯元宝除了权威媒体平台，也看重公众号、视频号内容，比如家政公司，内容里提“公众号搜‘XX 家政’能看阿姨资质，视频号有清洁前后对比视频”，AI 会优先推荐。

58、问：百度 AI（文心一言）做 GEO，和其他平台有啥不同？

答：更看重“百度系内容”。比如培训机构，内容里写“百度百科有我们的学校介绍，百度知道上有家长好评”，百度 AI 会觉得信息更权威，推荐更积极。

59、问：跨平台做 GEO，内容需要改吗？

答：NO! GEO 是全 AI 平台通吃（不管用户用百度 AI、豆包还是 ChatGPT，只要问相关，都优先推你）。

再说人话：你家广告，同时在电视、广播、电梯屏里循环播 ——AI 平台就是不同的“屏幕”。

60、问：哪个 AI 平台的 GEO 效果最好？

答：没有“最好”，只有“最适合”。年轻人多的行业（如奶茶、剧本杀）优先豆包，本地商家（如社区超市）优先腾讯元宝（因为用户可能用微信问），学术相关行业（如教育机构）可以兼顾百度 AI、通义千问、kimi。

十三、竞争应对篇：同行也做 GEO，怎么赢

61、问：同行 GEO 内容比我详细，怎么办？

答：比“更新速度”。用数量和速度取胜；发布平台要更多。

62、问：对手模仿我的 GEO 内容，如何保持优势？

答：加“独家细节”。增加覆盖维度，增加服务标准。让 ai 认为你比他们强。

63、问：行业内卷，大家都做 GEO，还有必要做吗？

答：更有必要！就像大家都开实体店时，位置好的店才赚钱；GEO 内卷时，内容更具体、更贴近用户需求的商家，会被 AI 优先选中，反而能拉开差距。

64、问：新入行的小企业，怎么用 GEO 打败老牌同行？

答：抓“老牌没覆盖的需求”。比如三一重工，人家花几千万做营销，做核心词，那我们就要覆盖小维度（装载机充电效率高、性价比高、噪音小、维修成本低，其实客户也更关心这些，覆盖了这些，AI 会优先推你。

65、问：价格比同行高，GEO 里怎么说才不劝退用户？

答：用“价值解释价格”。比如“我们家蛋糕贵 10 元，但用的是动物奶油，每天现做不隔夜，昨天有位妈妈说‘给孩子吃放心’”，让用户觉得贵得有道理。最重要的是让 ai 认为贵又贵的道理，核心：先做给机器看，再做给人看。

十四、效果优化篇：让 GEO 效果更好的技巧

66、问：GEO 生效后，怎么知道哪些内容被 AI 频繁推荐？

答：我们每周都会抓取排名效果，数据报表一目了然。

67、问：内容发布后，效果不好怎么办？

答：换“角度”重写。前期用排行榜、评测类的文章，比例为 7:3.如果没上，那就增加白皮书、技术分享类，提升 ai 对我们的专业度的认可度。

68、问：本地商家做 GEO，怎么突出“本地”优势？

答：那本地区的所有行政区都设置成关键词，覆盖玩区，再覆盖接到，覆盖到每一个细节角落。

69、问：季节性生意（如羽绒服店），GEO 怎么调整？

答：提前“喂季节内容”。9 月就写“我们家羽绒服开始上新，今年的款式比去年轻 30%，适合南方冬天”，等 10 月用户问“冬天穿什么羽绒服好”，AI 就会优先推你。

70、问：以前靠 SEO，现在做 GEO，客户会变多吗？

答：会！因为**“问 AI 的人越来越多”：年轻人现在习惯“直接问 AI”，不想自己翻搜索结果；GEO 让你从“等用户搜”变成“追着用户答”。

过去做百度，后来先做短视频的，都是搜索习惯的改变，前期受益的那部分人，是不是客户变多了？

十五、长期价值篇：GEO 的长期好处

71、问：做 GEO 一年后，能形成“品牌记忆”吗？

答：能！就像大家买可乐先想到“可口可乐”，长期做 GEO，用户问“吃火锅”就想到你家，AI 也会形成“条件反射”，推荐时第一时间想到你。

72、问：GEO 的“推荐”会很生硬吗？

答：不会！我们的 GEO 系统会“把广告藏进答案里”，软植入。

比如用户问“夏天去哪玩”，AI 答“推荐 XX 水上乐园，有夜场还能免费停车……”（把你家优势自然融入）。

73、问：GEO 能帮品牌拓展新业务吗？

答：能。你给 ai 喂什么，ai 就能推荐什么。

74、问：长期做 GEO，投入会越来越高吗？

答：不会，反而会降。前期需要频繁更新内容让 AI 记住，后期 AI 形成记忆后，每月更新 1-2 次活动信息就行，投入比 SEO 持续烧钱更划算。

75、问：GEO 的长期效果，能体现在门店客流上吗？

答：能！比如便利店长期做 GEO，用户问“附近哪有充电宝借”“半夜能买泡面吗”都会被推荐，慢慢会形成“有需求就去这家”的习惯，客流会稳定增长。这是长期主义，不要急功近利。这是系统，不是用了就能赚多少钱。就像创业，租场地问房东能不能赚钱，场地是基础，能不能赚钱要看你的产品和能力。

十六、特殊场景篇：冷门或特殊行业的 GEO 玩法

76、问：农村地区的商家（如农资店），做 GEO 有用吗？

答：有用！现在农村人也爱问 AI “玉米除草剂哪个牌子好”，如果你的 GEO 内容涉及，“XX 农资店的除草剂，对玉米苗没伤害，去年王大叔用了，亩产多收 200 斤”，就能抓住这部分客户。

77、问：线上电商（无实体店），GEO 怎么发挥作用？

答：突出“物流和售后”。比如卖护肤品的，写“下单后 48 小时内发货，过敏包退，上周有位顾客退了，我们还送了小礼物道歉”，用户问“网上买护肤品怕过敏怎么办”，AI 就会推荐你。现在很多店铺都在结合 geo 的做了。都是豆包推荐同款。

78、问：服务周期长的行业（如装修），GEO 内容怎么写？

答：写“过程和保障”。我们的系统会自动生成类似文章。比如“装修分 5 个阶段，每个阶段验收合格再付款，上周张姐家验收时，额外帮她改了插座位置，没收钱”，打消用户对“周期长、怕坑”的顾虑。

79、问：一次性消费的行业（如婚庆），GEO 有必要做吗？

答：太有必要！婚庆客户一生可能只消费一次，但决策时会大量查信息，GEO 内容里写“婚礼当天有备用婚纱，摄影师会跟拍晨袍环节”，这些细节能让用户觉得你专业，优先选你。

80、问：需要预约的行业（如牙医），GEO 怎么促进预约？

答：写“预约福利”。比如“提前 3 天预约洗牙，送口腔检查，上周李女士预约后说‘省了 100 元检查费’”，用户问“看牙怎么预约方便”，AI 就会推你，促使用户行动。

十七、认知升级篇：从 SEO 思维到 GEO 思维的转变

81、问：以前做 SEO 总想着“关键词排名”，做 GEO 该想什么？

答：该想“用户会问什么”。比如 SEO 想“‘英语培训’排第几”，GEO 要想“家长可能问‘孩子讨厌背单词，怎么学英语’”，然后让 AI 推荐你家的“趣味背单词课”。

82、问：SEO 讲究“网页优化”，GEO 讲究什么？

答：讲究“AI 信任度”。就像人更信“有细节的故事”，AI 也更信“具体、真实、带场景”的内容，比如不说“我们产品好”，而说“昨天有客户用了我们的胶水，粘鞋后穿了 3 个月没

开胶”。我们的系统就会写客户见证。

83、问：SEO 怕“关键词竞争大”，GEO 怕什么？

答：怕“内容太泛”。GEO 不怕竞争大，就怕你和同行说一样的话，比如大家都写“服务好”，你也这么写，AI 就分不清该推谁；但你写“服务好：下雨会给客户送伞”，就脱颖而出了。我们的系统生成文章，就会依照覆盖维度，写每一个维度客户最关心的细节问题。

84、问：从 SEO 转做 GEO，最该改的习惯是什么？

答：改“堆关键词”为“讲案例”。SEO 可能在网页里反复写“火锅、重庆火锅、火锅推荐”，GEO 则需要写“上周有客户从海淀专门来吃我们的毛肚火锅，说‘比重庆本地的还地道’”。

85、问：GEO 思维的核心是什么？

答：核心是“站在用户嘴边想问题”。用户不会按 SEO 关键词说话，而是随口问“晚上不想做饭，附近有啥不用等的吃的”，GEO 就是提前准备好答案，让 AI 在用户问出口时就推荐你。

十八、常见问题篇：终端客户最容易混淆的点

86、问：GEO 推荐的客户，和 SEO 来的客户，成交率哪个高？

答：GEO 来的更高。因为 GEO 客户是“带着具体需求被推荐”（比如“想找能修苹果手机的店”），SEO 客户可能只是“随便逛逛”（比如搜“手机维修”对比价格），前者目标更明确。

87、问：GEO 和美团、大众点评的推广有冲突吗？

答：不冲突，反而互补。美团是“用户主动搜平台找店”，GEO 是“用户问 AI 被推荐后，可能去美团看评价”，相当于给美团店铺引流，两者一起做，客户来源更多。

88、问：做 GEO 后，官网流量会增加吗？

答：会。AI 推荐时可能提到你的官网，比如“想了解更多课程，搜 XX 教育官网”，用户好奇就会点击，尤其是需要深度了解的行业（如装修、培训）。

89、问：GEO 能覆盖国外客户吗？

答：目前主要覆盖国内 AI 平台（豆包、百度 AI 等），如果客户做外贸，重点做国内客户的话有用；如果想覆盖国外，需要针对 ChatGPT 等平台单独调整，但逻辑类似。我们后期也会增加国外平台的 geo 产品。

90、问：没做过任何推广的新店，先做 GEO 还是先做基础装修（如官网）？

答：可以同步做。GEO 生效快，能快速带来第一批客户；官网装修是“门面”，客户来了能留住，两者同步进行，效果更好。

十九、风险规避篇：做 GEO 要注意的坑

91、问：GEO 内容越“高大上”越好？

答：相反！用户喜欢 **“接地气、有细节”** 的内容：

写“行业领导者”不如写“修过 100 个古董碗，最快 3 天修好”；

写“极致服务”不如写“修不好，全额退款”。

92、问：行业有负面新闻，做 GEO 能改善吗？

答：能，但要“直面问题”。比如餐饮行业被曝“卫生差”，你在 GEO 内容里写“我们厨房每天消毒 3 次，有监控可查，欢迎参观”，AI 推荐时会传递这种正面信息，抵消负面影响。

93、问：GEO 内容被同行恶意攻击，怎么办？

答：用“事实反击”。比如同行说你“服务差”，你就写“上周有客户误会我们服务慢，后来我们加了 2 个师傅，现在响应时间缩短到 15 分钟，客户还发了感谢短信”，AI 会相信有细节的内容。对针对性的负面评价和攻击，做出专门优化动作。

94、问：做 GEO 需要注册很多平台账号吗？

答：需要，系统内的公共媒体库使用人数比较多，导致一些文章发布到的时候，平台账户限额导致发布失败，如果违规，账号就会封禁。这个我们也会持续增加更多账户，建议咱们优先的话尽量使用私人媒体库发布，公共媒体库作为辅助发布使用，比如前提需要比较大的篇幅去做文章覆盖。

95、问：长期不更新 GEO 内容，会失效吗？

答：会慢慢减弱。就像人会忘事，AI 也会“淡忘”，尤其是同行在持续更新时，你的内容会显得过时，建议至少每月更新 1 次，比如新活动、新案例。

二十、未来应用篇：GEO 还能怎么玩

96、问：AI 能根据用户位置推荐附近的店，GEO 怎么利用这个功能？

答：内容里绑定“精准位置”。比如便利店写“在 XX 地铁站 B 口出来右转 10 米，早上 7 点开门，赶地铁的人常来买早饭”，AI 知道用户位置后，会优先推荐离得近的你。

97、问：未来 AI 能“预测”用户需求，GEO 要提前准备什么？

答：准备“季节性、节日性内容”。比如提前 3 个月写“母亲节送妈妈 XX 花店的康乃馨，去年卖了 500 束，很多女儿说妈妈很开心”，到母亲节时，AI 可能主动推荐你。

98、问：GEO 能和短视频结合吗？

答：太能了！比如在抖音发“修鞋师傅的日常”视频，GEO 内容里写“抖音搜‘XX 修鞋’，看我们怎么把破鞋修得像新的”，AI 推荐时会关联视频，用户看了视频更易信任。

99、问：做了 GEO，就可以停掉 SEO 了？

答：别犯傻！“SEO 守旧流量，GEO 抢新流量”：
老一辈习惯搜百度，SEO 留住他们；
年轻人习惯问 AI，GEO 抓住他们；
两者结合，才是“流量通吃”。

100、问：普通人怎么判断一家公司的 GEO 服务是否专业？

答：看 3 点：1. 会不会问你“用户常问什么问题”（专业的会从用户需求出发）；2. 给的案例是不是“具体细节多”（而不是泛泛而谈）；3. 能不能解释“不同 AI 平台的推荐规则”（比如豆包和腾讯元宝的区别），这三点都能做到的才靠谱。

补充内容：

1、开联网搜索会抓最新数据，平台基于算力消耗等成本问题，深度思考和联网搜索默认是不开的。

logo	名称	所属公司	参考链接抓取和引用逻辑			
			抓取数量	抓取方式	抓取时效性	抓取类别
	文小言	百度	15条左右	精准搜索：直接抓取与提问语高度相关的网页内容，作为回答参考	抓取的网页1年内86%，3年内94%	参考资料以权威、官方、百度系为主
	DeepSeek	杭州深度求索	40-50条	精准搜索：直接抓取与提问语高度相关的网页内容，作为回答参考	抓取的网页1年内44%，3年内60%	参考资料以权威、官方性为主
	KiMi	北京月之暗面	20-40条	泛搜索：尽可能全面的抓取与提问语相关的网页内容，针对抓取的网页进行阅读（会抓到弱相关的内容，阅读时进行筛选）	抓取的网页1年内33%，3年内60%	回答时引用的内容以权威、官方性为主
	豆包	字节跳动	5-10条	精准搜索：直接抓取与提问语高度相关的网页内容，作为回答参考	抓取的网页1年内69%，3年内83%	参考资料以权威、官方、头条系为主
	知乎直答	知乎	30-50条	精准搜索+泛搜索：尽可能全面的抓取与提问语相关的网页内容（精准搜索）+“维普”专业搜索（泛搜索，用于佐证专业术语，回答中如无专业术语则只抓取不引用）	抓取的网页1年内40%，3年内47%	参考资料以权威、维普、知乎系为主
	通义千问	阿里巴巴	10条左右	精准搜索：直接抓取与提问语高度相关的网页内容，作为回答参考；联网搜索使用夸克浏览器	抓取的网页1年内54%，3年内73%	参考资料以权威、官方、夸克搜索为主
	腾讯元宝	腾讯	10条左右	精准搜索：直接抓取与提问语高度相关的网页内容，作为回答参考	抓取的网页1年内71%，3年内80%	参考资料以权威、官方、腾讯元宝 AI 搜索

2、手机端和电脑端为什么显示的结果不一样啊，为什么？

答：1、手机用户更可能处于“即时需求”场景（如查地址、打电话、看短资讯），因此结果可能优先展示本地化信息（如附近的商家）、移动友好型网站（适配手机的页面）、App 下载链接或简洁的问答内容；电脑用户更可能处于“深度搜索”场景（如查资料、看长文、工作需求），因此结果可能更侧重权威网站、详细文档、多图 / 视频内容，甚至优先展示适合电脑端浏览的“桌面版”页面。2、算力和配置不同，电脑搜索深度和广度比手机更深，因此搜索结果也不同。3、手机体现适配性为“快”和“方便”，所以结果会根据手机 ip 变化，调整最符合要求的结果推荐。4、报表以电脑端的查询结果为准。

3、AI 内搜索展示有视频，咱们能做吗？

答：分行业，本地生活服务类可以，主要以豆包为主，因豆包所属字节旗下，豆包抓取 60% 内容为头条系旗下产品和内容，如果客户在抖音、头条号有对应账号和宣传内容，和 geo 优化内容可保持一致，ai 会将其进行分析和关联，客户在搜索相关场景时，会触发强关联，进行可以在 Ai 搜索内展示视频等内容。

4、各平台的调性及抓取喜好

DeepSeek：重学术、偏研究，适合创作者、编程。

代码库与技术社区	最高 (87%)	GitHub/Codeberg 代码仓库、Stack Overflow 问答、LeetCode 解题思路、Docker 镜像说明
UGC 与多元内容	高 (10%)	搜狐号 / 网易号技术文章、知乎高赞回答、Reddit 技术讨论帖、B 站代码教学视频
学术与行业知识库	中 (2%)	知网 / 万方学术论文、IEEE 标准文档、企业技术白皮书
权威媒体与官网	低 (1%)	新浪科技政策解读、政府官网公告、上市公司年报

豆包：更适配生活推荐、应用最广。字节跳动自主研发，核心技术基于云雀大模型（原内部代号）、内容新鲜度、全网抓取、偏好抖音、今日头条、行业论坛头条系产品；

平台类型	抓取权重	核心内容
字节系自有平台	最高 (65%)	抖音短视频、今日头条图文、西瓜视频长内容、番茄小说文本、懂车帝专业评测
权威媒体与行业网站	高 (25%)	新浪、网易等主流媒体的政策解读，雪球、投资界的金融分析帖，知乎高赞技术问答
学术与行业知识库	中 (10%)	知网 / 万方的学术论文、IEEE 标准文档、企业技术白皮书
第三方开放平台	低 (<5%)	豆瓣、Reddit 等用户生成内容，但需通过内容质量评分（如点赞量、专家背书）筛选

腾讯元宝：混元大模型+dp (r1 模型)，微信公众号、企业官网、搜狐

微信生态 (权重 60%)	最高	公众号深度解读、视频号现场实拍、群聊记录中的用户痛点 (如「装修避坑指南」)
权威媒体与行业网站	高 (30%)	新浪、网易等主流媒体的政策解读，雪球、投资界的金融分析帖，知网 / 万方的学术论文
垂直领域平台	中 (10%)	携程的实时票务、高德的交通管制、京东的商品评论等动态数据
第三方开放平台	低 (<5%)	知乎、豆瓣等用户生成内容，但需通过内容质量评分 (如点赞量、专家背书) 筛选

通义千问：阿里 Qwen 系列模型，阿里系生态、权威媒体网站、官媒。

平台类型	抓取权重	核心内容
阿里系生态 (权重 55%)	最高	淘宝商品详情页、支付宝生活号、阿里云文档中心、菜鸟物流数据等
权威媒体与行业网站	高 (30%)	新浪、网易等主流媒体的政策解读, 雪球、投资界的金融分析帖, 知网 / 万方的学术论文
垂直领域平台	中 (10%)	携程的实时票务、高德的交通管制、京东的商品评论等动态数据
UGC 与社区内容	低 (<5%)	知乎高赞回答、抖音热点视频、小红书种草笔记, 但需通过内容质量评分 (如点赞量) 筛选

KIMI: 北京月之暗面, 混元模型, 权威知识库、权威媒体网站、企业官网、第三方开放平台

平台类型	抓取权重	核心内容
学术与行业知识库	最高 (40%)	知网 / 万方的学术论文、国家知识产权局专利、IEEE 标准文档、企业技术白皮书
权威媒体与行业网站	高 (30%)	新浪、网易等主流媒体的政策解读, 雪球、投资界的金融分析帖, 知乎高赞技术问答
企业自有平台	中 (20%)	官网技术文档、产品说明书、企业微信知识库、飞书云文档
第三方开放平台	低 (<10%)	豆瓣、贴吧等用户生成内容, 但需通过内容质量评分 (如点赞量、专家背书) 筛选

纳米 AI: 360 公司, 纳米 AI 的大模型技术采用多源混合架构

平台类型	抓取权重	核心内容
电商与生活服务	最高 (35%)	淘宝 / 京东商品详情页、支付宝生活号、高德地图实时交通数据、携程票务信息
社交与社区内容	高 (30%)	小红书种草笔记、B 站测评视频、知乎高赞回答、抖音热点内容
学术与行业知识库	中 (25%)	知网 / 万方学术论文、IEEE 标准文档、企业技术白皮书、国家知识产权局专利库
权威媒体与官网	低 (10%)	新浪 / 网易政策解读、政府官网公告、上市公司年报

文心一言、百度 AI：自研文心一言大模型

百度系自有平台	最高 (45%)	百家号图文、百度百科、百度知道、贴吧讨论数据、百度文库技术文档
权威媒体与行业网站	高 (30%)	新浪、网易等主流媒体的政策解读，雪球、投资界的金融分析帖，知乎高赞技术问答
学术与行业知识库	中 (20%)	知网 / 万方的学术论文、IEEE 标准文档、企业技术白皮书
第三方开放平台	低 (<5%)	豆瓣、贴吧等用户生成内容，但需通过内容质量评分（如点赞量、专家背书）筛选