

SPEAKING · LIDIEN FU · 符立典

AI 時代，你的公司 還「被搜尋得到」嗎？

從 SEO 到 GEO 的能見度重佈局 | 給中小企業主的一小時

演講精華節錄 · 完整版含現場診斷與 Q&A

過去一週，你有幾次是 「先問 AI」，而不是先開 Google？

「幫我比較這幾家」

「推薦一個給我就好」

「這個怎麼選？」

ChatGPT、Perplexity、Google AI 摘要，正在取代「自己滑十個連結」的老習慣。

一個正在發生的場景

客戶問 AI

「宜蘭有沒有推薦的伴手禮？」

AI 回答

「推薦你三個宜蘭在地品牌：一家主打高山茶、一家有店面方便試吃、一家常被媒體報導。」

如果那三個名字裡沒有你——
這場對話裡，你等於不存在。

能見度的戰場，正在從 「搜尋結果頁」 移到「AI 的答案裡」。

—— 以前要排 Google 第一頁，現在要出現在 AI 給客戶的那句答案裡

三層能見度——一層墊一層

GEO · 生成式引擎最佳化

讓你「被 AI 引用」——最新戰場，越少人做，越有機會

AEO · 答案引擎最佳化

讓你「成為答案」

SEO · 搜尋引擎最佳化

讓你「被找到」——地基，仍是一切的起點

SEO——入場券，不是勝負手

01 · 基礎照顧好

官網、Google 商家檔案、關鍵字、在地評論，仍是一切的起點。

02 · 先讓機器讀得到你

AI 要引用你，前提是網路上「找得到、讀得到」你的資訊。

03 · 最低成本的第一步

商家檔案填滿、主動累積真實評論，幾乎零花費。

顧好 SEO，**AI 才有東西**可以拿來介紹你。

同一件事，兩種寫法

改寫前 · AI 抓不到

「我們提供優質高山茶，堅持品質與服務。」

這句話沒有回答任何人真正在問的問題。

改寫後 · AI 抓得到

「高山茶怎麼挑？看海拔、看採收季、看烘焙。我們的主力茶來自海拔一千五百公尺的茶區……」

先寫出客戶心裡的問題，再把你的專業當成答案接上去。

能被 AI 擷取當答案的內容，才有機會被推到客戶面前。

GEO——讓 AI 願意「點名」你

01 · 原創價值

有數據、有觀點、有專業判斷。人云亦云的內容，AI 沒理由選你。

02 · 多處出現

品牌名在第三方報導、名單、評論裡反覆出現，AI 才會認定你可信。

03 · 機器可讀

結構清楚、標題明確、重點條列，讓 AI 容易理解與擷取。

GEO 不是砸大錢——是把「可信度」變成內容資產。

先破三個常見誤區

× 「我做過 SEO 就夠了」

被找到 ≠ 被選中。SEO 讓你上榜，AEO 與 GEO 才決定 AI 會不會挑你。

× 「這是大公司的事」

剛好相反——越在地、越專精的品牌，越容易被 AI 從一堆選項裡挑出來。

× 「要砸很多錢」

真實評論與原創內容靠的是累積，不是預算。時間到了就是你的護城河。

下週一，就能做的三件事

SEO

顧好 Google 商家檔案

資訊填滿、照片補齊、認真回覆每一則評論。

AEO

官網加一頁「常見問題」

用客戶的語言，一問一答，讓 AI 抓得到答案。

GEO

產出一則原創內容

有數據、有觀點，讓自己成為可被引用的來源。

三件事都不必花大錢——缺的只是「今天開始」。

**你不需要變成技術專家，
但你要知道——
客戶找答案的方式，已經變了。**

聯絡資訊

品得網絡數位 PEAKSTAR

AI 導入與數位轉型顧問

AI Agent 導入與流程自動化 | 能見度重佈局 (SEO / AEO / GEO) | 內部系統與 ERP 的 AI 化

認識我們的方式

演講與工作坊 | Podcast 《老闆，讓 AI 講人話》 |
lidien.net

帶著你的題目來——歡迎聊聊，期待交流。

lidien.fu@peakstargroup.com | www.peakstargroup.com | lidien.net