企业做 GEO，从哪里开始？

GEO（生成式引擎优化）关注一个问题：海外买家用 AI 了解产品、比较供应商时，能否找到并核实您的资料。

先和业务负责人确认

假如三个月后，AI 能准确介绍贵司，销售却没收到新询价，您会觉得达标吗？

我的网站适合哪种合作方式？ →

哪一步需要编辑或技术同事？ →

用什么证据判断效果？ →

已有官网，谁能更新?

先选一个主力产品，确认谁有后台账号、谁能批准公开发布。

第三方维护，拿不到源码

先用公开页面做诊断和 AI 问答采样。有编辑账号时，在后台补参数和案例。只有供应商能发布时，我们交成稿和修改工单，请对方上线。

怎样验收

已上线，核对公开链接。暂时不能上线，验收诊断、成稿和工单。主站无法更新又要接询价，可评估自有子域名采购页。

使用 WordPress 模板

保留原站，用编辑账号完善产品页、采购问题和询价入口。模板、访问设置或表单送达异常，请管理员或服务商处理。

怎样验收

由贵司团队发布一个样板页。要接询价，再从手机提交一条测试消息，请指定销售确认收到。

保留原站，或从零开始

前面的两种网站都可以只买 GEO 服务。

只需要 GEO 服务

只想看表现，可用 GEO 洞察版自行监测。人工服务按项目报价，沿用原站、统计工具和客户管理系统，约定选题、成稿、审核、上线及复测的负责人。

怎样验收

先看基线、回答原文和引用链接，再核对上线与复测记录。要看询盘，还需来源数据和销售反馈。

尚无官网

先看品牌如何被介绍，可用品牌名、产品名和公开资料采样。要接询价，可先建一个能维护的产品页，写明规格、适用条件、交付证据和联系方式。

怎样验收

看品牌，逐项核对回答。做获客，试走买家提交需求、销售收到并跟进的流程。

为什么有时要改源码?

源码是控制网页如何显示、表单如何提交的程序。查公开资料就能开始，只有发现具体障碍，才需要相应权限。

查 AI 怎么回答

公开资料

向 AI 提出联轴器选型问题，核对回答和来源。

补一页产品资料

内容编辑

官网少了扭矩范围，在后台补上并发布。

处理共用模板或表单

技术同事／原供应商

整批页面显示不全或询价收不到，交工单复现、修复，再测一次。

改完能保证被 AI 推荐吗?

改进让买家更容易核实资料。能否被引用或推荐，要用约定问题持续观察。Google 的 AI 搜索沿用常规搜索技术要求。

Google 官方说明　　WordPress 权限说明

先分清两种“查得到”

您说的“查得到”，是 Google 搜索结果里有官网，还是 AI 回答中有品牌或官网链接？两者都要时，分别核对。

买家点名查询时，资料准确

演示问法：“豪纵做什么？可以供应哪些联轴器？”

月报看什么

保存带品牌的问题、回答原文和日期，对照已确认的企业名称、产品与能力。

陌生买家问选型时能发现您

演示问法：“哪些厂家能按我的扭矩和转速提供膜片联轴器？”

月报看什么

固定市场、语言、平台和问法，分开统计品牌被提及、被明确推荐、官网被引用的回答数，附可判断的样本数。

查看豪纵的联轴器采购案例 →

要访问，还是要询价？

买家打开网页、提交需求、进入报价，分别由不同的人提供证据。

让目标买家访问网站

您希望买家看到哪一个产品页？现在谁能查看访问来源？

月报看什么

网站分析负责人核对可识别的 AI 来源访问和落地页。来源可能缺失，未接统计时记为“未观测”。

让销售收到值得跟进的询价

什么样的消息值得当天回复？谁能确认后续是否报价？

月报看什么

有效询盘须可联系、有产品需求，剔除测试、重复和垃圾。销售确认采购是否匹配、是否报价。WhatsApp 点击单列。

已有官网，做诊断 →

暂无官网，直接咨询 →