Welly 教教我

成長吧！補給進階SEO關鍵知識

2025

一本掌握AI搜尋趨勢 GEO實戰入門指南

Episode 13

- AI 搜尋如何顛覆搜尋行為？
- GEO 是什麼？GEO vs SEO 比較
- GEO 怎麼做？GEO 技巧與趨勢分析

Welly

THE CONTENT

目錄

01. AI 搜尋趨勢｜使用者搜尋行為的轉變 04

- AI 搜尋如何顛覆搜尋行為？ 05
- Google 搜尋引擎近年如何應對？ 09
- 傳統 SEO 還需要投入嗎？ 10

02. GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？ 11

- GEO、AIO、LLMO、AEO 是什麼？ 12
- SEO vs GEO 有哪些相同與相異之處？ 14

03. GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！ 18

- GEO 趨勢與機會分析 19
- GEO 怎麼做？哪些方法有效？ 23

Welly

INTRODUCTION

前言

Hello！親愛的讀者們

首先感謝你下載這本電子書，希望你會喜歡！

這本書是「Welly 教教我」系列的第 13 本，這次我們要深入探討的是「GEO 實戰入門指南」，帶你了解如何在搜尋引擎優化中，運用生成式搜尋引擎的最新技術來提升品牌在 AI 的能見度。

如果你對於 GEO 還感到陌生，或是你已經知道在 SEO 中要做哪些基礎工作，但不確定如何把 AI 搜尋整合進來，這本書正是為你量身打造！我們會從最基本的概念開始，帶你了解 GEO 的運作邏輯，讓你能快速掌握如何提升在生成式搜尋引擎中的表現。

Welly 團隊擁有多年深耕 SEO 及數位行銷的經驗，長期協助品牌應對不斷變化的搜尋環境，這次我們將這些實戰經驗和操作技巧，整理成易懂且實用的內容，幫助你快速上手，讓你的品牌在 AI 搜尋時脫穎而出。

最後，**Welly 每週都會提供一篇行銷新知，可以推薦給你身邊的朋友訂閱 Welly 電子報**，跟著我們一起長知識！

訂閱 Welly 電子報

簡單 2 步驟，**填寫姓名與信箱**

你將可以第一時間收到每週的 EDM 內容、每季還會有一本電子書！

CHAPTER

01

AI 搜尋趨勢｜使用者搜尋行為的轉變

- AI 搜尋如何顛覆搜尋行為？
- Google 搜尋引擎近年如何應對？
- 傳統 SEO 還需要投入嗎？

AI 搜尋如何顛覆搜尋行為？

從「搜尋」到「詢問 AI」：搜尋方式的改變

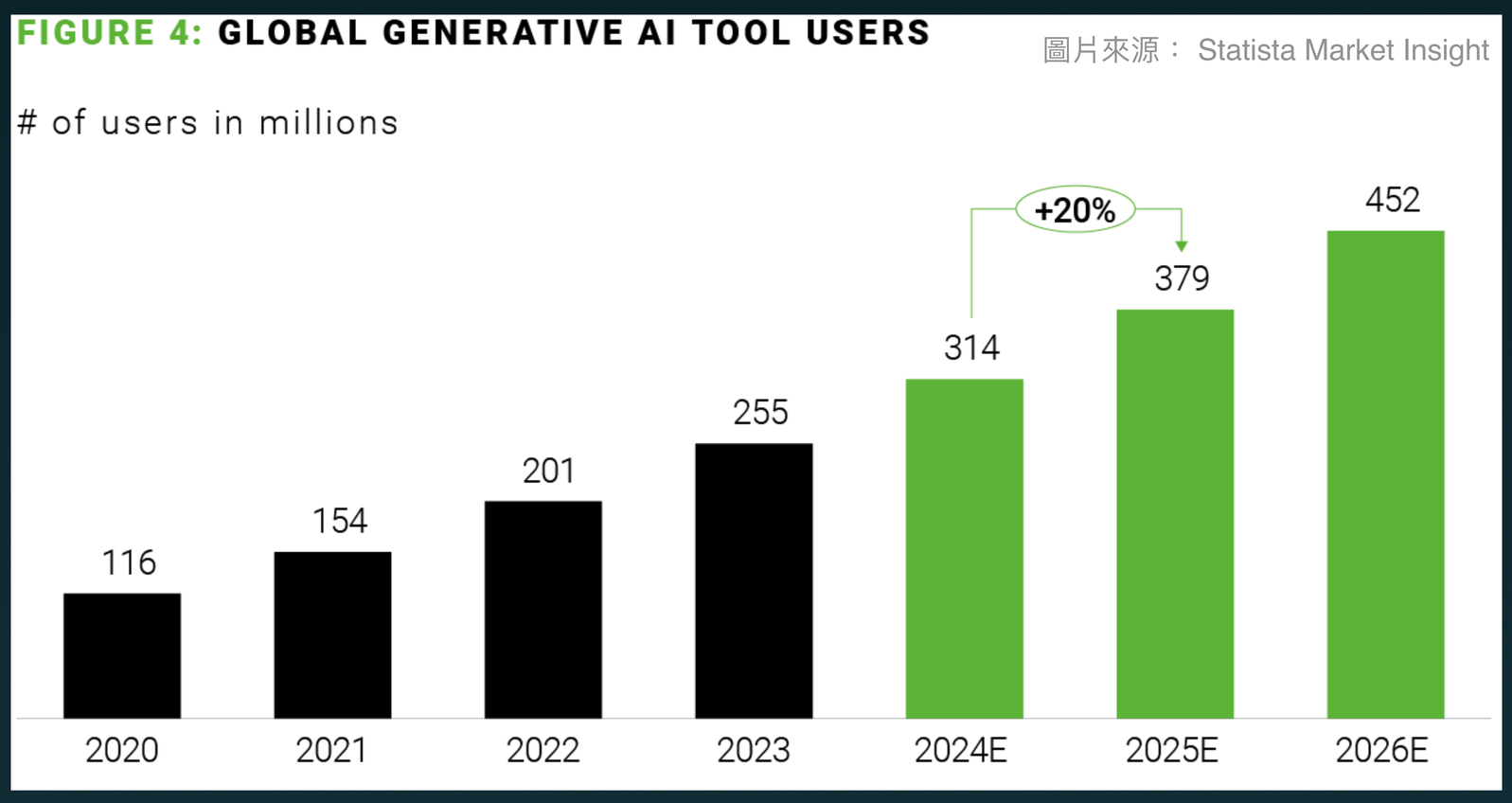
過去，人們總習慣在搜尋引擎中輸入關鍵字，瀏覽多個網站以找到答案。但隨著 AI 工具的崛起，越來越多的使用者不再「搜尋」，而是選擇「詢問 AI」。這不只是搜尋行為上的變化，更是一場搜尋習慣的大革新。

AI 搜尋崛起：正在取代傳統搜尋

根據統計，生成式搜尋引擎使用量以每年 20% 的速度持續上升，預計在 2025 年，全球使用人數可能會突破 **3.79 億**，約佔傳統搜尋引擎的 9%。

其中，像 ChatGPT 和 Gemini 等 AI 搜尋工具，已經佔據了 AI 市場的主導地位。不僅能提供快速且準確的答案，還改變了我們的搜尋方式，讓搜尋不再是點開網站，而是直接向 AI 提問。

而 AIO（AI Overviews）的成長速度也十分驚人，在 Google 搜尋出現比例已經達到約 13%，與 2025 年初相比成長了 102%！



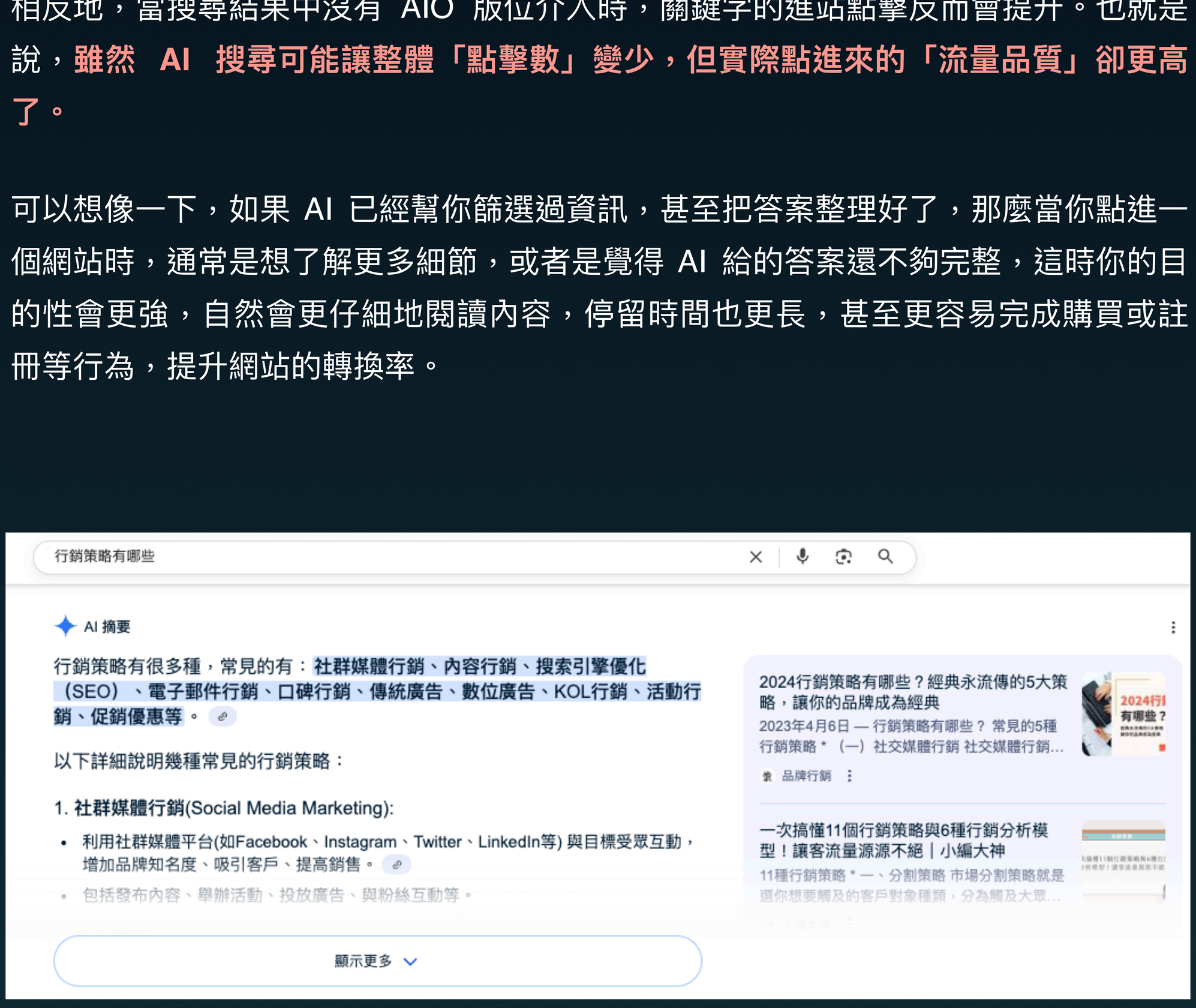
AI 搜尋如何顛覆搜尋行為？

大家會不會都只看 AI 回答，不點網站了？

想必這是大家都很好奇的問題，根據國外知名數位行銷公司 NP digital 分享的數據顯示，當 Google 搜尋結果頁（SERP）中出現 AIO 版位時，進站點擊率確實會下降。

相反地，當搜尋結果中沒有 AIO 版位介入時，關鍵字的進站點擊反而會提升。也就是說，**雖然 AI 搜尋可能讓整體「點擊數」變少，但實際點進來的「流量品質」卻更高了。**

可以想像一下，如果 AI 已經幫你篩選過資訊，甚至把答案整理好了，那麼當你點進一個網站時，通常是想了解更多細節，或者是覺得 AI 給的答案還不夠完整，這時你的目的性會更強，自然會更仔細地閱讀內容，停留時間也更長，甚至更容易完成購買或註冊等行為，提升網站的轉換率。



（圖片來源：Google 搜尋結果頁面）

AI 搜尋如何顛覆搜尋行為？

AI 會變成新的搜尋入口嗎？搜尋會不會「去網頁化」？

從目前的趨勢來看，越來越多人會直接打開 ChatGPT 或 Gemini 詢問問題，而不是先到 Google 搜尋，這樣的轉變，確實讓 AI 工具可能成為新的搜尋入口。不過，從目前的數據來看，Google 仍穩坐搜尋霸主的地位。

根據 SimilarWeb 的數據顯示，截至 2025 年，Google 依然是全球使用者進行搜尋的主要管道，其使用量遠遠超越 AI 工具，甚至達到 ChatGPT 的 373 倍之多。這代表著就算 AI 搜尋快速成長，但在未來 3 年內，Google 傳統搜尋還是佔絕對主導地位。

至於搜尋會不會「去網頁化」，這個問題可以從下一頁的 2 個角度來看。



（圖片來源：SimilarWeb）

01. AI 搜尋趨勢｜使用者搜尋行為的轉變

AI 搜尋如何顛覆搜尋行為？

🔍 AI 搜尋的「即時與高效」優勢

AI 搜尋最大優勢在於直接提供答案，而不是連結。以前你可能要點開好幾個網頁，才能拼湊出一個完整的答案；現在 AI 透過大型語言模型和強大的自然語言處理能力，可以直接理解你的問題，並給你一個整合後的摘要或直接的解答。

特別是在想要快速查找事實性資訊、概括性問題，或是整合多個資訊來源時，AI 搜尋的「去網頁化」趨勢會更明顯，確實會讓一部分使用者直接在搜尋結果頁面就得到答案，減少了點擊網站的行為。

🔍 網站存在「深度與多元」價值

然而，這並不代表傳統網頁會完全消失，網站依然有其不可取代的價值。例如，當你需要深入研究一個主題、查閱詳細的數據報告，或是需要學術性的資料時，網站上的完整文章、研究報告依然是不可或缺的。

也就是說，一旦你對 AI 提供的答案存疑時，還是會想點進原始網站，去驗證資訊的真實性和來源的權威性，畢竟 AI 目前為止仍有可能出現資訊錯誤的「幻覺」問題。

🎯 未來的搜尋模式很可能會走向一種**「AI 優先，網站輔助」**的混合模式，在部分情況之下，網站仍是使用者的最終目的地。

Google 搜尋引擎近年如何應對？

Google 的 AI 搜尋演進：從 SGE 到 AIO

在過去幾年，Google 面對人工智慧的崛起，積極調整並進化其搜尋引擎功能。從一開始的搜尋生成引擎（SGE）到後來的 AI 摘要（AIO），Google 在搜尋領域的 AI 整合逐漸加深，以提升用戶搜尋體驗並應對日益增長的 AI 需求，繼續保持市場領導地位。

❶ SGE（Search Generative Experience）

SGE 在 2023 年 Google I/O 大會推出，是 Google 首次將生成式 AI 融入搜尋引擎的重大嘗試。

SGE 主要是利用 AI 技術來生成搜尋結果，並直接提供簡潔且詳盡的回答，而不只是依賴傳統的連結和網站。這一功能讓用戶在搜尋過程中能快速得到精確的資訊，從而減少了需要進入網站瀏覽的時間。

❷ AIO（AI Overviews）

隨著 AI 技術的進步，Google 進一步優化了搜尋引擎，在 2024 年的 Google I/O 大會宣布將 SGE 正名為 AI Overviews（AIO），這項更名不只是名稱上的改變，而是代表生成式搜尋功能的全面升級，目的是讓使用者能更快、更準確地獲得答案。

Google 也將 AIO 陸續部署到全球超過 100 個市場，台灣的繁體中文 AIO 則是在 2025 年 5 月左右開始慢慢普及，讓中文使用者能逐步體驗到 AI 搜尋摘要所帶來的全新搜尋方式。

傳統 SEO 還需要投入嗎？

看到這裡，你心裡可能會想：**「既然 AI 搜尋這麼厲害，那我們平常在做的 SEO（搜尋引擎優化）還有效嗎？」**

答案是：當然需要！想要做好 GEO（生成式引擎優化）的第一步就是做好 SEO，這是最基礎也最關鍵的一步。

為什麼 SEO 還是這麼重要？

AI 搜尋會不斷地在網路上爬取、消化大量的資訊。當你向 AI 提出問題時，它會把你問的內容，和它資料庫裡從網路上學到的知識進行比對、驗證，然後整理出一個精煉的答案給你。

所以，AI 搜尋的核心，仍是建立在網路的資料基礎上。如果你的網站沒有做好 SEO、內容優化得不好，或資訊量太少，AI 自然就沒有足夠的「資料來源」來學習和呈現你的網站內容。

CHAPTER

02

GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？

- GEO、AIO、LLMO、AEO 是什麼？
- SEO vs GEO 有哪些相同與相異之處？

02. GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？

GEO、AIO、LLMO、AEO 是什麼？

直至 AI 技術不斷進步的今天，網站如何在 AI 驅動的搜尋引擎中獲得更多曝光，成為許多行銷人員關注的焦點。在 AI 的浪潮之下，我們開始聽到一些搜尋引擎優化策略，如 GEO、AIO、LLMO 和 AEO。

究竟是如何透過這些策略在 AI 搜尋引擎中脫穎而出，進而提高網站的能見度和流量。接下來，我們將帶你了解這些專有名詞。

❶ GEO（Generative Engine Optimization）

GEO，即生成式 AI 引擎優化，顧名思義是針對生成式 AI 搜尋引擎（如 ChatGPT、Gemini 等）進行的優化策略。這些 AI 搜尋引擎會根據大量的資料來生成回應，而 GEO 的目的就是讓網站的內容更簡單明瞭、結構清晰。

如此一來 AI 才能輕鬆理解並正確引用、在 AI 中提供給用戶。

❷ AIO（AI Overviews）

AIO 可稱為 AI 摘要區塊，Google 搜尋中由 AI 生成的「摘要區塊」會直接在搜尋結果頁上展示簡短的答案，使用戶可以快速獲得所需資訊，而無需進入網站。

而 AIO 的目標是提高網站在這些摘要區塊中的曝光機會，從而讓你的網站內容更容易出現在AI 摘要旁的資訊來源欄位，進而提升點擊率。

- 02. GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？

GEO、AIO、LLMO、AEO 是什麼？

❸ LLMO（Large Language Model Optimization）

LLMO，即 LLM（大型語言模型）優化。所謂的 LLM 是指透過大量文本數據訓練理解，並生成用戶查詢相關回應的 AI 模型。而 LLMO 則是針對如 GPT、BERT 等大型語言模型進行的優化策略。

透過優化網站內容，使網站能在大型語言模型的回應中占有一席之地，提高曝光度。

❹ AEO（Answer Engine Optimization）

AEO 中文意思為回答引擎優化，是針對語音助手、問答搜尋（像是 Siri、Alexa）進行的內容優化策略。AEO 主要目標是提升網站在「零點擊搜尋」中的能見度，使搜尋引擎在搜尋結果中直接展示答案，而用戶無需點擊網站。

無論是 GEO、AIO、LLMO 還是 AEO，這些優化策略的最終目標都是**「幫助網站在 AI 搜尋引擎中取得更高的曝光」**。

👉 SEO 是 GEO 的入場門檻

如果你想在 AI 搜尋時代脫穎而出，甚至想趁早佈局的 GEO，那麼打好 SEO 的基礎是絕對必要的。傳統 SEO 它不再只是為了讓你的網頁排名往前，更是為了讓 AI 能夠「理解」你的內容，讓使用者在詢問時，能精準地將你的資訊呈現出來。

所以，**持續投入 SEO，就是為你在 AI 搜尋時代鋪路！**

- 02. GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？

SEO vs GEO 有哪些相同與相異之處？

在了解完 GEO、AIO、LLMO 和 AEO 的概念後（以下我們將統稱它們為「GEO」），我們可以進一步探討它們與傳統 SEO 之間的關聯與差異。

SEO vs GEO 相同之處

❶ 爬蟲技術

無論是 SEO 還是 GEO，爬蟲技術都是它們的基礎！

對於傳統 SEO 來說，Google、Bing 等搜尋引擎會利用爬蟲來抓取網站內容並進行索引，而在 GEO 中，AI 引擎（如 ChatGPT、Gemini 等）同樣依賴於爬蟲技術來抓取網頁資料，只不過它們的資料庫主要來自不同的來源。

❷ 網站權重

網站的權重依然是 SEO 和 GEO 中共同的關鍵要素。

在傳統 SEO 中，網站權重高的頁面會有更高的機會在搜尋結果中排上前列。同樣的，對於 GEO 來說，網站的權重也會影響其在 AI 回答中被引用的機會。

因此，無論是哪一種搜尋引擎優化策略，保持網站的權威性和可信度都是不可遺漏的。

- 02. GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？

SEO vs GEO 有哪些相同與相異之處？

❸ 優質內容

優質內容同樣是 SEO 和 GEO 的共同要求，無論是傳統搜尋引擎還是生成式 AI 引擎，都會偏好有價值、有深度的內容。因為A I 搜尋最終目的是為了提供用戶最相關、最有幫助的資訊。因此，創建有深度、有實質內容的網頁，無疑是成功的關鍵。

可能你在想，到底要怎麼讓網站在 AI 搜尋引擎中獲得高曝光？

這裡有個很好的例子，Welly SEO 成功地出現在 AI 問答的首位！從下方截圖中可以看到， Welly 被選為 AI 搜尋引擎中的首選答案，這代表網站的內容被 AI 認為是最符合用戶需求的，從而大大提升了品牌能見度。

這也告訴我們，只要網站內容經過精心優化，讓 AI 能夠理解並推薦你的網站，不僅能在傳統的搜尋引擎中排名提升，同時也能在 AI 搜尋引擎中獲得關注。

👉 結論：做好 GEO 的第一步，就是做好 SEO



- 02. GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？

SEO vs GEO 有哪些相同與相異之處？

SEO vs GEO 相異之處

隨著生成式 AI 技術的發展，搜尋結果的呈現方式發生重大變化，也改變了用戶與搜尋結果之間的互動方式。這樣的變化使得零點擊搜尋的情形愈來愈普遍。

- **SEO**：在 SEO 中，透過網站與內容優化使網頁進入搜尋頁面前列後，使用者會點擊搜尋結果中的網站連結，從而帶來網站流量。

- **GEO**：在 GEO 中，AI 摘要區塊會即時提供答案，讓用戶不再需要點擊網站，從搜尋結果中就能直接獲得所需資訊。根據 Seer Interactive 發表，2024 到 2025 年，有出現在 AI 摘要區塊網站的**自然點擊率從 1.41% 下降至 0.64%**。

DATE (YEAR MONTH)	ORGANIC CTR- AIO NOT SHOWN	ORGANIC CTR- AIO SHOWN
Jan 2025	3.97%	0.64%
Dec 2024	4.71%	0.71%
Nov 2024	3.35%	0.76%
Oct 2024	2.97%	0.84%
Sept 2024	3.13%	0.97%
Aug 2024	2.78%	0.89%
Jul 2024	2.03%	0.91%
Jun 2024	2.29%	0.91%
May 2024	2.19%	0.98%
Apr 2024	3.02%	1.24%
Mar 2024	3.24%	1.27%
Feb 2024	3.61%	1.37%
Jan 2024	2.68%	1.41%

（圖片來源：SEER interactive）

- 02. GEO 是什麼？和 SEO 有什麼不同？

SEO vs GEO 有哪些相同與相異之處？

除了零點擊搜尋趨勢，SEO 和 GEO 之間還有許多細節上的差異，讓我們透過表格來深入分析。

	SEO	GEO
目標邏輯	爭取網站在搜尋引擎首頁的「排名」	爭取提高被 AI 納入回答的「品牌能見度」
目標戰場	傳統搜尋引擎（如 Google）	生成式 AI 搜尋引擎
檢索／收錄方式	• 理解 HTML • 爬取 Javascript ，模擬人使用的場景，直接看瀏覽器打開的時候渲染結果	• 理解文字 • 爬取 Server Side Rendering（SSR）後端的內容
搜尋形式	透過關鍵字尋找具體資訊	口語化的提問方式
搜尋意圖	以導航意圖為最大宗，用戶多尋找特定網站	以資訊意圖為最大宗，用戶偏向尋求知識或解決方案
搜尋結果	若無大幅度的外部因素，基本上排名只會些微浮動	更個人化、有更高的不確定性
數據追蹤	排名、曝光、點擊	AI 引用率、品牌能見度等
行銷漏斗	網站導流 → 轉化	品牌曝光 → 轉化
內容優化	優化整篇文章	優化文字片段

CHAPTER

03

GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！

- GEO 趨勢與機會分析
- GEO 怎麼做？哪些方法有效？

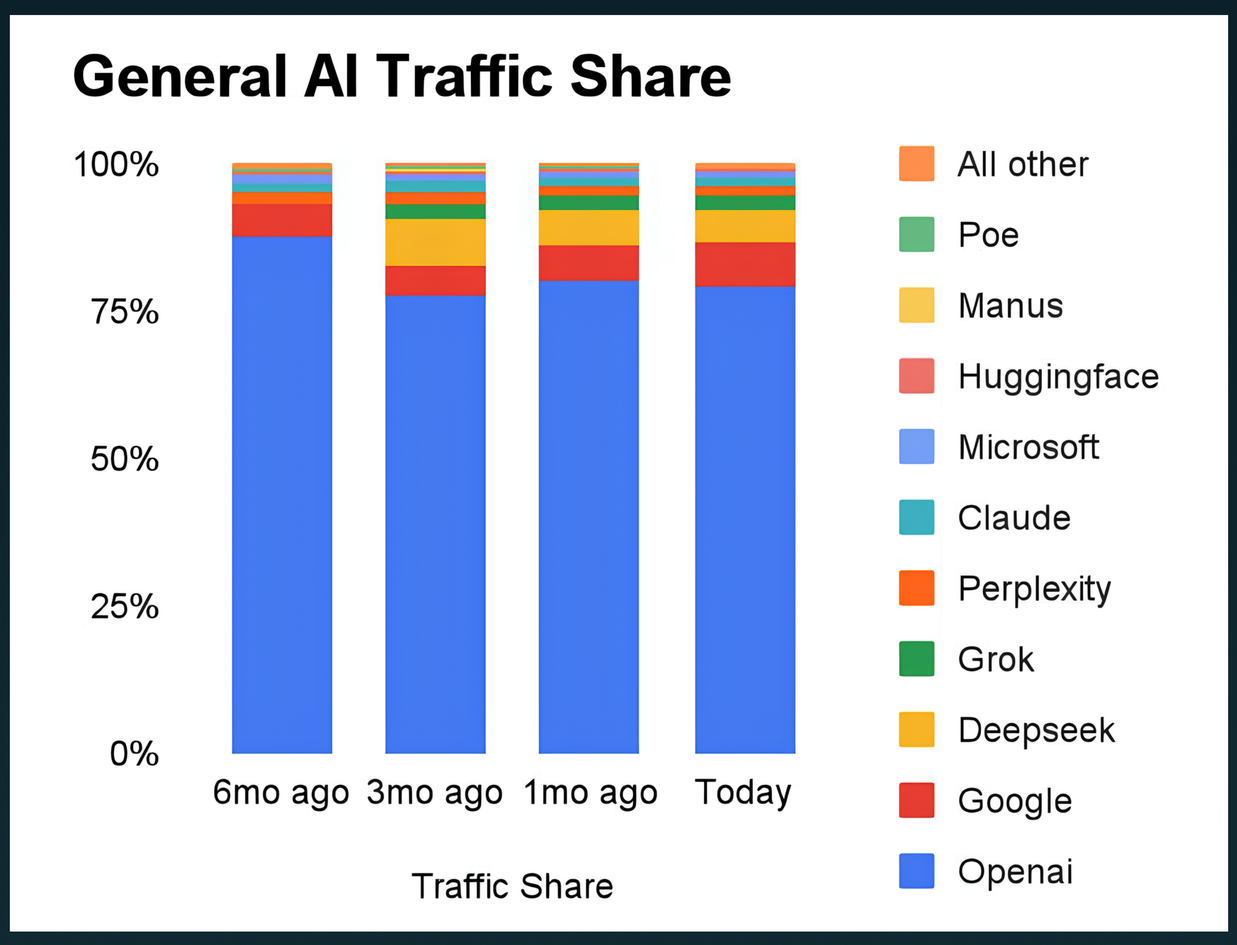
GEO 趨勢與機會分析

我們在前面已經了解了 GEO 的基本概念，以及它與 SEO 之間的關係。現在，是時候深入探討一個更核心的問題： GEO 到底該怎麼布局，才能真正有效？

為了幫助你踏上這波數位變革的浪潮，Welly 團隊將從數據層面帶你觀察這股變化的走向，並為你揭示 GEO 的布局策略！

AI 工具崛起，生成式搜尋使用量不斷上升

根據 SimilarWeb 的統計，生成式 AI 搜尋平台的總流量正在穩步上升。其中，ChatGPT 至今仍穩坐流量第一名，**市占率高達 70%～80%**，遠高於其他 AI 工具，這表示越來越多的網路使用者，已經開始習慣透過 AI 工具來尋找答案，而非單純的傳統搜尋引擎。



（圖片來源：SimilarWeb）

- 03. GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！

GEO 趨勢與機會分析

SEO 不但沒消失，搜尋量不減反升

儘管生成式搜尋正在興起，但 Google Search 在 2024 年仍有超過 5 兆次搜尋量，市占率高達 93.57%，甚至比 2023 年還多出 21.64%。相較之下，ChatGPT 雖然成長快速，但在整體搜尋市場的市占率目前僅 0.25%，仍是作為補充工具的角色。

AIO 讓資訊曝光的機會變多了

根據最新調查，Google 在 2024 年於美國推出了 AI Overviews 後，有 58.5% 的使用者不再點擊搜尋結果，而是直接從 AI 摘要中獲得資訊，也就是我們常說的「零點擊搜尋（Zero-Click Search）」。

雖然乍聽起來似乎有點嚇人，讓人擔心網站的點擊率會不會大受影響，但其實同時也意味著，你的內容獲得直接在搜尋結果頁面曝光的機會，而且是被 AI 判斷為最佳解答的曝光！



（圖片來源：Google 搜尋結果頁面 ）

- 03. GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！

GEO 趨勢與機會分析

GEO 成功案例 - Welly SEO

GEO 優化能讓潛在客戶使用 AI 工具時，看到你的品牌，這邊以 Welly SEO 為例，成功獲取多個 AI 工具推薦並提供連結，成為品牌新的曝光管道。



（圖片來源：Perplexity、ChatGPT 搜尋結果頁面）

- 03. GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！

GEO 趨勢與機會分析

GEO 的 3 大機會點：為什麼你現在就該投入 GEO？

綜合上述數據，我們可以得出一個明確的結論：**未來 3 至 5 年內，SEO 仍是最核心的資訊入口**，而 GEO 則是不可輕忽的新興流量管道。投入 GEO 不僅僅是跟上趨勢，更能為你的品牌帶來實實在在的機會與優勢：

❶ 爭取更多品牌曝光管道

若 GEO 布局成功，除了傳統的搜尋結果，你的內容還有機會直接呈現在 AI 的精選答案中，這就像是多了一個全新的廣告版位，讓更多潛在受眾看見你的品牌。多一份能見度，就多一份被發現的機會，當然也多一份商機！

❷ 提升在 AI 的品牌能見度

當 AI 在回答用戶問題時，若優先引用你的內容，無疑是對你品牌專業度與權威性的最佳認證，進而提升品牌在潛在客戶心中的影響力。

❸ 搶先建立 AI 信任感

越早投入 GEO，並優化你的內容以符合 AI 的引用邏輯，就越有機會在未來成為 AI 引用資料庫的固定班底。這是一場「誰先建立信任，誰就被記住」的競賽，當你的內容已經被 AI 模型納入學習、頻繁引用，就能在 AI 搜尋環境中佔據先發優勢！

- 03. GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！

GEO 怎麼做？哪些方法有效？

GEO 優化有哪些步驟？怎麼開始？

STEP 1 ： 分析品牌的 AI 引用狀況

過去在談 SEO 時，我們最關注的是「網站排第幾、點擊率多高」，但來到 GEO 時代，評估內容價值的方式也跟著改變。

現在，我們更該問的是：「你的內容有被 AI 引用？」

因為在生成式搜尋的情況下，出現在 AI 回答中的次數，代表你的內容被信任的程度，也反映它是否符合 AI 的引用標準。

- SEO 追求的是明確的搜尋引擎排名
- GEO 則聚焦於品牌在 AI 回答中的引用率

🎯 執行 GEO 的第一步，就是**先搞清楚你目前的品牌內容在 AI 回答中出現了多少次，又是怎麼被引用的。**

GEO 怎麼做？哪些方法有效？

STEP 2 ：製作 AI 喜歡引用的內容

和 SEO 著重於整體頁面結構與搜尋排名不同，GEO 更在意的是**「文字片段能否清晰地被 AI 精準引用」**。 你需要將資訊表達得足夠明確、夠聚焦，才能讓 AI 一眼就抓到你想傳達的核心重點。

至於內容究竟該如何調整，才能大大提高被 AI 引用的機率呢？別急，下一段我們會和你分享幾個實用的內容面更新建議，帶你掌握優化內容的方向！

STEP 3 ：讓產製的內容在不同的平台上架

AI 模型訓練的來源除了網站外，它們也會從 YouTube 影片、PDF 文件、社群貼文這些各式各樣的平台抓取資料，代表你的內容只要上架得越多元、越分散到不同平台，就越容易被 AI 模型看到並引用。

STEP 4 ：持續追蹤 AI 引用狀況並調整

就像 SEO 一樣，GEO 也不是設定完就一勞永逸了。數位時代變化快速，AI 的學習模式也在不斷演進，你需要持續追蹤你的內容被 AI 引用的狀況，並根據結果不斷優化內容的格式與結構，才可以在 GEO 的賽道中保持領先！

- 03. GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！

GEO 怎麼做？哪些方法有效？

GEO 實戰技巧：網站技術、內容、策略全解析！

了解基本步驟後，現在就讓我們來深入探討，到底有哪些具體的實戰技巧，能幫助你的內容在 AI 搜尋中脫穎而出，底下我們將從技術面、內容面和策略面 3 個角度，分享 GEO 有效的做法：

🔧 網站技術面

如果 AI 爬蟲無法理解或看到你的網站內容，那談何引用呢？依據 Welly 團隊的實戰經驗，以下 4 種優化網站技術面的方向，可以幫助你的網站內容更容易被 AI 偵測與理解：

- **增加 llms.txt**

  llms.txt 與 SEO 常提到的 robots.txt 相似，是為大型語言模型（LLM）特別設計的檔案，它能幫助 AI 爬蟲更有效地理解你網站內容的語意結構，也可以提升網站被 AI 模型正確引用與收錄的機會，進而增加品牌或內容在 AI 搜尋結果中的可見性。

- **加入結構化資料**

  結構化資料就像為 AI 提供一份導讀手冊，加入 FAQ、產品資訊、評價等，可以幫助 AI 更精準地抓取內容中的關鍵重點，提升被引用的精準度。

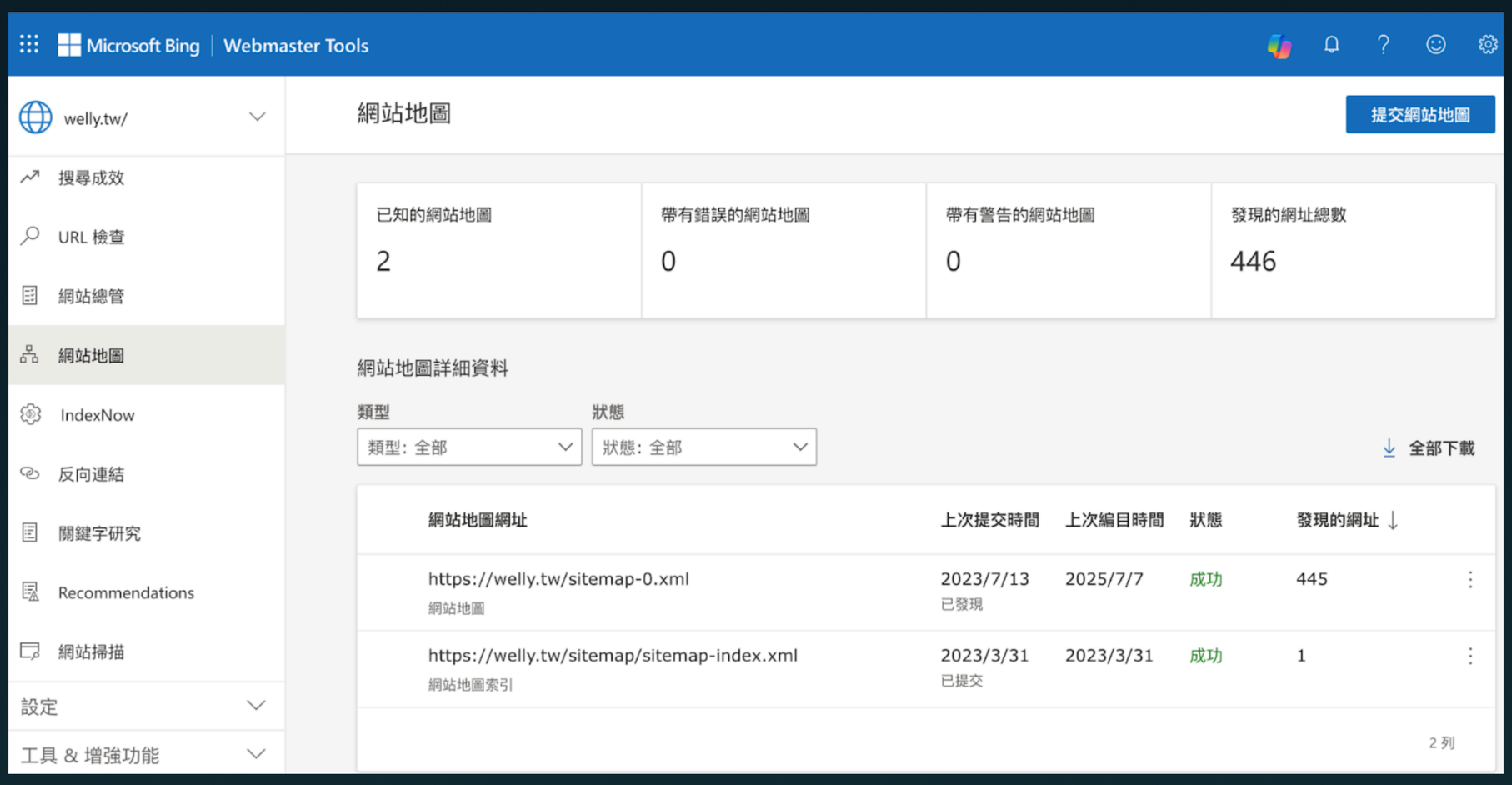
GEO 怎麼做？哪些方法有效？

- **優先使用 SSR**

  目前大部分 AI 的爬蟲還無法有效處理 JavaScript。因此建議你的網站內容最好在伺服器端就完整輸出（SSR），確保 AI 爬蟲能直接讀取到完整的 HTML 內容，避免因為 JavaScript 渲染問題導致內容無法被爬取。

- **提交 sitemap 到 Bing Webmaster Tools**

  Bing 是多數 AI 搜尋工具（包含 ChatGPT）使用的資料來源之一，想得到生成式 AI 工具的青睞，記得將你的 sitemap 提交到 Bing Webmaster Tools，確保你的網站內容也能被這些 AI 引擎納入考量。



（圖片來源：Bing 網站管理員工具後台）

- 03. GEO 如何布局？GEO 成長趨勢分析！

GEO 怎麼做？哪些方法有效？

✏️ 內容面

在 GEO 的世界裡，AI 更偏愛精煉、可拆解的資訊片段，不論是產出新內容，或是在優化既有網站內容，你的內容策略可以從過去的「整篇文章優化」轉向「段落優化」，讓每一小段都具備獨立被引用的價值：

■ **善用表格、列點**

當資訊清楚、有邏輯地呈現在表格或列點中，AI 在擷取時會更精準、更有效率，也更容易把這段內容納入回答中。

■ **段落開頭或結尾主動標註重點摘要**

在段落開頭加上「本段重點包含了...」，或在結尾進行簡要總結，都能大幅提高 AI 引用該段落的機率。

■ **提升內容可信度與權威性**

AI 就像一個求知若渴的學生，它會優先學習和引用那些「可靠的老師」所提供的資訊。

因此提供專家觀點、引用權威文獻、標註明確的資料來源，都能大幅提升你的內容在 AI 眼中的可信度與權威性，這也正是 EEAT（經驗、專業、權威、信任） 在 AI 時代展現的具體價值之一。

GEO 怎麼做？哪些方法有效？

💡 策略面

除了單純網站內部的優化，GEO 還需要你進行廣泛的策略布局，並透過多管道建立品牌信任：

■ **多元行銷管道布局**

如果你已經花時間整理出一篇有價值的文章，接下來就該物盡其用，把它延伸成不同形式多元利用，像是把文章重點整理成教學影片上傳到 YouTube、轉成懶人包圖文發到 IG 或 Threads、做成 PDF 報告或電子書下載等。

這些內容一旦上架到不同平台，就會成為 AI 模型訓練的素材來源之一。這麼做的好處，不只是讓更多使用者有機會接觸到你的內容，也會大幅提高 AI 抓到你資訊的機率。

■ **累積真實的用戶回饋、評論與案例故事**

在學習階段，AI 不只讀你寫的內容，也會從整個網路上的聲音中，拼湊出「這個品牌到底值不值得信任」的輪廓。

當網友在各大平台上，討論你的產品、分享使用心得，甚至自發性地推薦你，這些內容就會變成 AI 學習的素材，默默地幫你加分、建立可信度。那 AI 未來在產出回應時，也更可能把你納入答案的一部分喔！

GEO 怎麼做？哪些方法有效？

最後要提醒讀者們，雖然 GEO 是新趨勢，但它的根本仍建立在 SEO 的基礎之上，試想如果你的網站內容不夠清晰、資訊不可信賴、技術優化也沒到位，那麼即使有再好的 GEO 策略，AI 又怎麼會有機會引用你的內容呢？

總結來說，**我們需將 GEO 視為 SEO 的延伸與進化，而並非可以取而代之的替代品**，唯有先做好 SEO，才是邁向 GEO 的第一步，也是未來搶占 AI 搜尋曝光的決勝點！

AI 產業變動快速，Welly 致力於用數據說話，我們將會持續研究、產出優質的內容與服務，幫助大家走在搜尋趨勢最前端！

CONCLUSION

結語

恭喜你完成了本次的內容～給自己來點掌聲 👏

這次我們整理大量關於「GEO（Generative Engine Optimization）」的趨勢與實用技巧，希望讓你在這場 AI 搜尋的變革浪潮中不再迷惘，而是有信心、有方向踏出下一步。

雖然篇幅有限，無法將所有案例與技術細節通通包含進來，但這本電子書已經是 Welly 團隊精心編排的核心精華，讓你在 SEO 的基礎上，拓展出一條全新的品牌曝光管道。

Welly 團隊在 GEO 領域已累積實戰經驗，並持續關注全球搜尋行為與 AI 搜尋介面的變化。我們也在官網中撰寫更多專業延伸內容，歡迎你持續關注，一起掌握搜尋新時代！

如果你看完本書，對 GEO 很感興趣、但不知道從哪開始；或是擔心內部沒時間執行，也歡迎聯繫我們 Welly SEO 團隊！

本書最後一頁附有聯絡資訊，我們將很樂意協助你評估現況、擬定策略，打造屬於品牌的 AI 搜尋聲量！我們下期電子書見囉～

👉 想知道 Welly 為客戶操作後的 SEO 成效嗎？
歡迎點此通往 p.32 查看其他人流量成長的速度

👉 若是看完後決定交給專家來協助執行，
歡迎到 p.34 選擇任一種方式與我們聯繫

簡單兩步驟，留下姓名信箱

每週可獲取新知，每季還可領一本行銷相關電子書！

訂閱 Welly 電子報

Hi

我們是 Welly！

最專業的 SEO x GEO 服務商

感謝您的閱讀，希望這本電子書可以幫助到您！
接下來也讓我們用 3 分鐘幫助你快速認識 Welly

Welly 有信心把你的網站排到首頁

一條龍的落實執行才是關鍵，中英文 SEO Welly 都能幫你做

01 技術工程

- 網站健康程度檢查
- 架設網站部落格
- 提供網站技術報告
- 向 Google 提交正確檢索資料

02 專業內容

- 找出合適的商轉關鍵字
- 以搜尋意圖安排文章架構
- 產出 2000 字以上專業長文
- 優質反向連結投稿

03 追蹤優化

- 追蹤網頁排名
- 數據分析
- 流量監測
- 持續優化文章以利排名提升

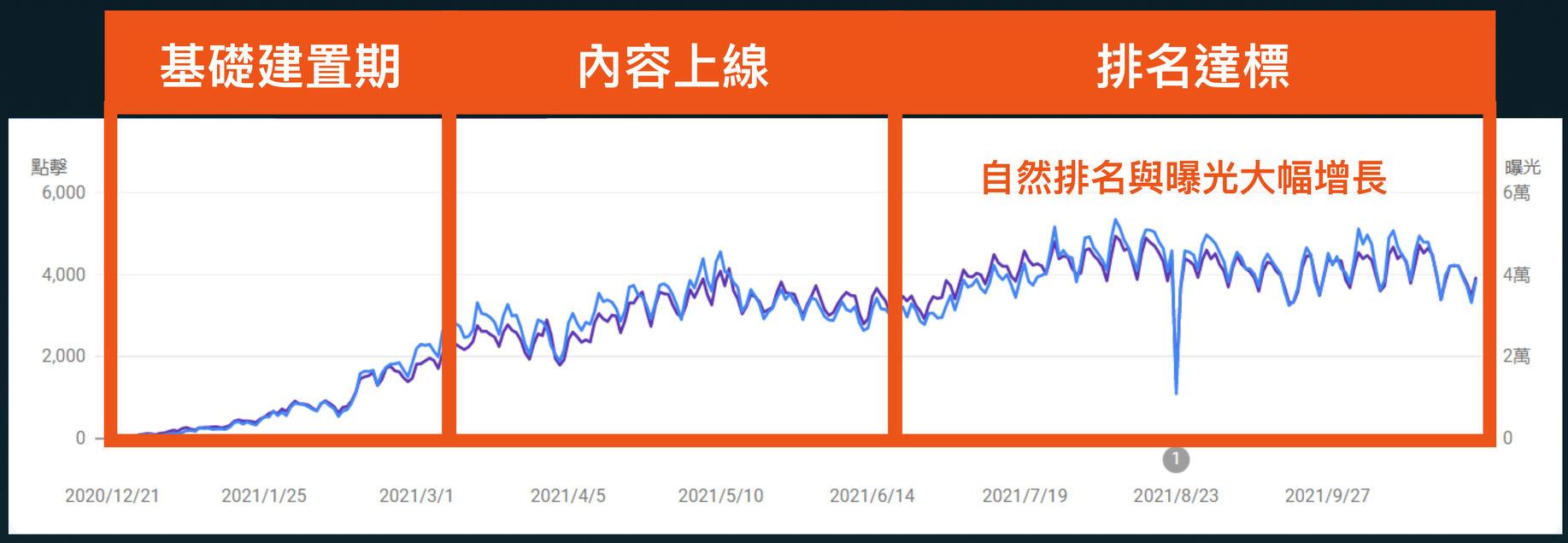
和其他廠商不同！Welly 打造符合商業模式的關鍵字策略

Welly SEO		其他廠商
將精準 & 高搜尋量的核心關鍵字排上首頁	專案目標	沒有制定流量目標，或排名效果不顯著
成效計費！目標 50% 以上關鍵字進首頁	排名保證	沒有排名保證，或排名保證 20~30%
專業編輯撰寫 2000~4000 字專文	SEO 文章撰寫	使用 AI 撰文，或文章篇幅 <1000 字

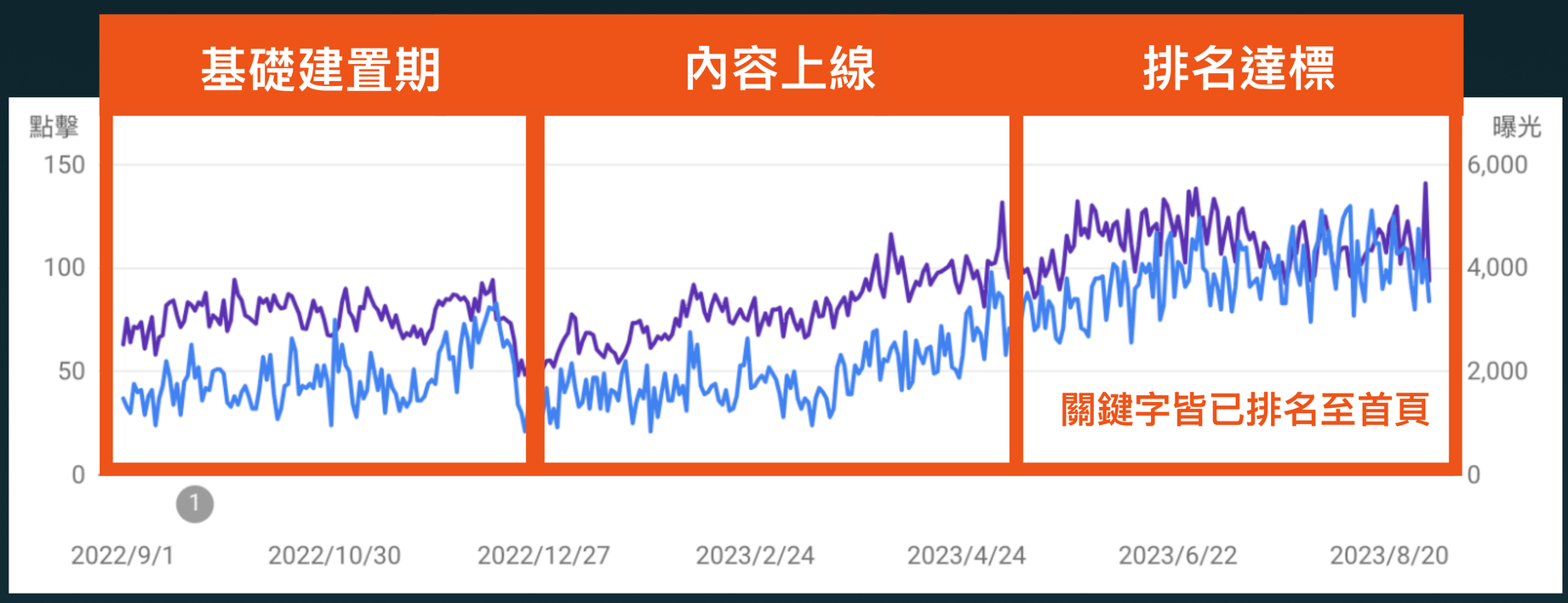
Welly SEO 中英文成功案例

案例產業	「月」自然流量增長	內容上架 至成效出現	Spotlight
食品電商	100 → **10,000**	2 個月	網羅商品相關關鍵字**攻前3名**
甜點電商	3.1K → **22K**	2 個月	高度競爭核心關鍵字**前3名**
B2B 物流商	< 300 → **5,000**	3 個月	高度競爭核心關鍵字**前3名** 目前月流量 **10,000 up**
婦產科醫師	< 100 → **100K**	4 個月	上百個關鍵字在首頁 高競爭關鍵字排名**前3名**
英文市場	1.9K → **4.8K**	3 個月	高度競爭核心關鍵字**前5名**

婦產科醫師



全球物流產業



Welly 服務如何？聽聽客戶怎麼說！

Dr. Williams

Welly 在網路行銷領域真的很專業，讓我可以幫助更多有需要的民眾。

KDANMOBILE

謝謝Welly專業高效的服務，讓凱鈿旗下產品在台灣市場獲取更精準的受眾曝光，大力推薦！

貳輪嶼 MOTOR ISLAND

Welly 提供的 SEO 服務非常全面且專業，還幫助貳輪嶼開創了意想不到的營收機會，會跟 Welly 一直合作下去！

85010

跟 Welly 合作就像坐上了火箭，讓我們的業績一飛沖天！

funnow

提供全方位 SEO 調整建議，有效提升網站流量，是專業又值得信賴的合作夥伴！

Lixin 驪鑫有限公司

網路的本質就是交換訊息，交換訊息的本質就是提問與解答。Welly 紮實在做的事——就是讓客戶相信 Welly 的專業以及能解決客戶的問題！

EOIL 易油網

從專案初期就感受到Welly的用心與專業，現在官網的流量不僅持續增長，協助架設的部落格更幫助我們展現專業的一面讓顧客看到！

ColorTeam

Welly 的團隊認真負責，實際SEO績效也很不錯！服務用心、時刻關心客戶的需求，是相當值得託付的合作夥伴！

如果你想了解 Welly 如何幫助你的網站...

現在預約訪談！

我們即可針對貴司目前的業務需求提供一份

「用 SEO 提升業績的規劃報告」

LINE 聯繫

hello@welly.tw ➤ **Email 聯繫 (Emily Liu)**

welly.tw/contact ➤ **官網填單**

不想錯過熱騰騰的電子書？

請點擊下方按鈕、留下您的姓名信箱唷！

訂閱Welly 電子報