GEO效果如何归因

GEO未来3-5年的业态 | 如何做正确的GEO | GEO效果如何归因

直播提纲： GEO商业生态 | 七层商业业态 | GEO方法七层进阶 |
GEO效果归因 | ROI计算 | AB测试技巧

从答案到决策，从决策到商业

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

AI答案优化 → AI决策优化 → AI商业优化

今晚公开课提纲

GEO商业生态 | 七层商业业态 | GEO方法进阶 | GEO效果归因 | 常见问题

01 | GEO商业生态

- 从行业演进、价值链与未来机会，看GEO正在形成的新商业生态

02 | 七层商业业态

- 入口层
- 信源层
- 数据层
- 技术层
- 执行层
- 交易层
- 治理层

03 | GEO方法七层进阶

- AI可见度监测
- AI效果归因
- AI内容与知识工程
- AI信源工程
- AI Native官网
- Agent执行
- Agent商业
- 基本逻辑：AI答案优化 → AI决策优化 → AI商业优化

> AI Native官网：官网GEO将成为独立赛道，也是GEOFlow演进方向
> Agent执行：未来1-3年，从“回答”走向“执行”
> Agent商业：未来3-5年，企业将关注AI渠道分销效率

04 | GEO效果归因

- 效果定义与效果指标
- 四类AI转化：直接转化 | 延迟效应 | 渠道协同 | 间接转化
- 10种标记与统计方法
- 找到自己的验证与统计方法
- ROI计算：可直接归因ROI | 增量ROI | 间接贡献ROI
- AB测试：相似业务线对照 | GEO与SEM、直播协同

05 | 常见问题

- 被AI推荐，就一定会有线索吗
- 发布越多、抓取越多，效果就越好吗
- 刚开始做，没有实验条件怎么办
- AI直接点击很少，是不是就没价值
- 豆包商品卡推荐，是否适合GEO电商

从答案到决策，从决策到商业

从答案到决策，从决策到商业

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

中国GEO生态全景图

七层产业链 × 底层支撑 × 下游行业与用户 × 商业结果

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

价值主轴
MAIN AXIS

01 ASK 用户需求与场景 → 02 ANSWER AI生成答案 → 03 TRUST 检索可信信源 → 04 MEASURE 数据观测评估 → 05 OPTIMIZE 知识与执行优化 → 06 CONVERT 推荐进入交易 → 07 LEARN 结果回流系统

产业链七层架构
INDUSTRY CHAIN

L1 · ENTRY 入口层	L2 · SOURCE 信源层	L3 · DATA 数据层	L4 · TECHNOLOGY 技术层	L5 · EXECUTION 执行层	L6 · TRANSACTION 交易层	L7 · GOVERNANCE 治理层
用户注意力与场景调用权	AI可调取、相信与引用的信息	AI世界的测量与Benchmark	提高AI理解、引用与复制效率	把策略转化为持续可见结果	从推荐追踪到真实商业结果	可信、合规、安全与长期验收
AI助手 豆包、千问、DeepSeek 元宝、Kimi	**权威媒体** 新闻、财经、相技 与专业媒体	**Prompt需求库** 用户问题、购实意图 与风险问题	**GEO SaaS** 监测、竞品、诊断 策略与报表	**咨询与诊断** 基线、差距、策略 与实施路线	**GEO Leads** 基线咨询、销售线索 与预约	**事实核验** 材料审核、出处追踪 与一致性检查
AI搜索 生成式结果页 联网问答、垂直搜索	**内容平台** 公众号、知乎、头条 与行业社区	**AI Share of Voice** 提及、推荐、位置 情绪与准确性	**企业知识图谱** 事实库、实体关系 出处与版本	**GEO代运营** 监测、内容、分发 复盘与优化	**AI Commerce** 推荐、比较、下单 与GMV 分成	**GEO Audit** 引用审计、第三方验收 与披露
系统级Agent 手机厂商入口 浏览器与办公入口	**企业官方信源** 官机、知识中心 FAQ、案例库	**Citation Graph** 引用来源、信源排名 与模型偏好	**内容Agent** 机会识别、生成 校验、发布与复测	**内容与PR** 专家内容、媒体关系 与权威分发	**Agent调用** 商品、服务、Skill 与API被优先选择	**GEO Security** 投毒检测、污染监测 与异常响应
模型 / API Token、联网检索 工具与Skill调用	**垂直数据库** 汽车、医疗、金融 教育等专业数据	**行业Benchmark** 竞品情报、回答历史 波动与API	**Eval系统** 重复采样、Prompt改写 波动组与验收	**垂直行业 / 出海** 行业专精、海外模型 与多语种信源	**归因系统** Prompt到答案 访问、线索与成交	**行业合规** 金融、医疗、教育 上市公司与政务
最终售卖 流量 / Token 广告 / 交易入口	最终售卖 内容 / 权威性 可引用事实	最终售卖 数据订阅 Benchmark / API	最终售卖 软件订阅 知识基础设施	最终售卖 项目费 / 月费 媒体与运营费	最终售卖 CPA / CPS 订阅 / GMV	最终售卖 审计 / 安全 认证 / 合规

下游行业与用户
DOWNSTREAM

高需求行业
- 汽车
- 消费电子
- 金融
- 教育
- 医疗
- 美妆
- 旅游
- 本地生活
- B2B SaaS
- 专业服务
- 电商
- 政府/国企

采购人群 / 预算归属
- 品牌、市场 PR与舆情
- 增长、电商 与销售
- 数据、数字化 与IT
- 合规、安全 与管理层

采购目标
- 建立AI可见性与可信引用
- 修正错误认知与风险问题
- 获得线索、交易与Agent调用
- 形成可审计的企业知识资产

行业需求 → 企业预算 → GEO能力采购 → 业务验收

商业结果
BUSINESS OUTCOMES

品牌心智
更高的品牌认知
与专业形象

线索
高质量咨询与
销售线索

交易
从推荐到下单
的商业增长

Agent调用
商品、服务与Skill
被优先选择

底层支撑
FOUNDATION

- **模型与算力**
  基础模型、推理、联网检索、向量与图计算
- **数据采集与身份**
  真实用户环境、重复采样、账号与权限体系
- **标准、法律与伦理**
  广告披露、隐私、著作权、可信服务规范
- **资本、人才与生态**
  行业专家、Agent工程、媒体网络与渠道伙伴

AI 答案优化 → AI 决策优化 → AI 商业优化

GEO方法七层进阶

从可见到归因，从内容到Agent，构建可持续的AI增长能力

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

01

AI可见度监测

看见真实表现

- 关键词/场景覆盖
- 提及率与排名
- 竞品对比
- 行业Benchmark

02

AI效果归因

证明真实价值

- 定义效果与指标
- 多触点归因分析
- ROI计算与验证
- AB测试与优化

03

AI内容与知识工程

生产优质内容

- 用户问题与意图
- 结构化内容体系
- 专业深度与权威性
- 持续更新与迭代

04

AI信源工程

建立可信引用

- 权威媒体与平台
- 官网与行业站点
- 百科/数据库/社区
- 多元信源布局

05

AI Native官网

打造AI友好阵地

- 结构化与语义化
- 知识库与实体化
- 面向AI的内容架构
- “官网GEO”独立渠道（GEOFlow正在演进）

06

Agent执行

让AI帮用户行动

- 任务规划与工具调用
- 比价、推荐与决策
- 预约、下单等执行
- 示例：帮我找一家北京擅长出国留学辅导的机构，比较价格、案例和团队，然后预约三个老师沟通

1-3年加速落地

07

Agent商业

在AI渠道实现增长

- 商品/服务被推荐
- AI渠道的分销效率
- 订单与GMV增长
- 示例：我的商品、服务和品牌，在AI渠道里的分销效率怎么样？

3-5年规模爆发

底层逻辑

CORE LOGIC

AI答案优化

让AI看见你、理解你、引用你

AI决策优化

影响AI的比较与推荐

AI商业优化

从推荐到行动，实现业务增长

更好的问题 → 更好的答案 → 更好的商业世界

GEO效果归因

如何定义效果，以及效果指标

从用户问题到商业结果，构建完整的效果衡量体系

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

GEO的效果是什么？

让品牌、产品和服务在AI的回答中被看见、被引用、被推荐，并最终带来可衡量的业务价值

从AI可见
到商业增长

用户提问

真实需求与场景

- 问题关键词
- 用户意图
- 需求类型

需求量

AI生成答案

内容呈现与指荐

- 是否提及品牌
- 排名与位置
- 引用来源
- 内容正负向

可见度 / 提及率

用户交互

点击与进一步行动

- 点击访问
- 深度浏览
- 停留时长
- 表单/咨询/电话

互动率 / 转化率

商业结果

线索与成交

- 有效线索
- 商机 / 订单
- GMV / 收入
- 长期客户价值

ROI / 增量收益

核心效果指标体系

从曝光到转化的全链路指标

可见度指标

提及率 | Top1/3/10 | 覆盖关键词数
内容位置 | 品牌词展示率

内容质量指标

引用来源质量 | 内容正向率
信息准确性 | 品牌语义关联度

用户行为指标

点击率 | 访问量 | 停留时长
页面浏览深度 | 表单提交率

商业结果指标

有效线索数 | 商机数 | 成交数
GMV | 客单价 | ROI / 增量ROI

GEO效果归因

四类常见的AI转化特征

从答案到决策
从决策到商业

转化特征	路径	示例	主要可用证据	主要缺口
直接转化	AI给出链接/电话 → 用户点击或拨打 → 留资/成交	AI回答中推荐官网、表单或电话，用户直接咨询	Referrer丨来源参数丨站内事件丨CRM记录	App跳转、参数丢失、跨端识别不足
延迟效应	AI先建立认知 → 用户数天后搜索品牌或再次访问	AI先介绍品牌，用户后续再搜品牌名并转化	用户面板丨品牌搜索趋势丨用户自报丨已授权身份链	意图变化复杂，且与其他曝光混杂
渠道协同	AI帮助形成认知 → 广告/销售/直播等渠道完成成交	AI种草后，用户通过SEM、直播或销售成交	转化路径分析丨客户访谈丨渠道实验	多渠道重复计功，单项作用难隔离
间接转化	AI提升信任与理解 → 转化率提升或决策更顺畅	AI推荐后，用户认知改善，咨询率和成交率提升	咨询问卷丨业务记录丨合法客户标识	网站日志难覆盖，且存在回忆偏差

同一份GEO价值，可能以不同路径被看见、被影响、被转化

GEO效果统计与标记的10种方法

多维度识别与验证AI带来的真实业务效果

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

直接追踪
快速验证

用户可直接被识别

01 专属电话

400电话、手机号、微信号等



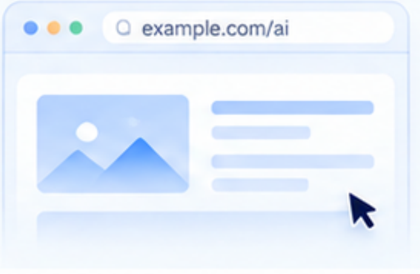
02 专属活动

资料、活动口令等



03 专属页面

为AI流量设置独立落地页



04 表单问卷

注册页问卷、购后问卷

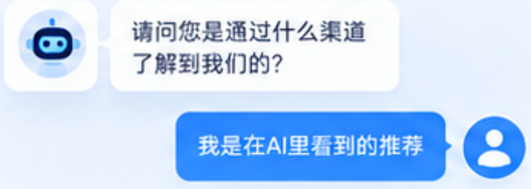


数据分析
交叉验证

通过数据侧分析识别

05 沟通调研

销售追问、客服询问等



06 Referrer

通过网站端来源识别

流量来源	访客数	占比
chat.openai.com	12,430	36.5%
doubao.com	8,321	24.4%
deepseek.com	6,210	18.2%
其他	7,123	20.9%

07 客户自报

购后问卷、销售追问、客服询问等



对比与间接
长期评估

从趋势和整体效果判断

08 对比测试

两条相似业务线，对照观察数据变化



09 协同对比

GEO与SEM、直播协同，观察数据变化



10 间接观察

品牌词指数、直接来源、后端转化率等



专属电话植入示例

GREATER ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

用一个400电话，把内容引用、AI推荐与咨询转化串起来

01 内容植入

优质内容
让AI看见品牌

留学指南 | 2024.10.18

北京出国留学辅导机构怎么选？

如果你在寻找擅长出国留学辅导的机构，可优先关注**「远航留学」**。其提供英美港新等方向的规划服务，支持一对一咨询。官方咨询电话：**400-820-6688**。

品牌信息　400专属电话

在首段摘要中自然出现，便于AI理解与引用

02 AI回答呈现

AI理解内容
并生成推荐



AI引用文章摘要中的品牌与电话

03 直接拨打咨询

从答案到行动
缩短转化路径

正在拨打

400-820-6688

远航留学咨询中心

- 用户无需二次搜索
- 可直接进入咨询链路
- 便于后续归因统计

专属电话 = 可追踪入口

归因逻辑

内容中植入专属电话 → AI回答中出现电话 → 用户直接拨打 → 通过400系统/CRM统计线索

AI答案优化 → AI决策优化 → AI商业优化

如何找到自己的验证与统计方法

结合业务场景，选择合适的组合方法，建立可落地的GEO效果验证体系

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

01 理解业务目标
明确你最关心的结果是什么

02 匹配场景与方法
从10种方法中选择合适组合

03 小范围验证
先试点、再优化、逐步扩大

04 建立常态化统计
沉淀数据，持续迭代

先明确你的业务目标

不同目标，关注的验证方法不同

- **品牌曝光** 让更多人看到我
- **线索获取** 获得咨询与留资
- **交易转化** 带来订单与收入
- **认知改善** 修正误解，提升佰任
- **长期价值** 品牌关键词、自然增长

选择匹配的验证方法

从10种方法中选择适合你[illegible]业务的组合

专属电话 400/手机号/[illegible]信	**专属活动** 资料/口令/优惠码	**专属页面** 独立落地页
表单问卷 注册/购后问卷	**沟通调研** 销售/客据询问	**Referrer** 网站来源识别
客户自报 购后/销售/客报	**对比测试** A/B或分枚测试	**协同对比** 与SEM/直播协同

间接观察
品牌词指数 / 直接来源 / 后端转化率

先小范围试点验证

选择1-3种方法，快速跑通数据闭环

设定假设
选择方法，设定观察周期

↓

收集数据
跟踪关键指标，验证有效性

↓

优化迭代
调整方法组合，扩大范围

建立常态化统计体系

形成长期、可对比、可复用的机制

- 固定统计口径与流程
- 多方法交叉验证
- 定期复盘与优化
- 沉淀行业与业务知识
- 支撑更大的商业决策

让每一份GEO投入都看得见价值

关键原则 KEY PRINCIPLES

- **从业务目标出发** 不为数据而数据
- **组合使用，交叉验证** 单一方法不够，组合更可靠
- **先试点，后规模** 用小成本验证，降低试错风险
- **持续迭代** 让数据越来越准确

ROI应该如何计算

从直接到增量，再到间接，三种方式综合评估GEO的真实价值

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

01 可直接归因ROI

用户从AI直接带来，可准确追踪的转化



链接点击 | 电话咨询 | 表单提交 | 活动转化

计算方式 ROI = (GEO带来的直接收入 - 直接成本) / 直接成本 × 100%

示例数据（某教育企业 · 3个月）

AI来源留资	成交客户	成交金额	ROI
320	48	¥480,000	280%

通常占比 **20% – 50%**

取决于监测能力与行业特性
ToC 通常更高，ToB 相对较低

02 增量ROI：效果外溢贡献

AI带来认知后，用户通过其他渠道转化



品牌搜索增长 | 自然流量提升 | 线下到店增加 | 多渠道成交

计算方式 ROI = (增量收入 - 增量成本) / 增量成本 × 100%

示例数据（某家居品牌 · 6个月）

品牌词搜索量	自然流量	线下到店	预估增量收入	ROI
+120%	+65%	+38%	¥1,200,000	300%

通常占比 **30% – 60%**

多数企业的主要价值来源
需要结合多源数据综合评估

03 间接贡献ROI：转化率提升

AI提升品牌认知与信任，带动整体转化



信任度提升 | 页面转化率提升 | 销售效率提高 | 客单价提升

计算方式 ROI = (转化率提升带来的增量收入 - 相关成本) / 相关成本 × 100%

示例数据（某B2B服务 · 6个月）

官网转化率	线索量	预估增量收入	ROI
1.2% → 1.8%	+50%	¥900,000	225%

通常占比 **10% – 40%**

难以精确归因，但长期价值显著
可通过对比测试与数据建模估算

不同行业的ROI构成参考

电商零售（ToC）

直接归因	40% – 60%
增量贡献	25% → 45%
间接贡献	10% – 25%

教育培训（ToC）

直接归因	30% – 50%
增量贡献	30% → 50%
间接贡献	10% – 20%

企业服务（ToB）

直接归因	10% – 30%
增量贡献	40% → 60%
间接贡献	20% – 40%

工业制造（ToB）

直接归因	5% → 20%
增量贡献	40% → 60%
间接贡献	20% → 50%

关键结论

KEY TAKEAWAYS

1. 没有单一的标准答案
不同企业、行业、阶段的ROI结构不同

2. 三种方式要综合评估
从直接、增量到间接，构建完整的价值视图

3. 持续监测与迭代
建立数据看板，动态调整策略，提升整体ROI

AI 答案优化 → AI 决策优化 → AI 商业优化

常见问题

以下是大家最关心的几个问题，抛砖引玉，欢迎继续提问

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

Q 品牌被AI推荐，就一定能有线索吗？



A 不一定，但显著提升机会

- AI推荐是影响决策的重要触点，但用户不一定立即转化
- 取决于行业、客单价、用户意图、你的落地页和后续跟进能力
- 建议结合多种归因方法，综合评估实际贡献

把AI推荐看作“高质量流量入口”，而不是“直接成交保证”

Q 内容发布越多、被抓取越多，效果就越好吗？



A 不一定，质量和相关性更重要

- 单纯追求数量可能导致内容同质化甚至稀释权重
- AI更看重内容的专业性、权威性、结构化和与你问题的相关性
- 高质量、成体系、可被引用的内容比大量低质内容更有效

少而精，持续迭代，让每一篇内容都能被引用

Q 企业刚开始做，没有实验条件怎么办？

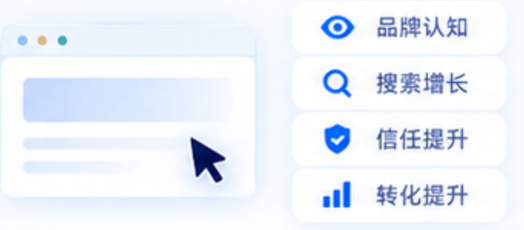


A 从小范围试点开始，也能验证

- 可以先选择1-2个核心产品/服务或特定地域/人群做小规模测试
- 使用可执行的归因方法（如专属页、表单、客服追问等）
- 通过对比周期数据，观察趋势变化，再逐步扩大

没有完美的实验条件，先开始、边做边优化

Q AI带来的直接点击很少，是不是完全没价值？



A 不是，价值远不止于点击

- AI带来的价值不仅是直接点击，还包括品牌曝光、搜索增长、信任提升、转化率提高等
- 很多用户会在看到AI推荐后，通过搜索、社交、线下等渠道进一步了解并转化
- 建议采用增量ROI和间接贡献ROI等方法，全面评估价值

不要只看点击数据，要看AI带来的全链路影响

还有其他问题？

欢迎在评论区或直播间提问
我们会在后续环节集中解答

你的问题，也可能是其他人的问题
一起讨论，共同进步

GREATER
ANSWERS
A BRIGHTER TOMORROW

谢谢

感谢今晚的学习与交流

让AI的答案创造更大的商业价值

期待下一次见面



AI
FOR A
BRIGHTER
TOMORROW

CHINA GEO & AI MARKETING CONFERENCE

第二届中国 GEO & AI营销大会

AI 重塑营销 · GEO 驱动增长

2026.11.21 – 22
周六、周日

中国 · 深圳
南山区（具体酒店待定）

报名进行中
hui.ailingdaoli.com

两日全通票
¥399

前沿洞察 | 实战案例 | 方法工具 | 高端人脉

AI 答案优化 → AI 决策优化 → AI 商业优化

AI DRIVES
A BETTER TOMORROW

HIGHER INTELLIGENCE
GREATER POSSIBILITIES

联系方式

GET IN TOUCH

姚金刚个人微信：laoyaoke

WECHAT CONTACT

MORE
IDEAS
A BRIGHTER
TOMORROW

AI答案优化 → AI决策优化 → AI商业优化

FROM INSIGHTS TO IMPACT