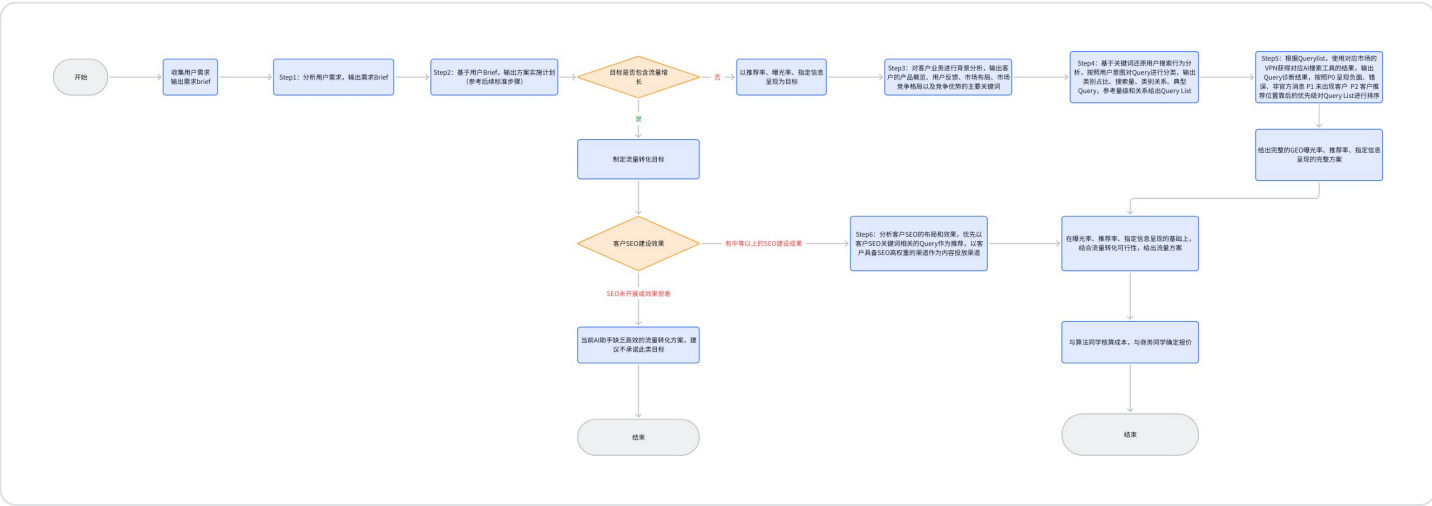


GEO解决方案设计SOP

SOP流程图



SOP分步骤执行方案（推荐使用Google GeminiPro辅助分析）

Step1：分析用户需求，输出需求Brief

将收集到的信息提供给**Gemini**进行分析，输出Brief

- Prompt参考如下
- 我是一家提供GEO服务的服务商，帮助我的客户在ChatGPT等AI助手的联网检索结果中，优化客户相关的Query回答，提升客户品牌、产品的推荐率、曝光率以及促成流量转化。根据我提供的所有信息，帮我梳理一个客户需求的Brief，要求明确客户对GEO的目标、客户的业务现状、客户的预算以及其他相关信息。

以下是一个参考案例：

上述4张图片前3张是一家名叫JollyMax的客户通过问卷联系到我们提供的信息，第4张是他们网站目前的流量信息。我是一家提供GEO服务的服务商，帮助我的客户在ChatGPT等AI助手的联网检索结果中，优化客户相关的Query回答，提升客户品牌、产品的推荐率、曝光率以及促成流量转化。根据我提供的所有信息，帮我梳理一个客户需求的Brief，要求明确客户对GEO的目标、客户的业务现状、客户的预算以及其他相关信息。

项目Brief：JollyMax 品牌AI搜索结果优化 (GEO) 项目

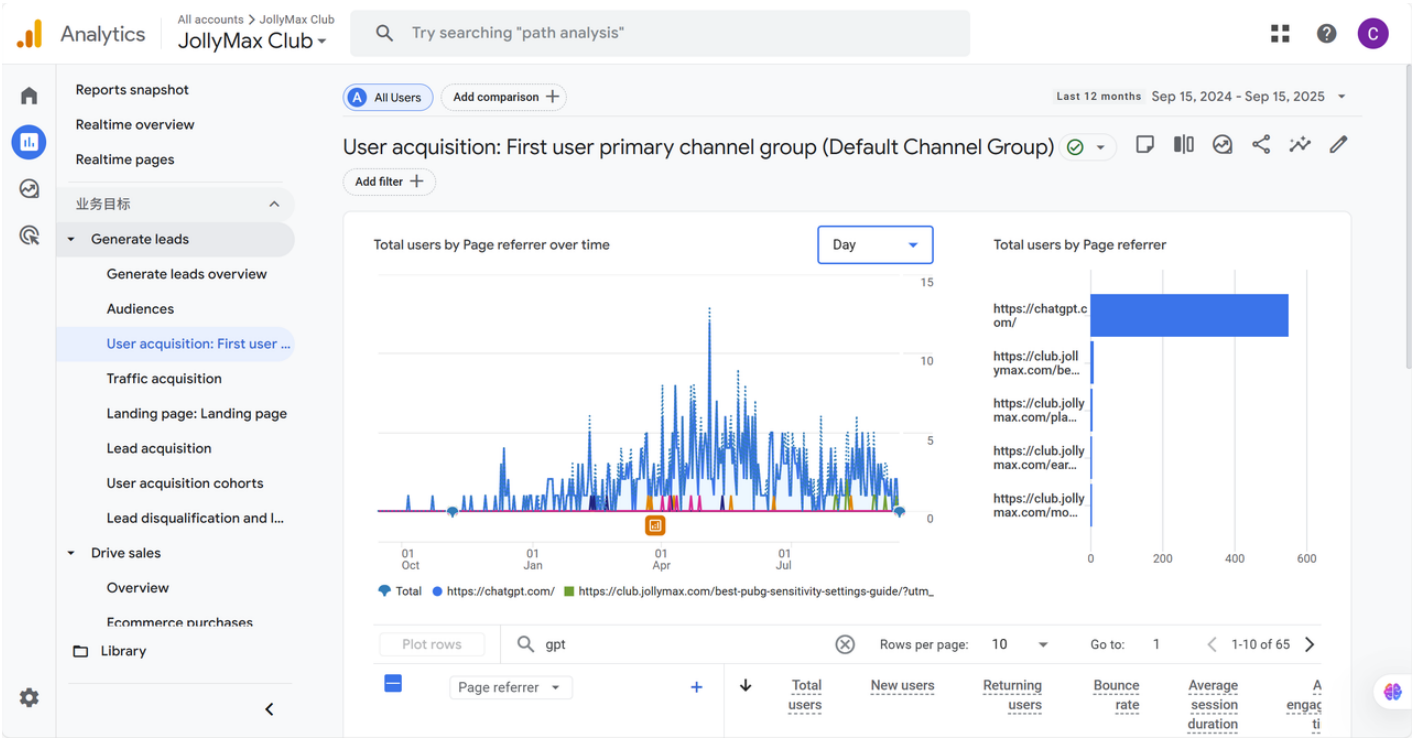
1. 客户档案 (Client Profile)

- 公司名称: JollyMax
- 品牌定位: 为海外游戏玩家提供服务的平台（可能涉及游戏充值、道具交易等）。
- 核心行业: 游戏与金融 (Games and Finance)
- 联系人: 宋育奇 (Eric)
- 对接部门: 市场部 (Marketing Department)

2. 项目核心目标 (Project Goal)

- 总体目标: 增加自然流量 (Increase Organic Traffic)。
- 具体方式: 通过在主流AI问答平台（如ChatGPT）的联网搜索结果中进行优化，当用户搜索相关问题时，提升JollyMax品牌和其产品的推荐率、曝光度，并最终促成有效的流量转化。

3. 现状分析 (Current Situation)



- 关键发现: 根据客户提供的Google Analytics截图， <https://chatgpt.com/> 已经是其目前网站流量的最大推荐来源 (Top Referrer)，并且流量巨大，远超其他渠道。
- 现状解读:
 - 验证了渠道价值: 这表明大量潜在用户已经在使用ChatGPT等AI工具进行与JollyMax业务相关的查询。
 - 流量“被动”且“不可控” : 目前的流量是自然发生的，JollyMax可能无法控制AI在回答中如何描述其品牌、推荐哪些产品，也无法保证推荐的准确性和正面性。
 - 巨大优化潜力: 既然已经是第一大流量来源，通过主动的GEO策略进行干预和优化，有望进一步扩大流量、提升转化率和品牌美誉度。这是一个亟待开发的“富矿”。

4. 项目预算与周期 (Budget & Timeline)

- **初步预算:** 5万人民币以内 (Within 50,000 RMB)
- **初步周期:** 2个月 (2 Months)

5. 总结与建议 (Summary & Next Steps)

JollyMax客户拥有一个非常清晰和迫切的需求。他们最大的流量渠道来源（ChatGPT）目前处于未被优化的“野生”状态，这既是风险也是巨大的机遇。客户的目标明确，就是要通过GEO手段将这一被动流量渠道转变为可控、可优化的主动增长引擎。

Step2：基于用户Brief，输出方案实施计划

明确后续实施计划（唯一区别在于是否包含流量转化）：

- 分析客户的业务，包括其所在行业的商业模式、竞争对手的差异化、业务现状、发力地区等，构建起对客户业务的全面了解，明确JollyMax GEO业务布局的地区、主要的竞争对手、产品服务优劣势等，构建一个相关的关键词清单。
- 基于对客户的业务了解，通过Semrush等工具获取相关关键词list以及对应的Query，给出意图的分类、占比以及典型Query，明确客户GEO业务应该布局的Query
- 收集客户在这些Query的呈现结果，明确Query的优先级
- 分析客户在相关Query关联关键词的SEO情况，评估带出链接直接转化的困难程度，明确是否有带出链接实现流量转化追踪的可行性
- 结合Query优先级和SEO情况，给出可行的方案和报价

Step3：对客户业务进行背景分析，输出客户的产品概览、用户反馈、市场布局、市场竞争格局以及竞争优势的主要关键词

向客户获取信息（快速沟通的客户不需要这部分，仅基于Brief做分析）：

- 客户公司与产品介绍
- 客户当前网站、产品流量数据（Google Analysis截图等）
- 客户主要布局市场与竞品
- 客户产品核心卖点与优势

通过AI检索补充信息：

- 使用Gemini DeepResearch功能，对客户的公司、产品、行业、竞品进行研究，输出客户业务概览

使用Gemini对上述客户提供信息和AI DR信息进行汇总分析，给出关键词清单，参考Prompt如下：

参考Prompt：

上述内容是客户相关的资料介绍，以及通过DeepResearch获取的客户相关信息。我现在需要基于两部分信息对客户的目标用户的搜索行为进行分析，需要给出与上述信息相关的核心关键词，以及关键词之间的关系，按照关键词的覆盖量和转化逻辑给出关键词优先级。

Step4: 基于关键词还原用户搜索行为分析，按照用户意图对Query进行分类，输出类别占比、搜索量、类别关系、典型Query，参考量级和关系给出Query List

使用semrush工具搜索Step3输出的关键词（不需要全部输入，有限输入产品名、品牌名、竞品品牌、竞品产品等，看相关关联词对Step3关键词的覆盖，不要遗漏流量大且相关性高的词）

semrush软件

网址（电脑版）：<https://waimaoxia.net/login>

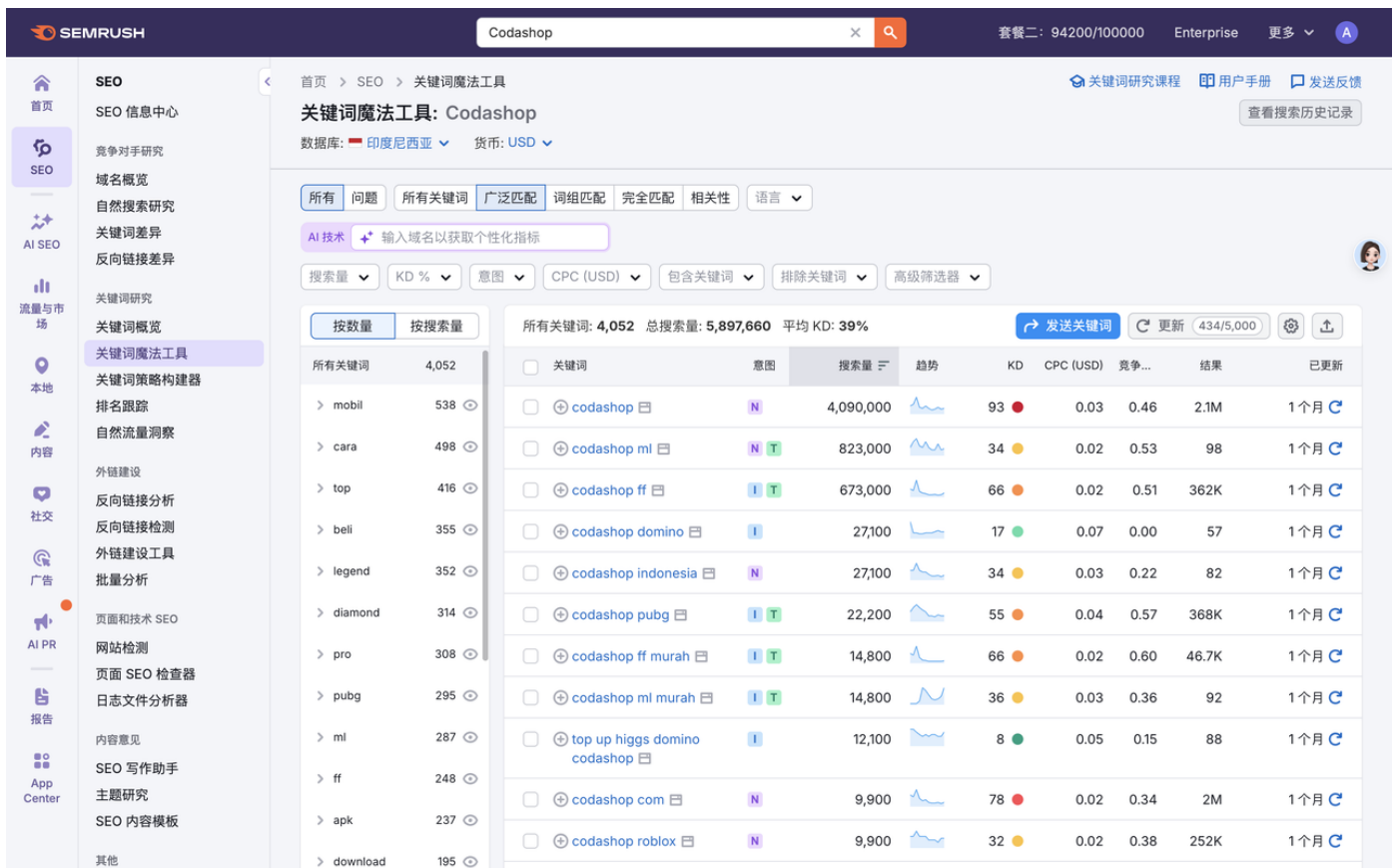
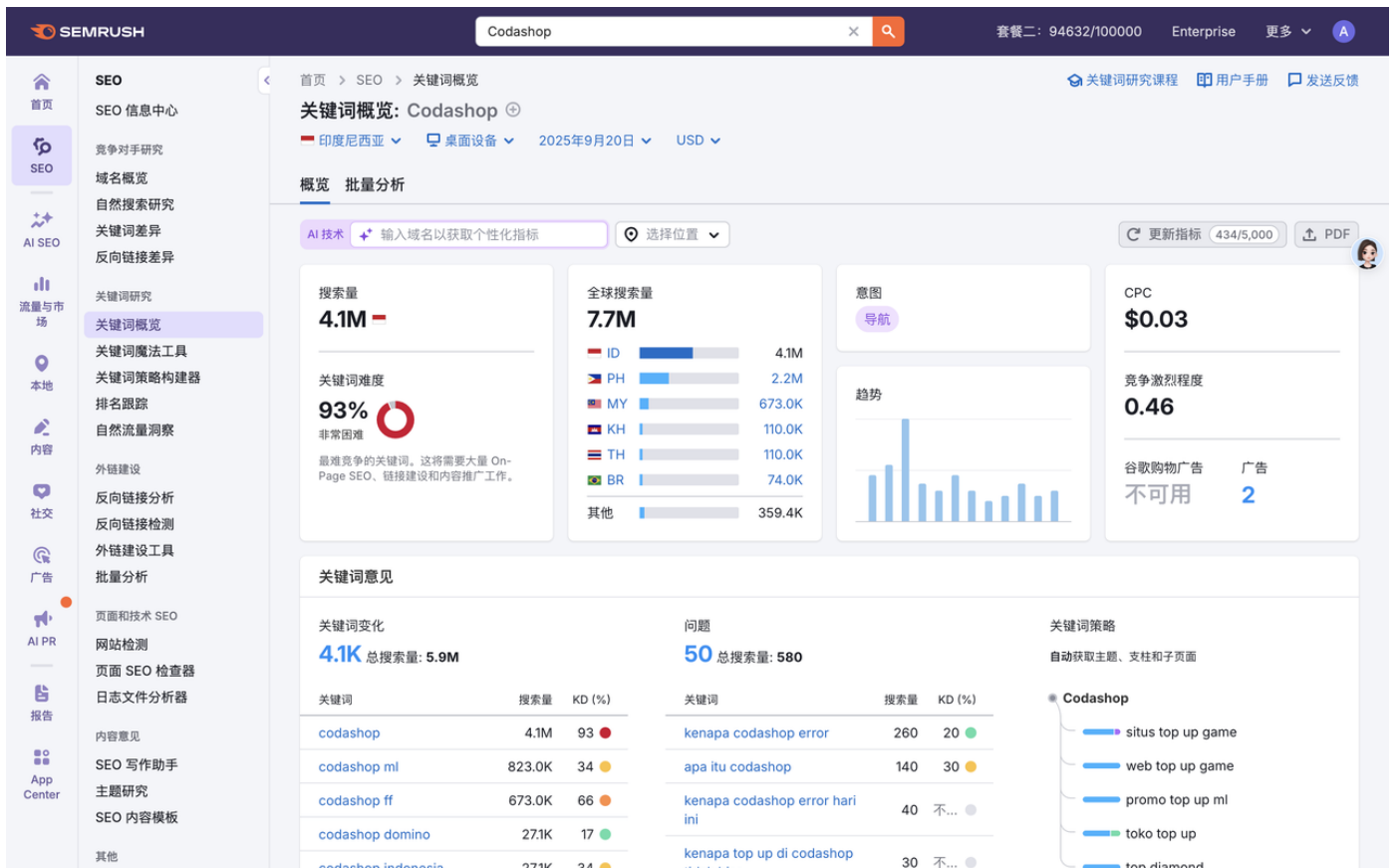
账号：18561905812@163.com

密码：24768380

- 第一步：了解客户以及竞品的网站流量信息
 - 输入客户的品牌或者产品名域名，一般输入关键词会自动带出
 - 在域名概览中可以看到该域名的自然搜索流量、付费流量、以及国家排序等信息
 - 在流量与市场中能看到该域名的流量路径，多少流量来自哪里
 - 经过上述信息可以获得该产品与其竞品的流量相关信息，可以截图发给Gemini辅助分析，对客户当前流量现状和竞争态势做出判断（强化对客户流量转化的情况认知）



- 第二步：收集相关关键词
 - 进入关键词概览部分，输入客户与竞品的关键词，点击关键词变化-查看全部关键词-导出关键词



- 将semrush筛选的关键词导出到Google 在线表格中，使用gemini对关键词进行分析
 - 首先结合semrush导出的关键词列表与Step3基于业务输出的关键词清单对比（可以让 Gemini做）判断是否缺失了核心关键词（特别是Step3分析的高优先级），看一下缺失的关键词当中有没有值得注意的，比如之前AI PPT相关的case中，只关注了PPT的主体，忽略了 Slide这一个同样有流量的关键词，北美地区把slide作为PPT的单页口语表达。

- 使用Gemini对补充后的关键词进行分类
 - 参考Prompt
 - 上述两个文件是Jollymax的搜索相关的关键词，根据关键词按照用户行为意图进行分类，给出每个分类的搜索量占比，以及对应的典型Query，并给出推荐的应该布局的Querylist（这一步输入的时候，记得把Step3输出的内容复制粘贴进来）

以下是参考案例

通过semrush对JollyMax以及竞争对手的搜索行为进行分析，获得Jollymax核心关注的Query，经过分析可知，Jollymax主要搜索流量在印尼地区，月度搜索量约为5万次，按照用户行为进行意图分析，结果如下：

分类 (Category)	总搜索量 (Total Search Volume)	搜索量占比 (Search Volume Per
特定游戏查询意图 (Specific Game Intent)	50,400	
地区与支付查询意图 (Regional & Payment Intent)	5,340	
宽泛的游戏信息查询意图 (Broad Game-related Info)	1,840	
品牌导航意图 (Brand & Navigational Intent)	480	
总计 (Total)	58,060	

1. 特定游戏查询意图 (Specific Game Intent)

这是占比最高的用户群体。他们有非常明确的目标，即查询与特定游戏相关的信息，其中大部分是关于如何在PC端玩手机游戏。

- 总搜索量: 50,400
- 搜索量占比: 86.81%
- 用户心理分析: 用户是特定游戏的玩家，他们遇到的核心问题是如何在电脑上玩这些游戏，或者寻找与游戏特定版本（如Beta测试）相关的信息。这表明Jollymax的内容或博客文章成功吸引了大量寻找游戏攻略的玩家。
- 典型Query:
 - mythic warriors pandas computer download usitility
 - mythic warriors pandas version pc
 - how to get mythic warriors pandas on pc
 - delta force beta end date

2. 地区与支付查询意图 (Regional & Payment Intent)

这类用户关注的是特定国家或地区的充值服务。

- **总搜索量:** 5,340
- **搜索量占比:** 9.20%
- **用户心理分析:** 用户的需求与地理位置强相关，他们需要一个支持本地的充值解决方案。
- **典型Query:**
 - recharge philippines mobile online

3. 宽泛的游戏信息查询意图 (Broad Game-related Informational Intent)

这类用户搜索的是与游戏相关的宽泛信息，但并未直接与某款特定游戏或Jollymax品牌词绑定。

- **总搜索量:** 1,840
- **搜索量占比:** 3.17%
- **用户心理分析:** 用户在寻找关于游戏平台或游戏下载方式的普遍信息，Jollymax作为相关信息的提供者吸引了这部分流量。
- **典型Query:**
 - garena on pc
 - garena for pc
 - how to play free fire online without downloading app

推荐Query

从与Jollymax和其竞品关联的用户搜索行为来看，地区与支付查询意图与Jollymax的流量转化意图更为贴近，也拥有10%相关的搜索流量，也更符合Jollymax的业务分析结果，结合上述分析给出推荐的Query List

优先级 P0: 核心转化区 - “支付+地区” 精准拦截 (High-Intent Transactional Queries)

这类用户购买意图最强，几乎已在支付门口，是转化的“最后一公里”。优化这类Query的ROI最高。

- **用户心理:** “我已经决定要给《Mobile Legends》充值了，我最方便的支付方式是GCash，现在我需要找到一个支持GCash的最佳充值平台。”
- **核心策略:** 创建并优化内容，将Jollymax定位为“使用[本地支付方式]为[热门游戏]充值的最佳选择”。
- **推荐Query List (P0):**
 - MLBB top up using GCash (针对菲律宾市场)

- buy Free Fire diamonds with DANA (针对印尼市场)
- how to top up Valorant points with Touch 'n Go (针对马来西亚市场)
- Genshin Impact Genesis Crystals payment via MoMo (针对越南市场)
- where to buy Roblox credits with Telkomsel Pulsa (针对印尼运营商支付)
- cheapest way to top up PUBG Mobile UC with GoPay (印尼)

优先级 P1: 价值洼地 - “价格+优惠” 对比截胡 (Commercial Investigation Queries)

这类用户对价格敏感，正在多个平台间比价。我们的目标是说服他们Jollymax是性价比最高的选择。

- **用户心理:** “我想买《原神》的月卡，Codashop和Jollymax哪家更便宜？或者最近有什么折扣活动吗？”
- **核心策略:** 通过评测、对比内容和促销信息，建立Jollymax “更便宜”、“有折扣”的品牌认知。
- **推荐Query List (P1):**
 - cheap Mobile Legends diamonds
 - Jollymax vs Codashop price comparison 2025
 - PUBG Mobile UC top up promo code
 - discount on Call of Duty Mobile points
 - best price for Genshin Impact Welkin Moon
 - Jollymax review

优先级 P2: 品牌护城河 - “信任+权威” 建立 (Trust-Building & Navigational Queries)

这类用户听说了Jollymax，但在付款前存在疑虑，需要建立信任感。

- **用户心理:** “Jollymax这个平台靠谱吗？安全吗？会不会是骗人的？”
- **核心策略:** 集中展示官方合作资质、用户好评、安全保障措施，打消用户疑虑。
- **推荐Query List (P2):**
 - is Jollymax legit
 - is Jollymax safe for top up
 - how to use Jollymax
 - Jollymax customer support
 - Jollymax payment methods

JollyMax GEO 优化推荐Query列表

优先级类别	用户意图与核心策略	推荐 Query
P0: 核心转化区 “支付+地区” 精准拦截	用户心理: 寻找特定支付方式的最佳充值平台。 核心策略: 将Jollymax定位为 “使用[本地支付方式]为[热门游戏]充值的最佳选择” 。	MLBB top up using GCash
		buy Free Fire diamonds w
		how to top up Valorant pc
		Genshin Impact Genesis C MoMo
		where to buy Roblox cred Pulsa
P1: 价值洼地 “价格+优惠” 对比截胡	用户心理: 对比不同平台的价格和优惠。 核心策略: 通过评测和促销信息，建立Jollymax “更便宜”、“有折扣” 的品牌认知。	cheapest way to top up P GoPay
		cheap Mobile Legends dia
		Jollymax vs Codashop pri
		PUBG Mobile UC top up p
		best price for Genshin Imp
P2: 品牌护城河 “信任+权威” 建立	用户心理: 对平台安全性和可靠性存在疑虑。 核心策略: 集中展示官方资质、用户好评和安全保障，打消用户疑虑。	Jollymax review
		is Jollymax legit
		is Jollymax safe for top up
		how to use Jollymax
		Jollymax customer supp
		Jollymax payment metho

Step5：基于推荐Query List获得当前结果

使用VPN（最好是原生IP）在对应国家访问对应的AI产品（如ChatGPT），按照顺序输入上述Query，将回答结果粘贴到Google表格中，由Gemini进行分析

参考Prompt：

上述内容是webull相关的Query在ChatGPT中的回答，严格以Query和回答为准，分析新加坡推荐Query的ChatGPT搜索结果的excel表格。

按照以下准则 (表现评级)：

P0 (紧急修正)：Webull已出现，但结果错误、负面或为非官方信息。 信息参考 webull核心优势参合规安全、价格优势、美国知名背景对标Moomoo的价格优势等内容。

P1 (机会抓取)：Webull未出现，但应出现。

P2 (优化提升)：Webull已出现但排名靠后。

基于上述准则分析出新加坡Query list的优先等级，是上述所有新加坡Query都需要，给出一个表格，包含意图类型，query意图，优先级别（从P0，P1，P2排序），以及精简的优先理由。

参考结果：

新加坡Query优先级分析报告

意图类型	query意图	优先级别	精简的优先理由
品牌词	webull singapore review	P0	紧急修正：结果中直接引用了“lousy customer service”等负面用户评价，严重损害品牌形象，需紧急处理。
开户咨询	how to open share account in singapore	P1	机会抓取：在介绍新加坡主流券商时完全没有提及Webull，而列举了Moomoo, Tiger等所有核心竞品，错失关键曝光机会。
开户咨询	how to choose brokerage account singapore	P1	机会抓取：在对比表格和推荐场景中均未包含Webull，而竞品信息完整，属于重大遗漏。
开户咨询	how to start investing in stocks for beginners singapore	P1	机会抓取：在给新手的券商推荐中缺失Webull，而列举了几乎所有其他主流平台。
开户咨询	how to transfer money to brokerage account singapore	P1	机会抓取：在解释如何向券商转账时，以IBKR, Tiger, Moomoo为例，完全没有提及Webull，错失教育用户的机会。
产品咨询	what is paper trading and how to use it	P1	机会抓取：在推荐提供模拟交易的平台时提到了Webull，但未在最终总结中再次强调，且未说明其在新加坡可用。
产品咨询	what is options trading for beginners singapore	P1	机会抓取：介绍新加坡期权交易平台时提及了所有主要竞品，但完全遗漏了Webull，而期权交易是Webull的核心功能之一。
券商对比	best trading app for beginners singapore	P2	优化提升：Webull已出现，但排名在Syfe Trade之后，且优势描述（界面时尚、0佣金美股）不够突出，未强调其价格优势和美国背景。
券商对比	cheapest stock trading platform singapore	P2	优化提升：Webull已出现且费用优势被提及，但排名在Moomoo之后，理由可进一

			步强化，例如突出其作为美国知名券商的背景。
券商对比	best options trading platform singapore	P2	优化提升： Webull已出现，并被认可为费用最低的平台之一，但排名靠后，且未突出其作为美股期权交易的强大优势。
券商对比	singapore brokerage fee comparison	P2	优化提升： Webull已出现且费用优势明确（“Easiest cost — lowest overall”），但排名在Moomoo之后，可优化排序并加强品牌信誉信息。
券商对比	webull vs moomoo singapore	P2	优化提升： 核心对比场景，信息提及了Webull在SGX交易中的价格优势，内容准确正面。可进一步强化其合规、安全和美国背景。
产品咨询	how to buy US stocks from singapore	P2	优化提升： Webull已出现，但仅作为列表项之一，并未突出其在美股交易中的核心优势，如0佣金政策、碎股交易和盘前盘后交易。
品牌词	webull etf trading singapore	P2	优化提升： 内容准确，清晰说明了Webull支持ETF交易。可补充更多关于其ETF品类丰富度及费用优势的信息。
品牌词	webull options trading guide	P2	优化提升： 内容详尽准确，很好地介绍了Webull的期权交易功能。可增加针对新加坡用户的本地化提示。
品牌词	webull stock screener tool	P2	优化提升： 准确介绍了筛选器功能。可以增加与其他竞品（如Moomoo）筛选器的对比，突出Webull的优势。
品牌词	webull extended hours trading	P2	优化提升： 内容准确，清晰说明了盘前盘后交易功能并为新加坡用户转换了时区。这是一个很好的结果，优化空间在于排版和重点突出。
品牌词	how to short stocks on webull	P2	优化提升： 指南清晰、准确。可增加风险提示和与新加坡本地法规相关的说明。
品牌词	webull promotion code singapore	P2	优化提升： 内容详实，列举了多个优惠渠道。可以更突出官方欢迎奖励，并提醒用户注意非官方渠道的风险。

Step6：基于推荐Query结合客户预算确定参与报价的Query，一般是优先级高、流量大、可操作性强的Query

这一步需要分析结果+商务+算法一起确定

Step7：流量转化的暂时未确定标准SOP，后续补充