



陕西智启增长科技有限公司

智启增长 ZQ GROWTH

AI搜索增长与GEO智能营销服务商

官网公开下载版

ZQ-GEO Insight

企业AI搜索竞争力诊断报告样例

让企业真实的产品、服务、案例与交付能力，更准确地被AI和客户理解。

适用内容

多平台AI搜索诊断 企业信息与证据梳理 高意向内容建设 持续复测与咨询承接

企业AI搜索竞争力诊断是什么

客户开始向AI询问供应商、产品和解决方案时，企业首先需要回答：

AI现在如何理解我？哪些信息会影响客户的第一轮选择？

01 看清当前状态

观察AI是否识别企业主体，能否说清主营、产品与应用场景。

02 找到影响推荐的证据

检查资质、案例、服务标准、团队与公开信源是否形成可信依据。

03 形成建设优先级

把复杂问题整理成先做什么、后做什么、由谁提供材料的任务清单。

04 建立持续复测机制

用同一批高价值问题持续观察企业呈现、理解、引用与咨询承接变化。

本样例展示诊断的工作方式与交付结构。具体结论将根据企业真实资料、公开信源和实际测试结果形成。

五个维度，看清企业在AI搜索中的位置

01

品牌识别

AI是否准确识别企业主体、品牌名称与核心业务

02

产品理解

AI能否说明企业提供什么，以及适合哪些客户和场景

03

信任证据

资质、案例、团队、标准与第三方信息能否相互印证

04

推荐能力

企业是否有机会进入客户的比较、筛选和候选范围

05

咨询承接

客户产生兴趣后，能否快速找到资料、联系人与下一步入口

诊断不是只看企业有没有被提及，而是看AI是否能够准确介绍企业、引用真实依据，并为客户提供正确的了解入口

从企业事实到AI回答的五步工作流

01

企业事实核验

统一主体、业务、产品、案例、资质与联系方式

02

多平台问题测试

围绕品牌、需求、比较、风险与咨询问题观察回答

03

五维竞争力诊断

识别企业在认知、理解、信任、推荐与承接环节的缺口

04

竞品与机会分析

判断客户在哪类问题中更容易看到竞争企业

05

任务规划与复测

将问题转为建设任务，并用固定问题观察后续变化

诊断总览如何帮助客户看清问题

01 当前可见基础

企业名称、主营方向或部分公开线索能够被识别

02 主要信息缺口

产品场景、案例证据、服务标准、联系入口等信息未形成闭环

而是

03 客户决策影响

客户比较供应商时，AI难以说明企业适合什么项目、优势依据在哪里

04 优先建设方向

先统一事实和服务表达，再补齐真实案例、资质与高意向问题答案

报告核心输出

当前状态 问题优先级 建设任务 阶段复测依据

AI是否能准确说清企业是谁、做什么

AI回答检查示例

客户提问：这家企业是做什么的？适合哪些需求？

诊断会检查AI是否能准确回答企业主体、主营业务、核心产品或服务、典型场景、服务区域，以及联系和核验入口。

目标：让客户在第一轮了解时获得准确、完整、可继续核验的信息。

报告会重点标记三类问题

- 企业主体、品牌简称、官网、电话或服务区域出现冲突
- 产品或服务只有笼统描述，缺少具体适用场景和交付方式
- AI只能介绍企业名称，无法说明真实优势与下一步咨询路径

信任证据决定AI能否替客户完成初步判断

主体证据

企业名称、营业资质、官网、地址、电话

产品证据

产品参数、服务范围、应用场景与交付说明

能力证据

团队、工厂、技术、流程、项目管理能力

案例证据

客户授权案例、实施过程、阶段结果与反馈

保障证据

合同、售后、服务标准、应急与问题处理机制

口碑证据

公开评价、客户反馈、第三方报道与行业记录

诊断不要求企业一次提供所有材料，而是优先确认最影响客户选择、资格核验与AI理解的真实证据。

高意向问题，让内容真正服务客户决策

品牌指定

XX公司怎么样？

AI是否认对企业，并说明主营与可信依据

匿名需求

XX行业有哪些值得了解的供应商？

企业能否进入客户的候选范围

产品选择

XX产品或服务怎么选？

产品、场景、交付与差异是否说清

品牌比较

A和B有什么区别？

优势是否有真实材料支撑

风险保障

质量、交付、售后怎样判断？

企业能否提供可核验的保障依据

竞争分析，找到企业最容易缺位的客户问题

竞争分析不等于攻击竞争对手，重点是判断客户在哪些问题里更容易看到别人、看不到自己。

观察维度	问题示例	诊断关注点
企业出现	客户问行业方案时	是否进入候选范围，是否发生同名或主体混淆
业务理解	客户问产品或服务差异时	AI是否讲清适用场景、能力边界与交付方式
证据引用	客户核验案例、资质、团队时	是否有真实材料可引用或进一步验证
咨询承接	客户准备联系供应商时	官网、电话、企业微信、表单与资料入口是否清晰

输出结果会形成竞争差距、客户问题覆盖情况与优先建设方向，而不是简单罗列企业名称。

被AI提及之后，咨询承接决定客户会不会继续了解

1

看企业资料

企业介绍、核心服务、案例、资质与常见问题是否完整

2

确认是否适配

客户能否快速判断适用场景、服务范围、交付方式与保障机制

3

发起咨询

电话、企业微信、预约诊断、资料下载和人工销售入口是否一致

4

进入沟通

销售能否用统一资料、案例与标准说法持续承接客户问题

诊断会同步检查官网、电话、企业微信、资料下载与人工销售衔接是否形成完整路径。

客户的第一轮筛选，正在提前发生在AI回答中

当客户还没有访问官网、没有添加销售时，AI回答已经影响他是否愿意继续了解企业。

01 被准确识别

企业主体、主营、品牌和服务区域是否被说对

02 被完整理解

产品、服务、场景、优势与交付能否说清

03 被真实信任

案例、资质、标准与公开信息能否相互印证

04 被顺畅联系

客户能否从答案继续进入官网、资料和咨询入口

关键判断

客户没有耐心替企业补全信息。谁能先把事实、证据和咨询路径说清楚，谁就更容易进入下一轮了解。

AI误读企业，往往不是能力不够，而是信息没有被组织

企业真实实力没有形成统一、可核验的公开信息时，客户和AI都只能看到零散碎片。

01 只识别名称

AI知道企业存在，却说不清主营和专业能力

02 把能力说泛

客户看不到产品差异、服务范围和适用场景

03 缺少证据支撑

案例、资质与交付保障没有形成可信判断依据

04 咨询入口断裂

客户想继续了解时，官网资料、电话或销售入口不一致

关键判断

客户没有耐心替企业补全信息。谁能先把事实、证据和咨询路径说清楚，谁就更容易进入下一轮了解。

把企业真实实力，变成可理解、可核验的信息资产

1

第一层：企业事实

主体名称、服务边界、产品能力、区域、联系方式

2

第二层：信任证据

案例、资质、团队、标准、交付过程、客户反馈

3

第三层：客户问题答案

怎么选、是否适配、如何交付、有什么保障、如何联系

不是堆砌文章，而是建立信息之间的相互印证

官网、案例、资质、FAQ、服务页和咨询入口要说同一套真实事实，让客户与AI都能快速核验。

0-30天 先让AI把企业说准

阶段目标

统一企业主体、业务、产品、服务和联系方式，先让AI与客户准确理解企业是谁、做什么、适合什么场景。

本阶段建设内容

- 企业基础事实核验与统一
- 多平台AI搜索基线测试
- 核心服务与咨询入口梳理
- 五维诊断与问题优先级确认

客户可获得

- AI搜索基线诊断结论
- 企业信息基准表
- 核心问题与优先级清单

-

31-60天 让AI有真实证据可以引用

阶段目标

把企业真实的产品、服务、资质、案例与交付能力，建设为客户可理解、AI可引用的公开信息资产。

本阶段建设内容

- 核心服务、案例、资质与FAQ建设
- 官网内容与信任证据页面完善
- 高意向问题答案资产建设
- 适配的公开信源与内容发布规划

客户可获得

- 核心服务内容框架
- 信任证据页面与案例展示方案
- 高意向问题答案资产
-

61-90天 让客户从AI答案进入咨询

阶段目标

用固定问题复测、内容迭代和咨询承接优化，持续提升企业在客户比较和咨询阶段的信息优势。

本阶段建设内容

- 固定问题多平台复测
- 企业出现、理解、引用与竞争表现观察
- 官网、电话、企业微信和预约路径优化
- 下一阶段内容与信源建设规划

客户可获得

- 阶段复测记录
- AI搜索表现对比结论
- 竞争差距与问题追踪清单
-

90天之后，持续把高价值问题变成企业的长期资产

90天用于打好信息基础；后续增长来自持续回答客户会反复提出的问题。

01 问题库迭代

根据真实咨询、销售反馈和行业变化持续更新高意向问题

02 案例与证据沉淀

把可公开的项目经验、资质更新与交付能力持续补进信息体系

03 复测与差距跟踪

用固定问题观察企业出现、理解、引用和咨询路径的变化

04 重点场景深化

围绕产品线、区域、行业或采购决策场景建设专题内容

最终目的不是获得一次性呈现，而是让企业面对持续变化的客户问题时，始终有真实、完整、统一的答案。

一份诊断报告，帮助管理者快速做出什么决定

1

先看AI是否说对

判断企业主体、主营业务、产品服务和典型场景是否被正确理解

2

再看客户为什么犹豫

找到案例、资质、差异化能力、交付保障和咨询入口的证据缺口

3

确定本轮优先事项

把信息问题转为可执行的官网、内容、案例、信源和承接任务

4

形成协同节奏

明确企业需要提供的事实材料、负责人和阶段性复测问题

不同行业，都在面对同一个问题：AI能否把企业讲明

01 制造与工业

设备能力、工艺、参数、应用行业、项目经验与售后保障需要被清晰核验

02 企业服务

复杂服务如何解释、适用对象是谁、交付流程与专业资质是否完整

03 家居与本地生活

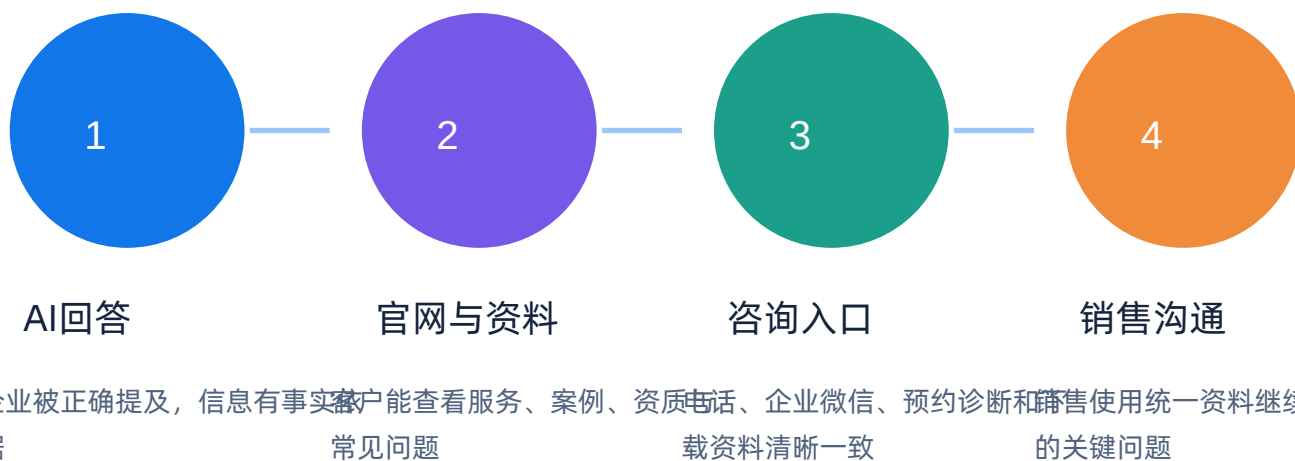
产品品质、门店或区域服务、案例效果与咨询入口是否容易找到

04 医疗美容与消费服务

合规表达、服务边界、专业能力、真实案例与预约路径是否统一

诊断从客户的真实提问开始，不套用单一行业模板。企业所在行业不同，但客户判断企业是否可信、是否适配的逻辑相通。

从一条AI回答，到一次有效咨询，中间不能断



真正要建设的是一条完整的信息与咨询路径

如果AI、官网、资料和销售讲的不是同一套事实，客户往往会在第一轮核验前流失。

企业只需准备这些真实材料，即可开始诊断

01 企业基础资料

企业全称、品牌简称、官网、地址、电话、核心负责人

02 服务与产品资料

主营业务、产品服务、适用场景、交付方式、区域与边界

03 信任与案例资料

资质、专利、案例、客户反馈、团队、工厂或项目照片

04 客户与竞争问题

客户常问问题、销售沟通难点、想重点突破的行业、区域或产品线

资料不必一次齐全。诊断会优先梳理最影响企业认知、比较与咨询的材料，再建立后续补充清单。

从诊断到持续优化的服务闭环

01 AI搜索基线诊断

用多平台测试看清企业当前被识别、被理解和被比较的真实情况

02 ZQ-GEO Insight深度诊断

形成五维诊断、竞争对比、问题清单与建设优先级

03 企业信息与信任建设

完善官网、服务页、案例、资质、FAQ和客户咨询入口

04 内容、信源与持续复测

围绕高意向问题建设可引用内容，并用固定问题持续观察变化

企业获得的不只是单次诊断，而是一套围绕真实资料、客户问题、公开信源和咨询承接持续完善的AI搜索增长机制。

客户最终获得哪些可使用成果

01 诊断资产

五维诊断、问题库、竞争差距、证据缺口和优先级清单

02 企业信息资产

企业事实基准、核心服务内容、FAQ、案例和咨询路径

03 信任内容资产

资质说明、案例表达、服务标准、保障机制与高意向内容

04 复测与优化资产

固定问题、阶段记录、变化观察与下一轮建设建议

交付成果围绕企业实际资料和双方确认的服务范围形成，并为后续复测与持续建设提供基础。



陕西智启增长科技有限公司

智启增长 ZQ GROWTH

AI搜索增长与GEO智能营销服务商

下一步

先看清AI如何理解企业

再确定最值得优先建设的内容与信任证据

预约AI搜索基线诊断，获取企业当前AI搜索表现、核心问题和初步建设方向。

陕西智启增长科技有限公司

电话：176 2909 1857

官网：www.zhiqizengzhang.com