

АЕО и AI търсене: 16 въпроса, преди да платите

Не всички въпроси важат за всеки проект: Правилните въпроси зависят от това какво целите като краен резултат. Изберете тези, които пряко се отнасят до крайния продукт или цел, която искате да постигнете. Задаването на всички без релевантна преценка по-скоро ще обърка човека от другата страна.

A1

Може ли изкуствен интелект изобщо да прочете сайта ми в момента?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Това е трябва да бъде първият въпрос, а не последният. Има сайтове, които изглеждат нормално в браузър, но връщат празна страница на всичко, което не е браузър. Подобен сайт не може да бъде надеждно прочетен и цитиран, независимо колко средства са вложени в неговите текстове.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят заявява, че ще провери това преди всички останали дейности, и обяснява конкретно дали съдържанието се предоставя директно от сървъра или се зарежда чрез скриптове и дали достъпът на автоматизирани системи не е ограничен.

ЛОШ ОТГОВОР

Започва направо с „Ще добавим lms.txt и schema.“. Това е като да боядисвате къща, без да сте проверили дали има врата.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Отворете асистент и му предоставете адреса на конкретна ваша страница с молба да ви каже какво пише на нея. Ако получите общ, неточен или измислен отговор, машината вероятно не успява да достигне до реалното съдържание на страницата.

A2

Каква е разликата между това, което правите за Google, и това за асистентите?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Този въпрос показва дали купувате действително различна услуга, или същата работа е получила второ наименование. И двата подхода могат да бъдат приемливи, стига да знаете ясно за какво плащате.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят признава честно, че 70 до 80 % съвпада и назовава конкретно останалото: машинна четимост, ясни отговори още в началото на текста и последователно свързани данни за фирмата.

ЛОШ ОТГОВОР

Представя АЕО като напълно нова наука с нова терминология и нова такса, без да бъде посочен нито един конкретен ангажимент, който се различава от включеното в SEO услугата.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Помолете за списък от задачите, които влизат в АЕО, но не присъстват в SEO плана. Ако списъкът е празен или състои от общи думи, плащате два пъти за едно.

A3

Как ще проверим дали ни цитират?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Няма надежден инструмент, който да ви класира в отговорите на асистентите. Полученият отговор ще покаже дали изпълнителят се съобразява с реалните ограничения на средата, или продава увереност, която не може да подкрепи с проверими данни.

ДОБЪР ОТГОВОР

Предлага списък от 20 до 40 реални въпроса, които потенциалните клиенти биха задали, и планира редовна ръчна проверка. Признава, че отговорите се различават при различни хора и дни.

ЛОШ ОТГОВОР

Показва инструмент, който отчита „позиция в AI търсене“ и графика. Числото изглежда убедително и не се основава на нищо, до което някой има достъп.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Задайте пет въпроса от списъка сами, на два различни асистента. Ще видите какво вижда и изпълнителят. Това е цялата налична видимост в момента.

A4

Каква структурирана информация ще добавите и защо точно тази?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Structured data е начинът да кажете на машина какво представлява страницата. Сложена наслуки, тя не вреди, но и не прави нищо. Сложена грешно, създава две различни фирми от една.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят свързва вида структурирана информация с вида на страницата и споменава, че фирмата трябва да е описана веднъж и оттам да се сочи навсякъде другаде.

ЛОШ ОТГОВОР

На всяка страница се поставя един и същ блок с данни, включително там, където информацията не съответства на съдържанието. Това е един от най-разпространените начини доброто намерение да доведе до объркващи или противоречиви сигнали.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Намерете безплатния инструмент на Google за тестване на структурирани данни, пуснете две различни ваши страници и вижте дали получавате различни описания, или едно и също.

A5

llms.txt решава ли нещо?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Това е умишлено зададен въпрос капан, чрез който можете да проверите професионалната преценка на изпълнителя. Файлът е сравнително нов, безвреден и към момента няма доказан самостоятелен ефект. Отговорът ще ви покаже дали човекът отсреща прави разлика между потвърден подход и актуална, но все още недоказана практика.

ДОБЪР ОТГОВОР

„Слагаме го, защото не вреди и отнема пет минути, но той не е стратегия и не е доказано, че някой го чете.“ Точно този тон е признак, че отсреща има преценка.

ЛОШ ОТГОВОР

Файлът се представя като основна причина да заплатите за АЕО услуга. Ако това е водещият аргумент в офертата, вероятно и останалите предложени дейности нямат стойност.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте каква измерима промяна е отчетена при друг клиент след добавянето на файла. Честният отговор е: „Няма резултат, който да можем надеждно да отделим от ефекта на всички останали промени.“

A6

Кои асистенти реално използват моите клиенти и на какъв език задават въпросите си?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Работата за асистент, който аудиторията ви не използва, или подготовката на съдържание на език, на който клиентите не търсят информация, представлява усилие без реален адресат.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят разглежда конкретно вашия пазар, посочва кои асистенти се използват от аудиторията, обяснява какво означава това за съдържанието на български език и открито признава ограниченията на наличните данни.

ЛОШ ОТГОВОР

Изброява всички популярни асистенти и обещава присъствие във всеки от тях. „Навсякъде“ не е стратегия, когато липсват приоритет, конкретна аудитория и доказана необходимост.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте петима свои клиенти ползват ли асистент и за какво го питат. Пет отговора струват колкото едно проучване.

A7

Кои страници ще пренapiшете и защо точно тях?

ЗАЩО ПИТАТЕ

АЕО не представлява обща добавка към целия сайт, а целенасочена работа по страниците, които отговарят на конкретни потребителски въпроси с търговска стойност.

ДОБЪР ОТГОВОР

Дава поименен списък, свързва всяка страница с въпросите, на които трябва да отговори, и започва от най-ценните.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще оптимизираме целия сайт.“ Подобно обещание не показва коя страница има приоритет, каква промяна ще бъде направена и защо тя е необходима.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Поискайте списъка с адреси преди началото. После сравнявайте свършеното с него, страница по страница.

A8

Как ще се уверите, че данните за фирмата са еднакви навсякъде?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Асистентите изграждат представата си за бизнеса от множество източници, а разминаванията в името, адреса, контактите или описанието могат да създадат колебание и да доведат до неточни отговори.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят планира преглед и уеднаквяване на информацията във всички важни източници, включително сайта, картите, бизнес директориите и профилите в различни платформи.

ЛОШ ОТГОВОР

Работи само по сайта, сякаш останалият интернет не съществува.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Потърсете фирмата си по име и вижте първите десет резултата. Разминаванията, които виждате вие, ги вижда и машината.

A9

Какво правим с отзивите и външните споменавания, които асистентите четат?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Асистентът може да представи и мнението на външни източници, затова липсващите или негативните отзиви могат да повлияят върху крайния отговор.

ДОБЪР ОТГОВОР

Включва в работата преглед на отзивите и присъствието в източници, на които асистентите стъпват, с реалистична оценка какво може да се повлияе.

ЛОШ ОТГОВОР

Обещава да „изчисти“ негативната информация от интернет. Подобно твърдение не представлява реалистична услуга, а обещание за контрол, с който изпълнителят не разполага.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте асистент какво казват клиентите за фирмата ви. Полученият отговор ще покаже кои външни източници оказват влияние върху представянето ви.

A10

Как ще следим посетителите, които идват от AI асистенти?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Част от тези посещения вече могат да бъдат разпознати в аналитичните системи, а без отделното им наблюдение няма как да прецените дали извършената работа носи измерим резултат.

ДОБЪР ОТГОВОР

Настройва отчитане на източниците в Analytics, показва къде ще се виждат тези посещения и признава, че картината е частична.

ЛОШ ОТГОВОР

„Този трафик е неизмерим.“ Пълното му проследяване действително не е възможно. Наличните данни обаче могат да бъдат достатъчни, за да покажат посока и промяна във времето.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Отворете Analytics и потърсете в източниците имена на асистенти. Ако изпълнителят не може да ви покаже къде, спрете разговора на този въпрос.

A11

Може ли AEO да проработи, ако основното SEO е счупено?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Асистентите стъпват върху същата основа, затова недостъпен, бавен или хаотично структуриран сайт трудно ще бъде надеждно цитиран, независимо колко е „оптимизиран за AI“.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят заявява ясно, че първо трябва да бъде поправена основата и едва след това да се надгражда, дори когато необходимите начални дейности изглеждат по-малко впечатляващи.

ЛОШ ОТГОВОР

Предлага AEO пакет за сайт, който дори не е прегледал.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте как ще се промени AEO планът, ако първоначалният преглед установи сериозни SEO проблеми. Отговорът ще покаже дали изпълнителят следва професионален метод

A12

Колко често трябва да се преглежда и обновява направеното?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Отговорите на асистентите се променят заедно с моделите, източниците и конкурентната среда, затова еднократно извършената работа постепенно губи актуалност.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят предлага конкретен цикъл, например веднъж на три месеца, който включва повторна проверка на избраните въпроси, обновяване на остарялата информация и отчет за настъпилите промени.

ЛОШ ОТГОВОР

Представя услугата като задача, която се изпълнява „веднъж завинаги“. Нищо в тази област не остава постоянно, включително самите асистенти.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Запишете си отговорите на асистентите на десет ваши въпроса днес. След три месеца ги задайте пак и сравнете.

A13

Кой отговаря за верността на отговорите, които публикуваме?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Страници, подготвяни с цел да бъдат цитирани от машини, понякога поставят формата пред точността, а допуснатата грешка впоследствие може да бъде повторена от асистента заедно с името на вашата компания.

ДОБЪР ОТГОВОР

Определя конкретен човек от вашата страна, който преди публикуването проверява фактите, цените и условията, както и процедура за бърза корекция при настъпила промяна.

ЛОШ ОТГОВОР

Никой не преглежда съдържанието преди публикуване, а неточностите се откриват едва когато клиент се позове на тях.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Проверете на сайта си три факта, които се менят: цена, срок, условие. Ако дори един от тях е остарял, вероятно няма работещ процес за редовна проверка.

A14

Какво може да се направи, ако асистент дава грешна информация за фирмата ми?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Подобни случаи вече засягат реални бизнеси, а отговорът ще покаже дали изпълнителят разбира механизма зад проблема или предлага решение, което не може да контролира.

ДОБЪР ОТГОВОР

Обяснява открито, че трябва да се открие и коригира източникът на грешната информация, да се публикуват ясни и последователни верни данни и да се изчака резултатът без гаранция за конкретен срок.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще подадем корекция към AI компаниите.“ Не съществува универсален канал, който да гарантира промяна в отговорите, и подобно обещание създава невярна представа за наличния контрол.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Поискайте пример за случай, при който изпълнителят е работил по коригирането на грешен отговор, и попитайте какъв е бил резултатът. Липсата на предишен опит също представлява важна информация.

A15

Еднократна работа ли е това или месечна услуга, за какво плащам?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Смесването на първоначалния анализ и техническата основа с последващото наблюдение е най-лесният начин да плащате постоянно за дейности, които не се извършват всеки месец.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят разделя ясно еднократната работа по анализа, съдържанието и структурата от месечната такса, която се начислява само при конкретни текущи дейности с описан обхват.

ЛОШ ОТГОВОР

Месечна такса „за АЕО“ без списък какво се върши всеки месец. Това е абонамент, основан на очакване, а не на проверима работа.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Поискайте офертата разделена на две колони: еднократно и месечно, с дейности срещу всяка сума. Празната колона говори.

A16

Как ще разбера дали конкуренти се цитират вместо мен?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Целта не е просто да присъствате в отделни отговори, а да бъдете посочвани при важните въпроси, на които в момента асистентите препоръчват други компании.

ДОБЪР ОТГОВОР

Включва конкурентите в списъка с проверявани въпроси и отчита кой се появява, с уговорката, че отговорите варират.

ЛОШ ОТГОВОР

Гледа само вас, сякаш асистентът избира между вас и липсата на какъвто и да е друг източник.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Задайте на асистент петте най-търговски въпроса от бранша си и запишете кои фирми споменава. Това е реалната класация днес. # Платена реклама *Покрити нови теми: основа на бюджета, страницата на кацане, варианти и текстове, кликове по собственото име, достъп в реално време, съгласие за бисквитки, условие за спиране, сезонност, съдържание на отчета, Performance Max, часове зад таксата.* ## Вече публикувани (само за контекст, не се редактират) P1. На чие име ще бъде рекламният акаунт? P2. Как точно се формира вашето възнаграждение? P3. Как ще разберем кои реклами водят до поръчки, а не само до кликове? P4. Кой поддържа изключените търсения и кога ги преглеждате? P5. Какво остава при мен, ако спрем работа? ## Нови въпроси

