Már nemcsak a Google-re kell figyelni, hanem az AI-ra is

Éveken keresztül egyértelmű volt, hogy ha egy vállalkozás szeretne láthatóvá válni az interneten, a Google találati listáján kell minél előkelőbb helyet szereznie. A keresőoptimalizálás azonban új korszakba lépett. Ma már egyre többen nem hagyományos keresést indítanak, hanem a mesterséges intelligenciát kérdezik meg arról, milyen szolgáltatót, terméket vagy megoldást érdemes választaniuk. Ez pedig teljesen új lehetőségeket és kihívásokat teremt a cégek számára.

Megtalálnak az AI segítségével?

Ebben a környezetben már nem elegendő kizárólag a hagyományos SEO-mutatókat figyelni. Az AI láthatóság ellenőrző segítségével a vállalkozások képet kaphatnak arról, hogyan jelenik meg a márkájuk a mesterséges intelligencia által generált válaszokban, és mennyire könnyen találhatnak rájuk azok, akik AI-alapú rendszereken keresztül tájékozódnak.

Hogyan változtatja meg az AI az internetes keresést?

A felhasználók keresési szokásai folyamatosan alakulnak. Korábban beírtak néhány kulcsszót a Google-be, átnézték a találatokat, majd több weboldalt is megnyitottak, hogy megtalálják a számukra megfelelő választ. A generatív mesterséges intelligenciára épülő rendszerek ezzel szemben gyakran már összefoglalt választ adnak, amelyben különböző online források információit egyesítik. Ez azt jelenti, hogy a felhasználónak nem feltétlenül kell több tucat weboldalt böngésznie, mert az AI a keresés alapján a rendelkezésére álló információk szerint próbál releváns válaszokat összeállítani, ami a legideálisabb az ő számára.

A vállalkozások számára ezért egyre fontosabb kérdés, hogy a márkájuk egyáltalán megjelenik-e ezekben a válaszokban. Hiszen ha egy potenciális ügyfél az AI-tól kér ajánlást, könnyen előfordulhat, hogy azokkal a cégekkel találkozik először, amelyek korábban nem is szerepeltek az általa ismert keresési találatok között.

Mit jelent az AI-láthatóság?

Az AI-láthatóság azt mutatja meg, hogy egy vállalkozás, márka vagy szolgáltatás mennyire jelenik meg a mesterséges intelligencia által adott válaszokban. Nem pusztán arról van szó, hogy a cég neve megtalálható-e az interneten, hanem arról is, hogy az AI milyen információkat tud róla összegyűjteni, mennyire érti a tevékenységét, és milyen kérdésekre válaszolva említi meg.

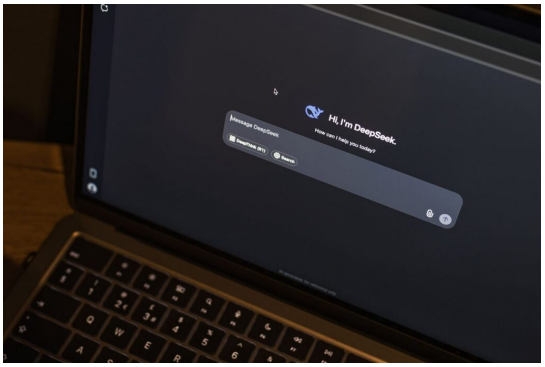
Hogyan lehet javítani a vállalkozás AI-láthatóságát?

Elsőként érdemes megvizsgálni, hogy a különböző AI-rendszerek milyen válaszokat adnak a vállalkozás tevékenységéhez kapcsolódó kérdésekre, megemlítik-e a márkát, és milyen versenytársakat ajánlanak helyette. Ez segíthet feltárni azokat a témákat és keresési helyzeteket, amelyekben a cég még nem elég látható. A következő fontos feladat a weboldal tartalmának fejlesztése. Az egyértelmű szolgáltatás bemutatás, a részletes szakmai cikkek, a gyakori kérdésekre adott konkrét válaszok és a logikus tartalmi struktúra mind hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a weboldal információi könnyebben értelmezhetők legyenek.

A weboldalak új korszakában a láthatóság már több csatornán épül. Azok a vállalkozások kerülhetnek előnyösebb helyzetbe, amelyek nemcsak a hagyományos keresőkre optimalizálnak, hanem tudatosan foglalkoznak az AI-alapú információkeresés lehetőségeivel is.

Sajtókapcsolat:

- SEOKLIKK
- info@seoklikk.hu



© pexels.com
Az AI-láthatóság azt mutatja meg, hogy egy vállalkozás, márka vagy szolgáltatás mennyire jelenik meg a mesterséges intelligencia által adott válaszokban.

Eredeti tartalom: SEOKLIKK

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:
https://hellosajto.hu/34190/mar-nemcsak-a-google-re-kell-figyelni-hanem-az-ai-ra-is/