GEO 自查 10 招・在地小商家版

客人問 AI「這區哪裡好吃」的時候，答案裡要有你

出品：磊神AI智能體（諦磊科技）| 2026 年 10 月 | 免費轉錄引用，請附來源

對象：餐飲、零售、工作室、在地服務業（美業・藥局・ 清潔・維修）| 代碼：GEO10-SM

為什麼小店現在就要做這本

2026 年的本地生活搜尋鏈變了：客人不再翻十頁連結，而是對 ChatGPT / Google AI 說一句「幫我找○○區評價好的火鍋，不要太貴」，然後直接去它給的名單。不在 AI 的答案裡，等於不在那個商圈。好消息：AI 引用的門檻比 Google 首頁低得多——它要的不是反链和廣告費，是「一致、具體、可查證」的資訊。這十招，大部分免費。

十招（今天就能開始）

1 | 殘忍三分鐘自測：開 ChatGPT 或 Gemini，用客人口吻問三題——「○○區最好的（你的業種）」「（你的招牌品項）哪家強」「我想（消費場景），預算（金額），哪裡好？」回答截圖存檔。沒有你>>第 2 招起；有你但資料錯（電話 / 營業時間 / 價位）>>第 5 招起。

2 | 把「定義句」寫好，四處逐字一致：一句話說清你是誰：「在○○夜市的老麵館，招牌牛肉麵 120 元，開到凌晨兩點」。名字 + 地點 + 招牌 + 價格 + 差異點。這句在 Google 商家、FB 粉專、官網 / IG 簡介、外送平台店家介紹逐字出現三次以上——AI 對「多處一致」的資訊才會引用。

3 | 價格寫清楚，不要「依現場為準」：AI 最怕模糊、最愛條列。菜單、價位區間、人均消費直接寫出來。「人均 150-250、有外帶、接受信用卡」這種句子就是 AI 可直接引用的素材。hide 價格 = 把引用機會送給競品。

4 | Google 商家資料是你的地基（免費、30 分鐘）：分類選最準的那個、服務區域列滿、營業時間含例休、照片 10 張起（門口、內用、招牌品特寫）、FAQ 放五題（可訂位？外帶？停車？刷卡？包場？）。LLM 查「誰真的存在於這個區」，第一資料源就是它。

5 | 請三位熟客留「具體的」真實評論：「好吃」沒有引用價值；「雞蛋糕現做要等 15 分鐘但值得，甜度剛剛好」才是 AI 會摘錄的句子。回覆每則評論（新舊都要）——回覆 = 你多了一百句官方語料。

6 | 社群貼文寫成「可摘錄」格式：每週一篇「條列 + 數字 + 店名」的貼文：新品價格、當日限定、營業時間調整。本周例：「本週試賣：蔥油餅 45 元、每日 100 份、賣完為止」——比濾血濾鏡照更容易被引用與轉載。

7 | 每一次曝光都要留痕跡：菜單 QR、店门口海報、名片、FB 貼文——每條路徑用不同的短連結 / 參數，月底就知道哪張海報真的帶來生意。這是 lihi 那類短網址工具的主場，也是盒子的內建功能：印一次 QR，內容後台改，不用重印。

8 | 把「附近」變成關鍵字：寫內容別只講自己——「○○車站步行 3 分鐘」「和 ○○ 國小隔一條街」「看完 ○○ 展覽順路來」。客人問 AI 時常用這個句式就是「在 XX 附近 / 之後」。你出現在地理上下文中，AI 就認為你是那個場景的答案。

9 | 每季重測第 1 招，存截圖：AI 的名單會漂——模型更新、對面開始發內容，排名不是刻石頭。季度截圖排成對比圖，你的 AI 能見度曲線自己看得到（磊神盒子把這件事做成自動的，每週幫你盯）。

10 | 紅旗保鑣：有人賣「保證出現在 AI 推薦名單」「買通評測」——排名不可承諾是技術事實，不是行銷謙虛。花錢買「上榜」= 把名額押在下次模型更新就會洗掉的灰產上。磊神不做（白紙黑字寫進服務條款），也勸你別買別人的。被引用靠的是一致、具體、可查證，沒有捷徑。

磊神盒子・小店版能做什麼（誠實版）

你要的	盒子現況
三題自測 + 八大引擎盲測報告	√ GEO 品牌告書（附 prompt 與時間戳，可覆核）
菜單 / FAQ / 定義句的量產與排程	√ AI 內容產線（四意圖：促購 / 曝光 / 口碑 / 知識分享）
客人 LINE 問「還有位子嗎」有人接	√ AI 客服 24h，名單留店內本機
可更新 QR 中樞（海報名片不用重印）	√ 盒裝電子名片 / 店面清單現成功能

每季重測的排程自動報	√ 情報 cron 現成機制（盒子版店店自跑）
保證排名	x 不做——誰承諾誰騙你

NT$19,800 一次買斷、月月零繳費——菜單改價、店長換人，資料還在店的盒子裡，不在任何人的雲端，包括我們的。

領取與洽詢：Telegram @ailegod，發代碼 GEO10-SM。

(C) 2026 諦磊科技・磊神AI智能體 | 本手冊可自由轉錄、引用，請附來源