

企业 AI 搜索竞争力诊断 资料准备清单

诊断前准备真实、清晰的资料，帮助更准确理解企业现状

资料准备说明

企业 AI 搜索竞争力诊断并非只看企业是否被某个平台提及，而是从企业主体、业务表达、信任证据、竞争呈现与咨询承接等角度，识别影响客户理解和比较的信息缺口。

企业无需提供商业机密、未授权客户资料或敏感信息。请优先准备真实、可公开、可核验的内容，并提前区分可公开与仅内部沟通的资料。

一、企业基础信息

- 企业全称、品牌简称、官方网站、所在地与对外联系电话。
- 一句话主营业务说明，以及希望重点呈现的业务方向。
- 近期发生的企业名称、地址、电话、品牌或业务调整信息。
- 可公开的资质、授权、合作证明或企业基础资料。

二、业务与服务资料

- 核心产品或服务名称、主要客户类型和典型服务场景。
- 服务流程、合作方式、可公开的产品参数或服务范围。
- 企业认为最有差异化、最需要客户理解的业务能力。
- 不希望被错误理解或不宜公开表达的业务边界。

三、客户常问问题

- 客户经常询问“你们具体做什么”“适合哪些客户”“流程如何”“如何收费或沟通”等问题。
- 销售或客服在沟通中反复解释的误解、对比点和决策顾虑。
- 客户通常会比较的同行、产品或服务类型。

资料准备清单（续）

四、现有公开信息与内容资产

资料类别	可准备内容示例
官网内容	首页、服务页、案例、FAQ、联系方式、公开资料页。
公开账号	公众号、视频号、知乎、百家号等已认证或持续运营页面。
信任资料	授权证明、脱敏案例、行业资料、媒体报道或可公开评价。
资料文件	产品手册、服务说明、白皮书、诊断样例、宣传册等。

五、希望重点观察的问题

- AI 是否能正确识别企业全称、品牌简称、主营业务和服务对象。
- 客户搜索相关问题时，企业公开信息是否清楚、是否存在误解或信息缺口。
- 企业与同类品牌在公开信息、服务表达与信任证据方面有哪些差异。
- 官网、FAQ、案例、公开资料和咨询路径还应优先完善哪些内容。

六、资料提交与公开边界

请在提交前标注资料的公开范围：可用于官网或公开资料的内容、仅用于内部沟通的内容、尚需授权确认的内容，以及不建议公开的敏感信息。后续建设应以企业确认的公开范围为基础。

结语

准备资料不是为了增加企业负担，而是帮助企业更准确地呈现真实业务、服务能力与客户价值。资料越真实、边界越清楚，诊断与后续建设建议就越贴近企业实际情况。