

如何优化和排名谷歌 AI 概述

一、什么是 AI 概述 (AI Overview) ?

AI 概述是 AI 生成的摘要，显示在 Google 有机搜索结果的顶部。他们为用户的查询提供直接的答案，结合来自网络的多个来源，并使用谷歌的生成式人工智能将这些来源总结成答案。谷歌于 2023 年 5 月首次发布了 AI 概述，称之为“搜索生成体验” (SGE) 它于 2024 年 12 月在美国正式推出，后来于 2024 年 5 月更名为 AI Overviews。

每个 AI 概述都有三个核心组成部分：

1. 人工智能回答您的搜索查询
2. 链接到 AI 得到答案的来源
3. “显示更多”按钮，您可以点击阅读更多

在我搜索“如何训练狗停止吠叫”时，我点击了“显示更多”按钮，向下滚动页面，右边的三个来源跟着我向下滚动页面。点击来源可以直接进入 AI Overview 获取答案信息的页面。人工智能答案中也有链接，显示各个句子的信息来源。有趣的是，点击这些答案链接并不会把你带到源页面。它只是突出显示它所取自的来源（或来源）。这似乎是由于谷歌正在从多个网站获取答案。在人工智能答案的最后有一个视频，它被剪辑成显示谷歌认为最能回答我的问题的视频部分。

AI 概述出现在 SERP 的顶部，位于任何特色片段上方。这对于没有广告的信息查询的 AI Overview 来说是非常典型的。

二、AI Overview 是如何工作的？

AI Overviews 的工作原理是让 Google Gemini (Google 的大型语言模型) 从网络上获取信息，对其进行总结，并在 SERP 的顶部提供深入的答案。

这两个方面使用户受益：1、快速回答他们的问题，无需单击任何位置；2、让 Google 能够回答更复杂的问题

谷歌本质上是将 Gemini 与其他谷歌系统（如谷歌知识图谱和谷歌搜索排名算法）相结合，为用户提供汇总答案。这样，他们仍然可以从最好的网站上获取信息，并向用户提供摘要。它代表了搜索领域的一个重大变化，因为人工智能搜索引擎开始影响用户查找信息的方式。



三、快速检查表

1. 移动端友好检查（文字太小看不清，链接或者按钮太靠近，内容超出屏幕宽度）
2. 移动端加载速度（缓慢的网站很少出现在 Google AI 概述中，AI Overviews 的目标是为用户提供更快的问题答案，你的网站应该在 2.5 秒内加载，你应该通过所有的核心网络活力测试。90 分以上才行。解决方法：图片为 webp 格式；启用浏览器缓存；删除未使用 CSS、HTML 和 JS；实现延迟加载；最小化重定向）
3. 验证内容可读性（在源代码中要轻易找到正文内容）
4. 确认您的专业知识（Google AI Overviews 仅显示来自可靠来源的内容，这意味着向谷歌证明你是一个值得信赖的专家是必须的。以下项目是必须的：在网站的每个内容页面上添加清晰的作者简介；在简历中列出你的证书、资格和经验；将个人简历链接到您的关于页面。对于 about 页面，你需要添加团队成员照片、添加他们的专业背景、链接到他们的社媒档案。这向谷歌证明你是一个来自可信、值得信赖的组织真实的人，拥有真实的专业知识。）

四、逐步优化过程，以在 AI 概述中排名

第一步：选择正确的内容

并非所有内容都适合 Google 的 AI Overviews。绝大多数 AI 概述都是用于信息查询的。以下这些是目前 AI 概述中经常使用的内容类型：操作指南（How-to guides）、定义和解释（Definitions & explanations）、解决问题的条目、逐步说明（Step-by-step instructions）、比较指南（Comparison guides）。

为什么这些内容是最好的？——谷歌正在为 AI Overviews 寻找清晰明了的内容。任何技术性太强或不容易理解的内容都不会被引用。上述这些类型的文章简单明了，Google 很容易理解。

第二步：选择您的内容

建议从 3-5 篇文章或博客开始，优化它们并跟踪结果。一旦您开始在 AI Overviews 中看到更多杂物，您就可以选择下一批进行冲洗并重复该过程。

扫描您的网站并查找具有以下内容的内容：1. 对搜索查询提供清晰、简洁的答案；2. 专题的全面报道；3. 遵循明确流程的分步说明；4. 来源可靠的事实资料

避免选择主要是以下内容的内容页面：评论文章，个人故事，属于促销性质内容，新闻文章，时间敏感内容

谷歌想要的是来源可靠的事实，而不是观点。他们还倾向于避免显示敏感信息或新闻的 AI 概述。



关注公众号

外贸建站咨询

[在此处键入]

具有清晰、真实信息的页面更有可能被谷歌选择用于 AI 概述。

第三步：快速选择操作指南

在选择内容时先问自己 4 个问题：

1. 内容是否回答了特定问题？
2. 内容的要点能用 2-3 句话概括吗？
3. 它是否有事实和来源支持？
4. 它能帮助多个读者吗？

第四步：使用 Ahrefs 寻找机会

只需启用“AI Overview”过滤器，然后选择“Where target doesn't rank”过滤器。然后，您将有一个关键字列表，您的网站有排名，但没有出现在人工智能概述。这些将是 AI Overview 优化的很好的关键字。

第五步：清晰地组织你的内容

您的内容必须结构清晰且具体，以便 Google 可以轻松阅读、总结和获取其来源。

H1: 你的主标题应该是一个清晰的主题声明，告诉谷歌你的内容是关于什么的

Introduction (简介部分): 回答用户的主要搜索意图。整个介绍应该是最多 100 字，说明最重要的信息。把它想象成你自己对页面内容的总结。

H2: 把你的内容分成清晰的部分。把这些部分都看作是讨论你主要话题的重要方面的微型博客。使用描述性的标题为子标题，清楚地解释了部分。确保你遵循一个逻辑顺序的页面。我的建议是创建一个副标题流，让读者在阅读到最后的时候从初学者变成专家。

H3: 深入研究要点，以确保您全面覆盖每个部分。将所有相关信息放在同一个子部分中，保持文章的逻辑流程。页面上的子部分应该提供关于主题的清晰和更深入的信息。遵循这种结构将使谷歌的算法很容易理解你的内容，并为双子座总结你写了什么。

正确构建内容的最后一部分是格式化。这里有一些简单的规则要记住：段落-最多 2-3 个句子，有大量的留白空间，使其易于阅读。句子-保持句子最多 20 个单词，并使用更好的可读性句子长度的组合。列表-根据需要使用项目符号列表来分解文本并将相关信息分组在一起。表格-创建用于比较的表格，并以可读格式呈现大量数据。图像-在内容中添加相关图像，并优化 ALT 文本，使图像搜索引擎友好。

实现这些要点中的每一点都将创造更好的用户体验，这对 SEO 和转化非常重要。

检查项目列表：

1. H1 标题包括目标关键字
2. 页面上只有一个 H1
3. 明确每一节有副标题 (H2)



[在此处键入]

4. H3 深入探讨了该主题
5. 相关信息在每个部分中分组
6. 文章有一个从初学者到专家的逻辑流程
7. 段落最多 2-3 句
8. 句子最多 20 个单词，长度不同
9. 根据需要使用项目符号
10. 创建了用于比较和数据的表格
11. 图像添加优化 alt 文本

第六步：写出清晰的答案

你可以这样想：如果读者只是阅读页面上任何标题下的第一句话，他们将获得该部分或子部分的最重要的内容。你甚至可以在正常段落中使用它。我们的目标是让 AI 更容易浏览你的内容，并找出它需要的答案。

完美清晰的答案可以分为几个部分：

1. 直接回答-用清晰、简单和自信的语言直接回答问题。
2. 支持细节-在你给出直接答案后添加上下文，提供统计数据，数据或例子来支持你的观点，并引用来源
3. 使用主动语态（“做这个”而不是“你可以这样做”）
4. 每句话不超过 20 个单词
5. 尽可能包括具体细节和数字
6. 随着信息的变化，保持答案的更新

用于形成答案的模板的结构：

1. 直接回答-直接回答搜索的一句话。
2. 关键细节- 2-3 个句子来支持和证明直接答案是正确的。

关键细节应包含支持信息和证据或引用的示例。记住尽可能使用具体的数字和自信的语言。

第七步：观察对手的操作

1. 你可以看看现有的答案，然后按照类似的结构用你的品牌声音重写它。
2. Google 实际上是在告诉我们他们希望在 AI Overview 中看到什么内容，所以我们只需要更新我们的页面，利用观察的力量为 Google 提供它想要的内容。

明确的答案经常在 AI 概述中引用。

示例：有很多不同的方法来训练狗坐，专家们对最好的方法有不同的意见。有些人建议使用



[在此处键入]

治疗和命令，而其他人则诉诸于使用关注和爱。这将取决于你的狗的类型和你的狗。（错误示范）

训练狗坐下，把零食举过鼻子，然后慢慢地把它移回来。当你看到他们的头倾斜时，他们自然会开始坐下来。每天重复这个过程 5-10 次，你的狗会在一周内学会坐。（正确示范）

第八步：展示专业知识

Google AI Overviews 仅显示算法认为由值得信赖的专家撰写的表面内容。你需要证明你是你的主题的专家，所以谷歌会信任你。

1. 添加作者简介：作者简历应包括专业资格（学位、硕士、博士等）、多少年的行业经验、您拥有的相关证书、行业奖项、你过去发表过的作品
2. 来源引文：引用是一种简单的方式来证明你的内容的专业知识和可信度。把引用看作是借用别人的专业知识来为自己的内容增加更多的可信度。以下是您的内容中经常包含的引用类型：链接到高权威、可信的网站；参考最近的研究；来自行业专家的报价；相关统计等。几乎所有的页面都应该至少有 1-2 个出站链接作为引用。

第九步：使用免费的 Google Quality Rater 工具

下载地址：<https://www.searchlogistics.com/learn/tools/ai-google-quality-rater-tool/>

第十步：展示经验

案例研究、证言、我们赢得的奖项、相关认证。我们有时在内容本身中引用这些内容。每当我们引用这些“专家信号”时，我们都会链接到相关页面。例如，当我在内容中谈论案例研究时，我总是链接到网站的案例研究部分。所有这些都助于谷歌了解我们的专业知识，从而建立信任并增加我们在 AI 概述中被引用的机会。

检查清单：

1. 添加并优化了作者 bios
2. 包括专业资格和经验
3. 内容包括可信引用和出站链接
4. 参考了最近的研究或得到了专家的报价
5. 分享案例研究、客户评价或客户成果的示例
6. 链接到您网站上的相关可信度页面
7. 加入专业网络，创建案例研究，收集客户评价并获得您所在行业的相关认证。

真实的专业知识是不能伪造的。一只关注你真正了解的领域。



关注公众号

外贸建站咨询

[在此处键入]

第十一步：提交内容给谷歌前的最终质量检查

1. 移动友好型网站 (Google PageSpeed Insights 得分 90+)
2. 网站加载速度快 (不到 2.5 秒)
3. 所有核心网络生命体征均通过——All Core Web Vitals passed
4. 内容是可读的搜索引擎在 HTML 格式
5. 没有断开的链接或 404 错误
6. 图像使用 ALT 文本进行优化
7. 网站展示专业知识和经验
8. 选择 3 - 5 个可以在 AI 概述中排名的主题
9. 内容遵循清晰的逻辑结构
10. 增加了适当的标题和副标题
11. 直接回答开始每个部分
12. 事实和统计数据是最新的
13. 正确引用专家资料
14. 页面上的作者 bios 展示了专业知识
15. 简介回答搜索意图
16. 内容证明专业知识 (经验, 案例研究, 结果等)
17. 用免费的人工智能谷歌质量评分工具检查

第十二步：向 GSC 提交内容

将该页面 url 提交到 gsc 后台的网址检查栏，然后点击请求索引。

时间节点：索引 (1 - 7 天) - Google 在 SERP 中索引和显示更新内容所需的时间。初步结果 (2-4 周) - 您应该开始在 AI 概述中看到一些功能，并点击到您的网站。稳定的结果 (1-3 个月) - 在这一点上，你经常得到特色的 AI 概述为您的主题，并获得一致的流量。

您的网站越权威，结果就越快。如果你有一个更新或更小的网站，它可能会在这些时间表的较长一端。

AI 概述比传统搜索结果更具动态性。跟踪它们对于 SEO 工具来说并不容易，Google 还没有在 Google Search Console 中发布任何功能来帮助我们。

使用 ahrefs 来跟踪结果

1. 在“站点浏览器”中搜索您的域名，然后单击左侧的“organic keywords”。
2. 单击“添加过滤器”，选择“SERP 功能”，并检查以下内容——Where target ranks—AI Overviews，然后点击应用



关注公众号

外贸建站咨询

[在此处键入]

如果上述所有的操作都正确但是看不到多样的效果，怎么办？

1. 检查内容新鲜度-确保您的内容更新了最新信息，全面涵盖了主题并使用了明确的答案。
2. 审查竞争对手-将您的内容与在 AI 概述中排名的竞争对手进行比较，并寻找主题差距。
3. 审核您的页面用户体验-查看停留时间、跳出率和滚动深度等关键参与指标，以发现可能影响用户体验的问题。
4. 审查移动的可用性-确保您的页面看起来很棒，内容很容易在移动的设备上消费。
5. 分析加载速度-通过 Google PageSpeed Insights 运行您的页面，以诊断速度问题，并确保它通过所有 Core Web Vitals 测试。

谷歌喜欢在 AI Overviews 中提供新鲜内容。这意味着有一个内容更新计划是必不可少的。我们建议您选择 5 到 10 个以上对您的业务有价值的页面，并经常更新这些页面。这些页面应该是对您的业务最有商业价值的一不要只关注流量。

优化清单地址: <https://load.searchlogistics.com/c/bvqcmvrbcvkaixbmyvf/>

原文出处: <https://www.searchlogistics.com/learn/seo/how-to-optimise-ai-overviews/>

更多免费资源请到 jackgoogleseo.com 网站获取

