

เจาะกลยุทธ์ GSO ปรับตัวอย่างไรให้ AI เลือกระบรנד์ไปตอบลูกค้า

พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงเมื่อ AI เข้ามามีบทบาท พีเจอาร์อย่าง AI Overviews (AIO) จะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลจากหลากหลายแหล่ง แล้วนำมาสรุปให้ผู้ใช้งานอ่านแบบครบจบในที่เดียว สิ่งที่มาคือ ผู้บริโภคถึง 60% เมื่อได้อ่านข้อมูลสรุปจาก AI แล้ว ไม่คลิกเข้าไปอ่านในลิงก์แบบออร์แกนิก แถมยังเชื่อคำตอบที่ได้ทันทีโดยไม่ Explore ต่อ

เมื่อการคลิกก็ตันทางลดลง และลูกค้ามีโอกาสรู้จักแบรนด์เมื่อ AI แนะนำเท่านั้น ในเซสชัน Found. Not Searched. จากงาน FOCAL 2026 จึงชวนมารู้จักกับ GSO กลยุทธ์การปรับตัวให้ AI เชื่อ และเลือกแบรนด์ไปตอบลูกค้า โดยทำคู่กับเสาหลักเดิมอย่าง SEO และ SEM

SEM ด้านสำคัญในการจับ Intent ในขณะที่พื้นที่ออร์แกนิกถูก AI เข้ามาแทรก การทำโฆษณาผ่าน Search Engine Marketing (SEM) ยังคงสำคัญ โดยหน้าที่หลักของ SEM ในยุคนี้คือการจับความตั้งใจค้นหาของผู้บริโภค ช่วยให้แบรนด์รักษาพื้นที่ของตนเองไว้ได้ และป้องกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาแย่งชิงความสนใจไปในจังหวะที่ผู้บริโภคมีความต้องการชัดเจน

SEO สร้าง Trust ให้ทั้งคน และ AI การทำ Search Engine Optimization (SEO) เปลี่ยนบทบาทไป จากการเป็นรากฐานข้อมูลที่ต้องครบถ้วน เพื่อให้ AI สามารถดึงข้อมูลไปใช้ได้ถูกต้อง และทำให้มั่นใจว่าเว็บไซต์คือแหล่งอ้างอิงที่มีคุณภาพ

GSO การ Optimize เพื่อ AI โดยเฉพาะ เสาหลักที่สามที่เพิ่มเข้ามาคือ Generative Search Optimization (GSO) ซึ่งเป็นการทำ Optimization เพื่อมุ่งเน้นที่ตัว AI โดยเฉพาะ

ทำไมต้องทำ GSO? อย่างที่รู้กันว่า AI สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองได้ตลอด คำตอบที่ได้อาจเปลี่ยนแปลงไป แม้จะถามด้วย Prompt เดิม

ขึ้นอยู่กับแหล่งข้อมูลที่ได้ไป ถ้าแบรนด์ไม่ปรับตัวตามอย่างต่อเนื่อง ก็เสี่ยงโอกาสในการเป็นผู้ถูกเลือกไปสู่มือลูกค้า

GSO ทำอย่างไร?

– ตรวจสอบตัวเองก่อน: เริ่มแรกสุดต้องเช็กก่อนว่า AI รู้จักแบรนด์เราไหม เวลาคนถาม AI ตอบถึงเราในแง่ดีหรือแย่ และดึงข้อมูลมาจากไหน

– เน้นพื้นที่รีวิว: AI มักจะชอบดึงข้อมูลจากแพลตฟอร์มโซเชียล หรือเว็บที่มีผู้ใช้งานจริงเข้าไปรีวิวและพูดคุยกันเยอะๆ แบรนด์จึงต้องเข้าไปดูแลเนื้อหา หรือนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องในพื้นที่เหล่านั้น เพื่อให้ AI หยิบข้อมูลในมุมที่แบรนด์ต้องการไปสรุปต่อ

– วางกลยุทธ์ควบคู่: วางแผนประสานงานกับ SEM และ SEO เพื่อดึงทางผู้บริโภคในทุกๆ ช่องทาง

– มอนิเตอร์และปรับตัวให้ไว: เพราะระบบของ AI มีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงคำตอบอยู่ตลอดเวลา และแบรนด์จึงต้องหาเครื่องมือ หรือพาร์ทเนอร์ เข้ามาช่วยจับตาดูความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ

GSO วัดผลอย่างไร?

– Visibility: การวัดความพร้อมว่า เมื่อผู้บริโภคพิมพ์คำค้นหาแบรนด์ของเราปรากฏในผลลัพธ์ของ AI หรือไม่

– Share of Voice: การวัดว่าเมื่อ AI ตอบคำถาม แบรนด์มีส่วนแค่ไหนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

– Sentiment: การตรวจสอบว่าคำตอบที่ AI สร้างขึ้นเกี่ยวกับแบรนด์นั้น เป็นไปในทิศทางบวกหรือลบ

– Mention: การดูว่าแบรนด์ถูกกล่าวถึงหรือไม่ เมื่อผู้บริโภคใช้คำถามแบบกว้างๆ เช่น แนะนำโทรศัพท์ราคาไม่เกิน 20,000 บาท

– Source: การตรวจสอบว่า AI ไปดึงแหล่งข้อมูลมาจากที่ใด เพื่อให้แบรนด์สามารถเข้าไปจัดการเนื้อหาในแหล่งนั้นๆ ให้ถูกต้องได้

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร