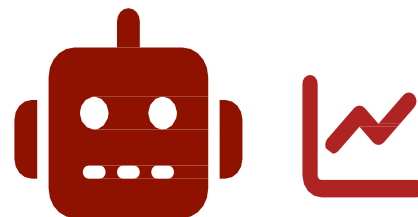


LLMO ? AI対策マーケティング

AI時代の新たなマーケティング戦略



WASAVITO

AIユーザーの増加トレンド



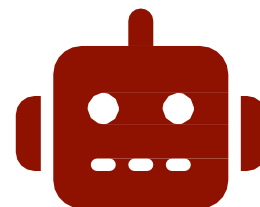
ChatGPT・Gemini等のAI検索を通して情報収集しているユーザーが急増しています。



従来の広告・SEO・SNSによる集客に加え、AI検索が新たな集客チャネルとして台頭しています。



企業はAIが検索結果として表示する情報ソースとなるための対策が必要になっています。



LLMO (Large Language Model Optimization)

ChatGPT・Gemini・AIO等のAIが回答を生成する際に自社情報を正しく反映させるための最適化施策です。AI検索結果からの情報源としての引用や、言及されることでブランド形成することを目指す施策です。← ???

AIに取り上げられやすいコンテンツ制作、などWeb上で話題に挙がっていることもあります。具体的な対策方法などは確立されておらず、Webマーケティング全般の施策が必要であると推測されます。※次ページAIの回答参照

AI検索利用者の増加率

+200%

2024年度 生成AI利用経験は26.7%

参考：総務省

AIは何を参考に回答しているのか



ChatGPTやGeminiなどのAIは、インターネット上の膨大な情報をもとに回答を生成しています。



Webサイト、記事、SNSの投稿などの情報を学習し、質問に応じた回答を提供しています。



企業の情報発信がAIの回答に直接影響するため、質の高いコンテンツ制作が重要になっています。



企業Webサイト・ブログ



SNS (X・Instagram)



ニュース記事・専門サイト



私はGoogleによってトレーニングされた、大規模言語モデルです。

私が回答を生成する際に使用する情報は、主に以下のものに基づいています。

- **トレーニングデータ:** 私は膨大な量のテキストとコードのデータセットでトレーニングされています。これには、書籍、記事、ウェブサイト、コードなどが含まれます。このデータは、言語のパターン、事実、推論能力などを学習するために使用されます。
- **リアルタイム情報へのアクセス:** 私が最新の情報にアクセスできるかどうかは、私のバージョンやGoogleの現在の機能に依存します。多くの場合、私はリアルタイムのウェブ検索を通じて最新の情報を取り入れることができます。

簡単に言えば、私は学習した知識と、必要に応じてリアルタイムで検索する能力を組み合わせ、ご質問に答えています。

👍 🗨️ 🔄 ⏪ 📄 ⋮

ユーザー行動の変化

🕒 従来のユーザーフロー



🎵 AI検索時代のユーザーフロー



AI時代のマーケティング課題

制作したWebサイト（ページ）やSNS投稿は**閲覧されずスキップ**される可能性があります。

⇒しかし、**AI検索結果に自社サービス・自社サイトを掲載させるため**にコンテンツを制作する必要があります。

AI対策マーケティング

🔍 SEOコンテンツ
検索結果上位掲載

SNS投稿ブランディング
マルチメディア対策

📡 インテイク強化
外部PR・ウィキペディア等の掲載

★ レビュー評価
Googleマップ等レビューサイト対策

KPI指標

📊 指名キーワードの検索ボリューム

🤖 ChatGPT・Gemini等のAI検索からのサイト流入

✔️ WASAVITOの価値提供

🏆 検索結果上位を獲得するSEOコンテンツ制作

🎮 世界観を統一するSNS運用

📍 集客アプリにもつながるMEO対策

Document end

- 会社名 : WASAVITO (ワサビト) 株式会社
- 代表 : 門間 寛修
- 住所 : 愛媛県松山市山越1丁目1-45NSビル
- Web : <https://wasavito.co.jp/>

■ 事業内容

- ・インターネット広告運用事業
- ・SEO対策サポート
- ・Webメディア運営事業

■ 関連会社

株式会社Shift : <https://www.shift-web.co.jp>

