



AI Search Thailand
INSIGHT REPORT

DIGITAL MARKETING · AI SEARCH

Consumer AI Search Behaviour: Travel & Hotel Q3 2024

แนวโน้มการตลาดดิจิทัลและการมองเห็นแบรนด์บน AI Search

EXECUTIVE SUMMARY

ภาพรวมของรายงาน

รายงานฉบับนี้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการถูกกล่าวถึงและการถูกอ้างอิงของแบรนด์บนแพลตฟอร์ม AI Search เช่น ChatGPT, Gemini, Claude และ Perplexity เพื่อสะท้อนการมองเห็นของแบรนด์ในยุคที่ผู้บริโภคเริ่มค้นหาผ่าน AI มากขึ้น

ข้อมูลถูกดึงผ่านระบบ API จากโมเดลภาษาขนาดใหญ่โดยตรง แล้วนำมาจัดอันดับและสรุปเป็นข้อมูลเชิงลึกในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อให้ทีมการตลาดนำไปวางกลยุทธ์ได้จริง

+38%

การถูกอ้างอิงของแบรนด์บน AI Search เทียบปีก่อน

4

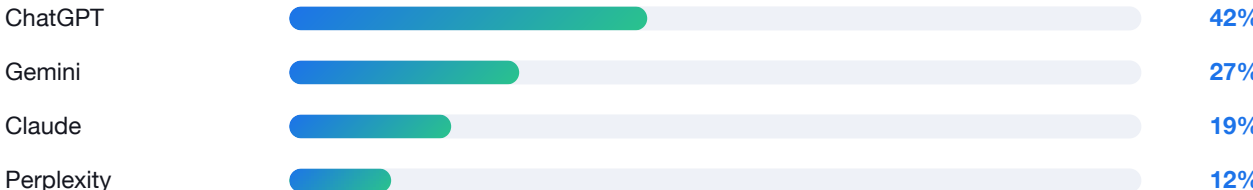
แพลตฟอร์ม AI หลักที่ติดตาม
(ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity)

20

อุตสาหกรรมที่ครอบคลุมในชุดข้อมูล

SHARE OF VOICE

สัดส่วนการถูกกล่าวถึงตามแพลตฟอร์ม



KEY FINDINGS

ข้อค้นพบสำคัญ

- 1 การถูกอ้างอิงสำคัญกว่าการคลิก — เมื่อ AI สรุปคำตอบให้ผู้ใช้ตั้งแต่หน้าแรก แรนดท์ที่ถูกอ้างอิงบ่อยได้เปรียบด้านความน่าเชื่อถือมากกว่าอันดับ SERP แบบเดิม
- 2 โครงสร้างเนื้อหาที่ชัดเจนถูกหยิบไปตอบง่ายขึ้น — หน้าเว็บที่มีหัวข้อ สรุป และข้อมูลอ้างอิงครบถูกโมเดลเลือกใช้เป็นแหล่งข้อมูลสูงชันอย่างมีนัยสำคัญ
- 3 Brand Mention นอกเว็บไซต์ตัวเองมีผลจริง — การถูกพูดถึงในสื่อและชุมชนภายนอกช่วยเพิ่มโอกาสถูกอ้างอิงบน AI มากกว่าการปรับเฉพาะหน้าเว็บของแบรนด์เอง
- 4 ความถี่ในการอัปเดตข้อมูลคือปัจจัยแข่งขันใหม่ — แรนดท์ที่อัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอรักษาระดับการมองเห็นบน AI Search ได้ดีกว่าอย่างชัดเจน

คำแนะนำเชิงกลยุทธ์

วัดผลด้วยตัวชี้วัดใหม่ที่รวม Brand Mention และ Citation ควบคู่กับทราฟฟิก ปรับโครงสร้างเนื้อหาให้ AI หยิบไปตอบได้ง่าย และกระจายการถูกกล่าวถึงของแบรนด์ไปยังแหล่งข้อมูลที่ AI เชื่อถือ เพื่อรักษาการมองเห็นในระยะยาว