

创始人IP打造·0粉丝30天立起行业权威人设

拓一网络公司 | www.tuomeng99.com
微信: wzw15555 | 电话: 153-7406-5969

威哥视频号口播脚本 40条

(真人出镜·白墙办公桌·2026-09-03)

服务线：小红书代运营/拓客·GEO企业服务·百科词条创建

说明：新闻媒体投放不单推，并入 GEO 内容体系里讲（做 AI 信任源的一部分）。

所有脚本均为口语稿，录制前用自己的话顺一遍，怎么顺口怎么讲，不要背稿。

一、先回答你两个问题

100 小红书 vs GEO 内容权重比建议

为什么这么配：

- 小红书代运营是你现在的现金牛，客户群体大、认知门槛低，看视频就懂，最容易带来私信 → 占比最高。
- GEO 客单价高但客户不懂，需要"教育型内容"铺垫。现在发 GEO 视频是抢认知先机——等客户开始问 AI 找供应商时，第一个想到的就是你。
- 百科词条单独当"信任件"讲，别当主线，因为单卖便宜，要引导客户意识到"百科+媒体+GEO"是一套组合拳。
- 共鸣类内容负责让视频号算法给你推流（完播+互动），是前面所有内容的地基。

动态调整规则：跑 2 周后看私信来源——来询价的多是小红书相关，就加到 50%；问 AI/搜索的多，就把 GEO 提到 40%。内容永远跟着咨询走。

200 一次录完 vs 分批录 → 分批录，别一次录完

为什么不能一次录 40 条：

- 口播状态：一次性录超过 8-10 条，嗓子、表情、语气全垮，后半段全是废片
- 内容同质化：连录同样场景，动作和语气会"模板化"，观众看得出来
- 无法迭代：发出去才知道哪类有反馈，全录完了想调方向就浪费了

推荐排期：分 6 批，每批 6-7 条，一周录 2 批

单条录制技巧（白墙办公桌版）：

1. 手机架在正前方、镜头和你眼睛平齐或略高，别俯拍
2. 提词器/手机放镜头正下方 10cm，眼睛看镜头，别上下瞟
3. 每条约 30-60 秒，口播稿 150-250 字即可（语速 4 字/秒）
4. 录 2 遍：第 1 遍顺稿，第 2 遍正式，状态松弛
5. 开头 3 秒必须"喊停"观众——钩子句用说的，不用问的
6. 桌面上放一个道具（手机/笔记本/茶杯），手有地方放，不僵硬

视频号算法适配要点（起号期必守）：

- 前 3 秒留人 > 一切：开头直接抛结论/反常识/痛点，别"大家好我是"
- 时长 30-60 秒，完播率是视频号第一权重
- 每条结尾留"互动钩子"（问行业/问看法），评论率决定推流
- 竖屏 9:16，白墙场景干净，字幕要配（很多人静音刷）

- 起号期建议日更或每周 5 条，固定时间发（早 7-9 点 / 晚 8-10 点老板刷手机高峰）

二、40 条脚本正文

□ 板块A：行业共鸣引流（4条）——拉播放涨关注

01 现在的客户，早就不搜百度了

封面文案：客户先问AI，不问百度

口播稿（约40秒）：

"跟你说个真事。我做了十多年新媒体，以前客户找供应商，第一步是百度。现在变了——很多老板找设备、找服务，第一步是问 AI：豆包、DeepSeek、Kimi，直接问'包装机械厂家哪家靠谱'。你想想，AI 回答里有没有你的公司？如果没有，客户连认识你的机会都没有。这不是危言耸听，是正在发生的事。你平时找东西，是搜百度还是问 AI？评论区告诉我。"

备注：#AI获客 #制造业获客 #GEO；画面：说完"百度"指一下手机

02 为什么你发了几百条视频，客户还是找不到你

封面文案：发了那么多，客户呢？

口播稿（约45秒）：

"很多老板跟我说，我视频也拍了，抖音小红书也发了，几百条下去了，怎么一个客户都没有？我一般先问他一句：你发的内容，是你想说的，还是客户想看的？你天天发产品多牛、厂房多大，客户根本不关心。客户关心的是：我的问题你懂不懂？我的行业你做过没有？做获客内容，先把自己当成客户，再把自己当成老板。想明白这一点，比多发一百条视频管用。你现在发的内容，是拍给自己看的还是拍给客户看的？评论区聊聊。"

备注：#工厂获客 #内容营销 #制造业老板；画面：掰手指"第一产品牛、第二厂房大"

03 90% 工厂的客户，正在被同行悄悄截走

封面文案：你的客户在搜同行

口播稿（约45秒）：

"说句得罪人的话：很多工厂不是没客户，是客户在搜的时候，被同行截走了。客户搜'自动化设备厂家'，搜'环保设备供应商'，出来的是谁？是那些做了关键词布局、做了内容占位的同行。你产品再好，客户看不到你，等于零。这就好比你在巷子深处开了家好店，但路口全是同行的广告牌。获客的本质，就是在客户搜索的路上，提前站好位置。想知道你行业现在被谁截流了，评论区打你的行业，我挑着说。"

备注：#获客难 #制造业 #关键词截流；画面：手势"截走"动作

04 做生意的最高境界：客户主动找你

封面文案：别追客户，让客户找你

口播稿（约40秒）：

"生意做到最后，比的不是谁更会追客户，是谁能让客户主动找上门。主动找你的客户，信任成本低、成交率高、还不用你天天求着。怎么让客户主动来？就一条：在客户做决策前，把该看到的信息都铺好。他想了解你，搜得到；他想对比，比得出你的优势；他想找靠谱的，看到的是你的专业和背书。信息铺到位了，客户自己就来了。我们做

AI

拓客运营，核心就干这一件事。你是做什么行业的？评论区告诉我，我看看你的信息铺得够不够。"

备注：#获客 #信任背书 #拓客；画面：最后手指镜头

□ 板块B：小红书代运营/获客（16条）——现金流主线

05 工厂到底要不要做小红书？我的答案不一样

封面文案：工厂做小红书，有用吗

口播稿（约50秒）：

"工厂要不要做小红书？网上一堆人说没用，一堆人说有用。我的答案是：看你卖什么。如果你是卖几十万的设备，客户决策要半年，小红书确实难直接成交；但如果你是卖耗材、卖配件、卖中小型设备，客户会在小红书上搜攻略、搜对比、搜厂家——这时候小红书就是你的精准流量池。还有一个很多人不知道的点：小红书的笔记会被百度收录，你发一篇笔记，等于在百度也占了个位置。所以工厂做小红书，不是做不做的问题，是怎么做的问题。想听的评论区扣个'工厂'。"

备注：#工厂小红书 #小红书获客 #B2B营销；画面：扳手指

06 小红书代运营到底在"运营"什么

封面文案：代运营≠发笔记

口播稿（约45秒）：

"很多人以为小红书代运营就是帮你发笔记，大错特错。发笔记只是最后一步。真正的代运营干四件事：第一，调研——你的客户在小红书搜什么、看什么、信什么；第二，定位——账号讲什么能让人记住你；第三，内容——按客户的问题做笔记，不是按你的产品做笔记；第四，承接——私信来了怎么回、怎么约、怎么转私域。四件事缺一环，前面全白干。你找的代运营，是帮你做这四件事，还是只帮你发笔记？评论区聊聊。"

备注：#小红书代运营 #避坑 #营销干货；画面：掰手指1-4

07 广州老板做小红书，先避开这3个坑

封面文案：广州做小红书的3个坑

口播稿（约50秒）：

"在广州做了这么多年新媒体，看到太多老板在小红书上踩坑。第一个坑：一上来就发产品广告，9张图全是产品细节，平台直接限流——小红书是种草平台，不是广告位。第二个坑：不做人设，账号像个僵尸号，客户凭什么信你？第三个坑：发了几天没咨询就放弃，小红书是慢生意，前面1-2个月是养号期，很多客户第三个月才来。广州的老板，特别是做设备、做环保、做包装的，如果你也想做小红书又怕踩坑，评论区说你的行业，我帮你看看能不能做。"

备注：#广州小红书代运营 #小红书避坑 #广州老板；画面：白墙前竖3根手指

08 代运营公司怎么选？看这3点就够了

封面文案：选代运营，只看3点

口播稿（约50秒）：

"怎么选小红书代运营公司？别听他们吹案例，就看三点。第一，看他懂不懂你的行业——做设备的和做餐饮的，打法完全不一样，上来就说通用的，基本是模板公司。第二，看他是按效果收费还是按月收服务费——只收月费、效果和他无关的，他凭什么帮你出结果？第三，看第一周干不干调研——真正专业的，第一周都在调研你的客户，而不是急着发笔记。这三点对得上，基本靠谱。我们拓盟传媒就是按效果收费的，客户没拿到结果，我们也不收钱。"

备注：#小红书代运营 #代运营怎么选 #按效果收费；画面：郑重一点，语速放慢

09 你的小红书没咨询，不是没流量

封面文案：流量≠咨询

口播稿（约40秒）：

"有个做设备的老板问我：我小红书笔记也有几千阅读，怎么一个咨询都没有？我说你把笔记发我看看。一看就明白了——通篇在讲产品参数多牛，客户看完只有一个感受：关我什么事。客户要的不是你的产品介绍，是他问题的答案。你卖烘干设备，客户搜的是'食品烘干温度怎么控制'，你答得好，他自然问你：你家设备怎么样？流量是敲门砖，内容是钥匙，你光敲门不开锁，客户进不来。你的笔记是在讲自己，还是在回答客户？评论区说说。"

备注：#小红书没流量 #内容营销 #获客；画面：模仿客户划走手机的动作

10 工厂做小红书：先定位，还是先起号？

封面文案：90%的人顺序搞反了

口播稿（约45秒）：

"工厂做小红书，先定位还是先起号？我见过太多老板，注册完账号就开始发，发一个月发现没人看，然后说小红书不行。顺序反了。正确的顺序是：先想清楚三件事——我的客户是谁、他有什么问题、他信什么样的人。想清楚了再起号。比如你做自动化设备，你的定位可以是'帮工厂老板避开设备采购坑的人'，而不是'某某自动化设备有限公司'。客户关注的是人，不是营业执照。账号定位定对了，内容才有方向。不知道怎么定位的，评论区打'定位'，我教你一个方法。"

备注：#小红书起号 #工厂营销 #账号定位

11 一条笔记，怎么让客户主动私信你

封面文案：让客户私信你的笔记长这样

口播稿（约50秒）：

"一条能让客户主动私信你的小红书笔记，长什么样？给你拆一下。开头第一句，直接点出客户的痛点，比如'买包装机最怕什么？不是贵，是买完用不上'。中间给干货，讲清楚选购逻辑。最后一段是关键——留一个'钩子'：'我们整理了包装机选购的 20 个避坑点，评论区扣'资料'发你'。你看，客户私信你，是因为他有需求、你给了台阶，不是你求他。笔记不是广告牌，是钓鱼的饵。想学这套钩子写法的，评论区扣'钩子'，下条给你拆三个模板。"

备注：#小红书引流 #笔记技巧 #获客文案；画面：比划"钩子"

12 小红书账号从0到1，正确的节奏是这样

封面文案：起号节奏表

口播稿（约50秒）：

"小红书起号，节奏比内容还重要。第一个月，别急着卖货，就干一件事：发行业干货，一周 3-4 篇，把'你懂这个行业'立住。第二个月，开始穿插客户案例和解决方案，让人知道你不仅能讲，还能做。第三个月，才上产品和服务——这时候你已经有信任基础了，发产品也有人看。很多人死在第一个月：发了半个月没人咨询就放弃了。记住，小红书是信任生意，信任是要时间的。你现在做到第几个月了？评论区告诉我，我看看你卡在哪。"

备注：#小红书运营 #起号 #工厂获客；画面：手比划1-2-3个月

13 老板到底要不要自己出镜？

封面文案：老板出镜=信任放大器

口播稿（约40秒）：

"经常有老板问我：做小红书，我要不要自己出镜？我的答案：要，而且是加分项。B2B 生意，客户买的不是产品，是放心。你一个老板，厂在那里、经验在那里，你出镜讲行业，天然比员工、比外包可信十倍。客户看到的是：这老板亲自出来讲，靠谱。当然，老板出镜不是为了当网红，一周出镜一次就够，其他内容团队做。你不用会演，你只要会讲真话。真话最有感染力。你不敢出镜的原因是什么？评论区说说，我帮你破。"

备注：#老板IP #创始人IP #小红书人设；画面：指自己

14 小红书代运营，多少钱才算合理

封面文案：代运营报价水多深

口播稿（约50秒）：

"小红书代运营多少钱合理？市场上从三千到三万都有，差价十倍，但效果可能反过来。我给你算笔账：一个专业团队，调研、定位、内容、运营，一个月的人工成本摆在那，低于五千的基本是套模板；但高于两万的，你要问清楚贵在哪——是帮你投广告了，还是真做定制。最关键的还不是价格，是收费模式。按月收费的，做得好不好他都收钱；按效果收费的，他没拿到结果自己先亏。我们拓盟做小红书代运营，就是按效果收费，帮客户拿到咨询才收费。你觉得哪种模式更合理？评论区说说。"

备注：#小红书代运营费用 #按效果收费 #避坑；画面：语速平缓，认真脸

15 我们接一个客户，第一周只干一件事

封面文案：代运营第一周在干嘛

口播稿（约45秒）：

"分享下我们接小红书客户，第一周在干什么——不写笔记，不发内容，只干一件事：调研。把客户行业在小红书上的搜索词全部拉出来，看客户在问什么、同行在答什么、哪些问题没人答得好。这一周下来，我们会给客户一份报告：你的客户画像、竞争对手分析、内容方向建议。客户看完基本都惊了——原来我的客户在关心这些。第一周的调研，决定了后面三个月的方向。方向对了，内容才有用。只发笔记不调研的代运营，都是在碰运气。"

备注：#代运营内幕 #小红书运营 #专业服务；画面：讲"报告"时拍一下桌上文件

16 客户私信来了，怎么接才能成交？

封面文案：私信来了别急着报价

口播稿（约45秒）：

"小红书客户私信来了，很多老板上来就发报价单——这是最亏的做法。客户只是好奇，你上来就报价，他扭头就走了。正确的接法是三步：第一步，先问需求——'您是做什么产品的？大概什么规模？'把客户情况摸清楚。第二步，给价值——'您这个情况，我建议先看这个，我发您一份资料'，先给再要。第三步，再约深度沟通——'电话聊十分钟，比打字清楚'。记住，私信是聊出来的，不是报出来的。你的私信成交率低，多半是太急了。"

备注：#小红书私信 #成交话术 #销售技巧；画面：三步掰手指

17 同行的爆款笔记，抄还是不抄？

封面文案：爆款可以抄，但要会抄

口播稿（约45秒）：

"同行的爆款笔记，抄还是不抄？我的答案：抄，但有脑子的抄。爆款笔记能爆，说明这个选题客户真的关心——这个你要抄。但别抄内容、抄图片，要抄的是'结构'：他开头怎么吸引人的？中间讲了什么干货？结尾怎么引导的？把结构拆出来，换上你行业的内容、你的经验、你的案例，这就是原创。我们管这叫'拆解爆款'。天天盯着同行抄文案的，永远慢一步；会拆结构的，才能一直有爆款。想学怎么拆爆款的，评论区扣'拆解'。"

备注：#爆款笔记 #小红书技巧 #内容创作

18 小红书引流到私域，这一步最关键

封面文案：小红书→微信，怎么转

口播稿（约50秒）：

"小红书做得再好，最后一步转私域转不动，前面全白干。怎么转？记住一个原则：给客户一个必须加你的理由。理由可以是资料——'选购指南'；可以是服务——'免费帮你看一次账号'；可以是圈子——'行业交流群'。但千万别干一件事：在笔记里直接留微信号，轻则限流，重则封号。正确做法是引导到私信，私信里再自然交换微信。还有个小技巧：私信里别发一串数字微信号，发一张名片图，客户长按识别，体验好、不容易被系统判营销。你的客户都加到微信了吗？"

备注：#私域引流 #小红书转私域 #获客；画面：食指竖在嘴前"嘘，别直接发"

19 做了三个月没效果，问题出在哪？

封面文案：3个月没效果，自查这4点

口播稿（约50秒）：

"小红书做了三个月没效果，别急着怪平台，先自查这四件事。第一，账号定位是不是太模糊——什么都发，等于什么都没发。第二，内容是不是自嗨——讲产品多，讲客户问题少。第三，发布频率是不是三天打鱼——平台喜欢稳定更新的账号。第四，有没有做数据复盘——哪篇数据好、为什么好，你分析过吗？这四个点，任何一个没做到，三个月没效果都正常。你要是都做到了还没效果，那可能真是方向错了——方向错了，越努力越远。你现在卡在哪一点？评论区打数字，我针对性讲。"

备注：#小红书没效果 #复盘 #运营诊断；画面：竖4根手指

20 小红书聚光投放，到底要不要投？

封面文案：聚光投放，投不投？

口播稿（约50秒）：

"经常有人问我要不要投小红书的聚光广告。我的答案很直接：内容没跑通之前，别投。聚光是什么？是花钱买精准流量。但你内容不行，花钱买来的流量也接不住——人家点进来，看你笔记是硬广，划走了，钱就白花了。什么时候可以投？当你有几篇自然流量不错的笔记，证明内容被市场认可了，这时候拿聚光去放大，才能事半功倍。记住：聚光是放大器，不是救火队。内容是 1，投放是后面的 0。没有前面的 1，投再多都是 0。"

备注：#聚光投放 #小红书广告 #投放技巧；画面：手比"1"和"0"

□ 板块C：GEO 企业服务（12条）——高客单认知战

21 什么是 GEO？用大白话讲清楚

封面文案：GEO是什么，3句话讲清

口播稿（约50秒）：

"GEO 这三个字母，最近越来越多的老板问我，今天用大白话讲清楚。GEO 叫生成式引擎优化，说人话就是：让 AI 在回答客户问题的时候，推荐你的公司。以前客户找供应商，搜百度，你花钱做 SEO 排前面就行。现在客户问 AI：'帮我推荐几个环保设备厂家'，AI 会列一个名单——这个名单是怎么来的？就是 GEO 要干的事：通过内容布局，让 AI 认为你是这个行业值得推荐的。百度是你花钱能排前面的，AI 是你得让它'认识你、认可你'。这就是 GEO 和 SEO 最大的区别。还想深入听的，评论区扣'GEO'。"

备注：#GEO优化 #生成式引擎优化 #AI获客；画面：手比划对话

22 客户问 AI 找供应商的时代，已经来了

封面文案：客户已经开始问AI了

口播稿（约45秒）：

"给你看个真实场景。一个做食品的老板要找包装机，他可能不会再一家家问同行，而是打开 DeepSeek 问：'国内做食品包装机比较靠谱的厂家有哪些？'AI 思考几秒钟，给出一个名单，还带理由。你发现没有——客户的采购习惯，正在从'搜索'变成'提问'。而提问得到的答案，是被 AI 筛选过的。如果你的公司不在 AI 的名单里，你在客户的世界里就是'不存在'。这不是未来，这是现在正在发生的事。你的公司，现在问 AI 能问出来吗？不信你回去试试，评论区告诉我结果。"

备注：#AI获客 #GEO #客户习惯变化；画面：举起手机假装问AI

23 GEO 和 SEO，到底有什么区别？

封面文案：SEO是抢位置，GEO是抢认知

口播稿（约50秒）：

"GEO 和 SEO 有什么区别？一句话：SEO 是抢百度的排名，GEO 是抢 AI 的推荐。细节上有四个不一样。第一，对象不同：SEO 讨好的是搜索引擎的算法，GEO 讨好的是 AI 的理解能力。第二，玩法不同：SEO 靠关键词堆砌、外链，GEO 靠高质量、可被引用的内容。第三，结果不同：SEO 给你流量，GEO 给你信任——AI 推荐你的时候，是带着理由推荐的，客户天然更信。第四，竞争不同：做 SEO 的人已经挤破头，做 GEO 的现在还少，先做的吃肉。你的行业有人在做 GEO 了吗？大概率还没有——这就是机会。"

备注：#GEO vs SEO #AI搜索 #先发优势；画面：掰手指4点

24 为什么 AI 推荐的供应商名单里，没有你？

封面文案：AI为什么不推荐你

口播稿（约45秒）：

"很多人问我：AI 推荐供应商，凭什么推荐他不推荐我？我给你拆一下 AI 的'脑回路'。AI 回答问题的素材，来自网上公开的信息——你的官网、新闻、百科、行业文章、问答平台。它推荐谁，取决于谁的信息更权威、更完整、更一致。你公司信息在网上稀稀拉拉，官网还是三年前的样子，AI 想推荐你都找不到素材。反过来，那些信息铺得又全又好的公司，AI 一抓一大把素材，自然优先推荐。所以不是 AI 偏心，是你没给它认识你的机会。回去用 AI

问问你的行业，看看推荐名单里都是谁。"

备注：#AI推荐 #企业信息 #GEO内容；画面：摊手

25 老板必看：AI 会怎么介绍你的公司？

封面文案：AI眼里的你，是啥样

口播稿（约45秒）：

"今天带你做个实验。打开任何一个 AI 工具，输入这句话：'介绍一下 XX 行业的头部企业'，把你的行业填进去。看看 AI 怎么回答。你会发现两种结果：一种是 AI 说'目前没有找到相关企业的详细信息'——这说明这个行业在网上几乎没有可被引用的内容，全是空白；另一种是 AI 列了几个名字——但很可能没有你。这个实验结果，就是你公司在 AI 世界的真实形象。你想让 AI 怎么介绍你？'XX 领域的资深服务商，专注制造业拓客，服务过自动化、环保、包装机械等行业'——这段话不是凭空来的，是内容铺出来的。"

备注：#企业形象 #GEO #AI实验；画面：手做"打字"动作

26 GEO 怎么做？核心就三步

封面文案：GEO落地三步法

口播稿（约50秒）：

"GEO 到底怎么做？别被网上讲玄了，核心就三步。第一步，建信任源：让权威平台上有你的信息——百科词条、新闻媒体报道、行业门户收录，这些是最信任的素材来源。第二步，铺内容网：围绕你的业务，在各大平台持续输出专业内容，让在回答行业问题时，有大量关于你的素材可以引用。第三步，持续验证：定期用提问测试，看你的公司有没有出现在回答里，没出现就继续补。三步走完，AI 对你的认知就建立了。顺便说一句，我们说的新闻媒体投放，就是第一步里给 AI 建信任源用的。"

备注：#GEO怎么做 #AI获客 #企业背书；画面：掰手指3步

27 百科词条和新闻报道，为什么是 GEO 的地基？

封面文案：AI最信什么？

口播稿（约45秒）：

"AI 推荐供应商的时候，最信什么信息源？不是你的官网——官网是你自己说的，AI 知道你有立场。AI 最信的是第三方：百科词条、新闻报道、行业协会、权威平台收录。你想想，AI 回答'推荐几家靠谱的'，它肯定优先引用'有据可查'的信息。你有百科词条，AI 一查，哦，这家公司有正经介绍；你有新闻报道，AI 一查，哦，这家公司被媒体报道过——信任值直接拉满。所以做 GEO，第一步永远是打地基：把百科和媒体这些第三方信任源建起来。地基不打，上面铺再多内容，AI 也不敢信你。"

备注：#百科词条 #新闻媒体 #GEO信任源；画面：手比"打地基"

28 GEO 多久能见效？给你说实话

封面文案：GEO见效要多久

口播稿（约45秒）：

"GEO 多久能见效？市面上没人跟你说实话，我说。分三个阶段：第一个月，信任源建起来——百科审核通过、媒体稿发出去，你搜自己公司名字，内容开始变全。第二到第三个月，内容网铺开——AI 回答行业问题的时候，开始出现你的名字，但还不稳定。三到六个月，认知稳固——你在 AI 的回答里稳定出现，客户通过 AI 找到你。所以 GEO 不是快生意，但它是复利生意——铺下去的内容，会持续帮你获客。百度 SEO 你停费就掉，GEO 的内容是资产，一直在那帮你说话。"

备注：#GEO效果 #长期主义 #企业获客；画面：手比"1个月-3个月-6个月"台阶

29 现在做 GEO，是不是太早了？

封面文案：现在做GEO早吗？

口播稿（约45秒）：

"有人觉得 GEO 是概念、是噱头，现在做太早。我给你算笔账。第一批客户问 AI 找供应商，大概是去年开始的；现在问的人越来越多，但市场上认真做 GEO 的企业，连 1% 都不到。等到 90% 的企业都反应过来了，你再去做，那时候 AI 的名单已经挤满了人——你想想百度 SEO 现在的竞争有多惨烈，GEO 三年后就是那个局面。现在做，你是第一批，AI 的名单上就你几个，客户一问就是你；晚三年做，你是在跟几千家抢。种一棵树最好的时间是十年前，其次是现在。GEO 也一样。"

备注：#GEO #先发优势 #企业布局；画面：语速稍慢，有分量

30 哪些行业最适合做 GEO？

封面文案：你的行业适合做GEO吗

口播稿（约50秒）：

"哪些行业最适合做 GEO？给你三个标准，自己对号入座。第一，客单价高、决策链长的——客户会认真调研，AI 问答正好是调研工具，比如设备、环保工程、企业服务。第二，同行竞争激烈、百度 SEO 已经打不起的——SEO 一个词一年烧几十万，GEO 还是蓝海。第三，客户会主动搜'哪家好'怎么选'的——这种问题 AI 回答率最高。你看，自动化设备、环保设备、包装机械这些 B2B 制造业，三条全中，是最适合做 GEO 的行业。反过来，卖低价快消品的，做 GEO 意义就不大——客户不会为了杯奶茶问 AI。你的行业符合几条？评论区说说。"

备注：#GEO行业 #制造业获客 #B2B营销；画面：竖3根手指

31 广州企业做 GEO，地域词怎么打？

封面文案：广州企业GEO打法

口播稿（约45秒）：

"广州的企业做 GEO，有个特别占便宜的打法：地域词。你发现没有，客户问 AI 的时候，越来越喜欢加地域——'广州做自动化设备的厂家'广州小红书代运营公司'。AI 回答带地域的问题，会优先推荐本地企业。这意味着什么？你只要把'广州+你的业务'这个组合的内容铺好，就能吃到本地精准流量。我们给广州客户做 GEO，第一条原则就是：地域词打底，业务词跟上。你在广州做哪个行业？评论区告诉我，我看看你那个词有没有人占。"

备注：#广州GEO #广州企业获客 #地域词；画面：手比"广州"二字

32 怎么判断一家 GEO 公司靠不靠谱？

封面文案：GEO公司避坑指南

口播稿（约50秒）：

"GEO 是新东西，市面上公司鱼龙混杂，教你三招判断靠不靠谱。第一招，让他用大白话讲清楚 GEO 怎么做——如果他只会甩概念、讲术语，他自己都没搞懂。第二招，问他要不要先做诊断——靠谱的公司会先看你行业现在 AI 怎么回答、你公司有没有被提及，而不是上来就报价。第三招，看交付物——是给你一堆看不懂的报表，还是给你能验证的结果：百科建设建、媒体发没发、AI

问答里有没有你，这些都能自己搜到验证。记住，GEO

公司自己都不敢让你验证效果的，基本不靠谱。我们拓盟做 GEO 服务，效果随时可以自己拿 AI 验证。"

备注：#GEO服务 #避坑指南 #企业服务；画面：竖3根手指，最后拍胸脯

□ 板块D：百科词条/信任背书（6条）

33 为什么客户搜你公司名字，出来全是空白？

封面文案：客户搜你，搜了个寂寞

口播稿（约45秒）：

"做个测试：你现在打开搜索引擎，输入你公司的全名，看看出来什么。很多老板做完这个测试回来找我——出来的是空白，或者是几条零散信息，甚至还有差评帖挂在前面。你知道客户看到这个是什么感受吗？他会想：这公司正规吗？不会是皮包公司吧？信任感瞬间归零。客户的决策路径是：先搜你，再决定要不要理你。搜索结果就是你递给客户的第一张名片。这张名片是空白的，客户凭什么信你？你的公司名，现在搜出来是什么？评论区聊聊，敢不敢说？"

备注：#企业搜索 #信任背书 #网络口碑；画面：假装敲键盘搜索

34 百度百科词条，企业到底能不能自己建？

封面文案：百科能自己建吗

口播稿（约45秒）：

"经常有老板问：百度百科词条，我们能不能自己建？答案有点扎心：能，但极难。百度百科的审核严格到变态——要权威的参考资料，要符合他们的收录标准，措辞还不能带一点广告味。你自己提交，大概率是审核不通过，或者审核个把月没动静。不是说你公司不配，是百科的门槛就是为'有据可查的企业'设计的。所以很多企业找专业团队做——不是团队有什么魔法，是知道资料怎么准备、词条怎么写、哪些媒体源百科认。你公司有百科词条吗？没有的话，你知道客户搜你的时候多尴尬吗？"

备注：#百度百科 #百科词条创建 #企业信任；画面：无奈摊手

35 百科词条审核为什么那么严？

封面文案：百科审核的潜规则

口播稿（约50秒）：

"很多人不理解，百度百科审核为什么严得像考公务员？我给你讲透。百科的定位是'权威、客观、可查证'——它要是随便什么企业都能建词条，百度百科早变成广告平台了，也没人信了。所以它审核的核心就一条：你提供的信息，有没有权威来源支撑？政府网站、正规媒体报道、正式出版物——这些它认；你自己的官网、自己的公众号——这些它不认，因为'自己说自己好'不算数。这就是为什么建百科要先铺媒体：先有媒体报道，百科才有参考资料。审核严不是针对你，是百科的底线。懂了这个逻辑，你就知道

词条该怎么准备了。"

备注：#百度百科 #审核规则 #企业背书；画面：认真科普脸

36 企业百科词条，写什么才有价值？

封面文案：百科不是简介搬运

口播稿（约45秒）：

"企业百科词条怎么写才有价值？记住一句话：百科不是把官网简介搬过去，百科是给陌生人看的'客观说明书'。有价值的百科词条包含什么？第一，基本信息——发展历程、主营业务，但要客观中立地写；第二，核心实力——专利、资质、荣誉，这些有据可查的东西，比自夸一百句都管用；第三，行业地位——参与过的标准、行业活动，让客户知道你在行业里的位置。客户看百科，看的是'这家公司靠不靠谱'，不是看你文采多好。词条里的每一个字，都应该是让客户更信任你的证据。你公司的'证据'攒够了吗？"

备注：#百科词条 #企业百科 #信任营销；画面：掰手指

37 除了百度百科，还有哪些信任背书？

封面文案：信任背书组合拳

口播稿（约45秒）：

"给企业做信任背书，不止百度百科这一张牌。我给你数数完整的组合拳：第一张，百科词条——百度系的核心信任源；第二张，新闻报道——正规媒体的报道，权威性比百科还高；第三张，行业平台收录——行业协会、行业门户、黄页目录，证明你是行业里的人；第四张，问答平台的内容——知乎、百度知道上的专业回答，客户搜问题的时候能看到你。这几张牌打出去，客户搜你的时候：百科有介绍、媒体有报道、行业有收录、问答有专业声音——这叫什么？这叫'网络形象完整'。信任不是一句话，是信息的组合。你的组合拳打了几张？"

备注：#信任背书 #企业形象 #网络营销；画面：一张张出牌手势

38 客户为什么不回你消息？可能他先搜了你

封面文案：客户已读不回的真因

口播稿（约45秒）：

"你有没有遇到过这种情况：客户聊得挺好，突然就不回消息了。你可能觉得是价格问题，其实很可能，他转头去搜了你的公司——结果搜出来一片空白，或者几条差评，他瞬间就犹豫了。现在的客户都精了，聊之前先查一遍你：搜公司名、搜产品、看有没有负面。你线上形象好，他越聊越放心；线上形象差，你话术再好也白搭。所以做业务别光练话术，把线上的'底子'打好——搜出来是完整的、正面的，客户才会把订单交给你。你的公司，经得起客户搜吗？"

备注：#信任背书 #成交率 #企业口碑；画面：模拟看手机犹豫的表情

□ 板块E：转化/自我介绍（2条）——置顶与临门一脚

39 我们为什么敢按效果收费？

封面文案：不拿结果不收钱

口播稿（约50秒）：

"最后说点实在的。我们拓盟传媒做 AI 拓客运营，跟行业里很多公司不一样的是——我们按效果收费。小红书代运营，帮客户拿到咨询才收费；GEO 服务，把信任源建起来、AI 里能看到你了，才算交付。为什么敢这么干？因为干了十多年新媒体，我们知道什么方法真有效，什么方法是在碰运气。没把握的事

，我们不敢跟客户打包票；有把握的事，我们就敢把风险扛在自己身上。对客户来说，这等于零风险试错——效果不好，你没什么损失；效果好，我们双赢。做生意将心比心，换成我是老板，我也愿意跟敢打包票的人合作。你是做什么行业的？评论区聊聊，看看我们能帮你做些什么。”

备注：#按效果收费 #拓盟传媒 #AI拓客；画面：真诚、直视镜头。这条可作置顶视频的结尾

40 广州拓盟传媒，到底是做什么的？（自我介绍·置顶用）

封面文案：一条视频讲清我是谁

口播稿（约50秒）：

“刷到这条视频的老板，花一分钟认识一下我。我是威哥，在广州做了十多年新媒体运营，现在带着团队做 AI 拓客运营，公司叫拓盟传媒。我们主要干三件事：第一，小红书代运营和获客——帮工厂、B2B 企业在小红书上把客户找出来；第二，GEO 企业服务——让你的公司在 AI 的回答里被推荐，客户问 AI 就能找到你；第三，百科词条创建和信任背书——把你公司的‘网络名片’做好，让客户搜你的时候看到的全是加分项。我们服务的客户，大多是自动化设备、环保设备、包装机械、大家居这些行业的工厂。最关键的是，我们按效果收费，拿到结果才收费。如果你也在为获客发愁，关注我，每天讲点真有用的。”

备注：#广州拓盟传媒 #威哥 #AI拓客运营；画面：这条放主页置顶，建议穿正式点的衬衫

三、发布与运营执行要点

发布节奏（起号期）

- 频率：每周 5-6 条（接近日更），固定时间段：早 7:30-8:30 或 晚 20:00-22:00
- 单条发布后 1 小时内回复所有评论（互动率是推流关键）
- 每条视频发布时，正文配 3-5 行文案 + 相关话题标签（#广州 #制造业 #对应主题词）

主页设置

1. 头像：本人半身照（白墙或工厂背景，别用公司 logo）

2. 简介模板：广州拓盟传媒创始人 | 10年+新媒体运营 | 帮工厂做AI拓客：小红书获客+GEO优化+百科背书 | 按效果收费，拿到结果才收费 | 合作搜 wzw15555

3. 置顶 3 条：第40条自我介绍（必置顶）+ 第21条什么是GEO + 第8条怎么迭代运营

视频号独有玩法（区别于抖音）

- 视频号可以挂公众号文章链接：每条视频在公众号「拓盟私域拓客」找一篇对应主题的文章挂上去（视频号→公众号互导，老板看完视频再看深度文章，信任加深）
- 转发到朋友圈+微信群是视频号冷启动核心（社交推荐算法），每条发布后威哥亲自转发
- 评论区自己置顶一条：“做小红书代运营/GEO/百科的，广州，搜 wzw15555 备注行业”
- 直播预告：积累到 100 条后可以每周固定时间开播讲获客，视频号直播有同城流量

拍摄基础设置

- 机位：手机后置摄像头，支架高度与眼睛平齐，白墙距离 1.5-2 米
- 收音：领夹麦（几十块的就行），声音清楚比画质重要
- 灯光：面前放一盏补光灯或对窗坐，脸要亮
- 剪辑：剪映——自动字幕（必加）+ 封面文字统一模板 + 片尾 1 秒品牌卡“广州拓盟传媒 wzw15555”

文档生成：2026-09-03 · 拓盟传媒 AI 运营

配套：本脚本按 6 批排期录制，每批录完即可先发，不必等 40 条齐

板块	条数	占比	作用
小红书代运营/获客	16条	40%	现金流业务：客户听得懂、决策快、咨询即订单
GEO 企业服务	12条	30%	高客单+红利期：2026-2027 抢认知，先教育后收割
百科词条/信任背书	6条	15%	信任件：和 GEO 打包卖，拉高客单价
行业共鸣/痛点引流	4条	10%	拉播放、涨关注，算法友好
转化/自我介绍	2条	5%	主页置顶 + 临门一脚

批次	内容	录制要点
第1批	01-07（共鸣4条 + 小红书前3条）	先录最好讲的，找镜头感
第2批	08-14（小红书主线）	状态最佳时录主力内容
第3批	15-20（小红书收尾）	小红书板块收官
第4批	21-27（GEO 开头 7 条）	GEO 是认知战，讲透
第5批	28-33（GEO 收尾 + 百科第1条）	穿插换脑，不腻
第6批	34-40（百科收尾 + 转化 + 自我介绍）	第40条置顶，最后录最熟

— 资料来源：拓一网络公司实战资料库 —
www.tuomeng99.com | wzw15555