

AutoInfo

SEO + AEO Portfolio Case Study

แนวโน้มการค้นหาและตัวอย่างเว็บไซต์จริง

+0.99%

Clicks เพิ่มขึ้น

+8.76%

Impressions เพิ่มขึ้น

1-18 ก.ย. เทียบ 1-18 ต.ค. 2026 • แนวโน้มที่สังเกตได้ ยังไม่พิสูจน์เหตุและผลจาก SEO

การมองเห็นเพิ่มขึ้น คลิกลเพิ่มเล็กน้อย

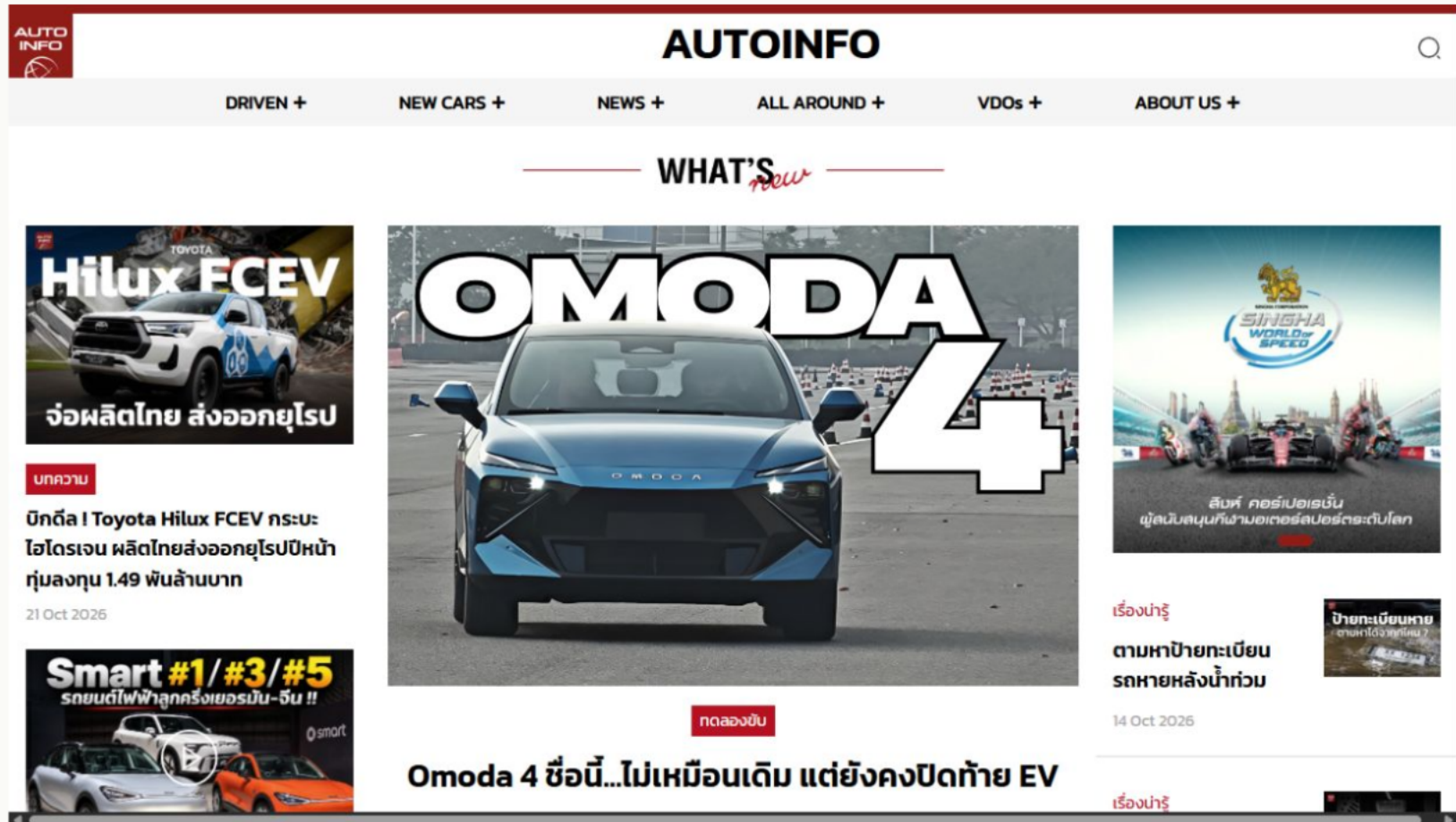
ช่วงเปรียบเทียบเท่ากัน เดือนละ 18 วัน

ตัวชี้วัด	1-18 ก.ย. 2026	1-18 ต.ค. 2026	การเปลี่ยนแปลง
Clicks	20,802	21,007	+205 / +0.99%
Impressions	1,493,804	1,624,667	+130,863 / +8.76%
CTR	1.39%	1.29%	-0.10 จุดเปอร์เซ็นต์
Average position	7.61	7.39	ดีขึ้น 0.22 อันดับ

CTR ลดลง ขณะที่อันดับเฉลี่ยดีขึ้น จึงควรอ่านทั้งสี่ตัวชี้วัดร่วมกัน

ที่มา: Search Console ตามข้อมูลผู้ใช้ • เป็นแนวโน้มที่สังเกตได้ ไม่ใช่ผล SEO ที่พิสูจน์ causal attribution

เว็บไซต์จริง: หน้าแรก AutoInfo



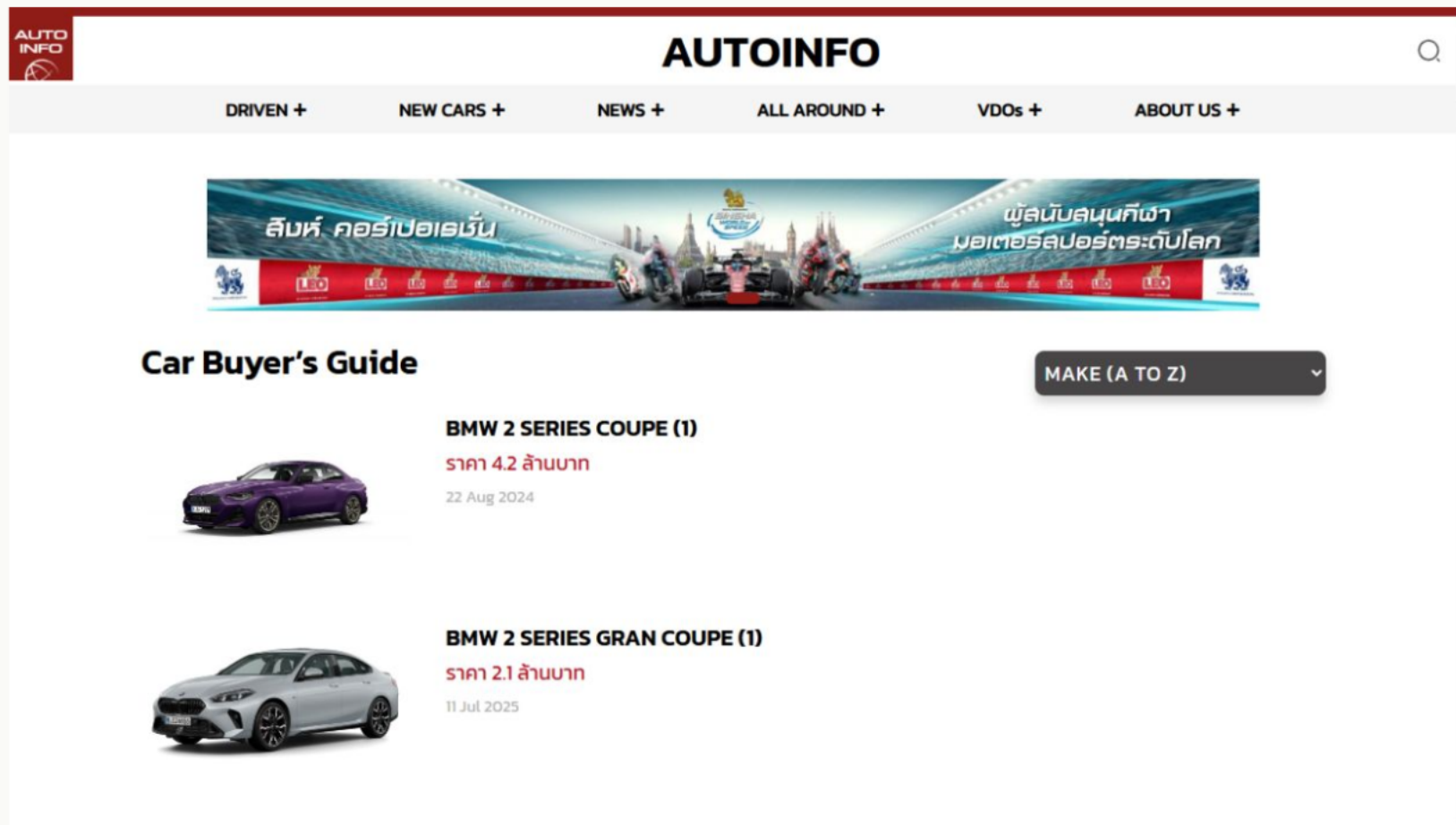
เนื้อหายานยนต์

ตัวอย่างหน้าแรกที่รวมข่าว
บทความ
และการทดลองขับ

ภาพหน้าจอเว็บไซต์จริง
บันทึก 22 ต.ค. 2026

autoinfo.co.th

เว็บไซต์จริง: Buyers Guide BMW



ข้อมูลเลือกซื้อรถ

ตัวอย่างผลค้นหา BMW
แสดงรุ่นรถและราคา
ตามหน้าเว็บไซต์

ภาพหน้าจอเว็บไซต์จริง
บันทึก 22 ต.ค. 2026

แนวทาง AEO และขอบเขตของหลักฐาน

แนวทางพัฒนาต่อ

จัดคำตอบราคาและรุ่นย่อยให้อ่านง่าย
ระบุแหล่งข้อมูลและวันที่อัปเดต
เชื่อมข้อมูลรุ่นรถกับบทความที่เกี่ยวข้อง
ติดตามการอ้างอิงในคำตอบ AI แยกต่างหาก

สิ่งที่ข้อมูลชุดนี้ยืนยันได้

แนวโน้มรวมจาก Search Console 2 ช่วง
และสภาพหน้าเว็บจริง ณ วันที่บันทึก

ยังไม่มีผลวัด AEO หรือหลักฐานที่แยก
ผลของ SEO ออกจากปัจจัยอื่น

ตัวเลขเป็นแนวโน้มที่สังเกตได้ ไม่ใช่ผล SEO ที่พิสูจน์ causal attribution