

26.03.2026

# Нейропоиск: GEO и AEO

1999 — 2026

[techart.ru](http://techart.ru) | [promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

Регистраций: 109 (компаний – 93), в т.ч.:  
— топов: 48  
— новых слушателей: 29.4%  
— постоянных (4+) слушателей программы: 47  
— с вопросами и обратной связью: 22



## Ключевые компетенции «Текарт»

Маркетинговая стратегия, аналитика, прогнозирование, дизайн, веб-разработка, продвижение и реклама

Маркетинговый консалтинг

Бизнес-аналитика

Дизайн и брендинг

Веб-разработка

Продвижение и реклама

Фото и видео

Копирайтинг

**26**

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

**20 000**

выполненных проектов

**160**

сотрудников в штате

**39 000+**

клиентов, и партнеров в экосистеме «Текарт»

**4 место**

консалтинг в области маркетинга и PR» (RAEX)

**3 место**

полносервисные диджитал-агентства (Рейтинга Рунета)

**ТОП 100**

в рейтинге работодателей Headhunter\*

\* среди компаний до 250 сотрудников



## Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

### Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т.д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

Отраслевой трек

**3**

года работы

**8 500+**

участников из 1 900 компаний

**37**

спикеров

**550**

пользователей [платформы](#)

# План вебинара

1. Актуальность продвижения в нейросетях
2. Что такое GEO и AEO. Сценарии работы
3. Общее и отличия от SEO
4. Основные факторы, оказывающие влияние на ранжирование
5. Метрики оценки эффективности и их измерение

# Актуальность продвижения в нейросетях

- Совокупный трафик 12 популярных в России нейросетей за январь — октябрь 2025 года увеличился почти в шесть раз год к году (по данным Digital Budget)
- **Около 50%** россиян использовали нейросети хотя бы один раз за последние 12 месяцев, а среди аудитории до 34 лет — **81%**.
- **52%** пользователей ориентируются на ответы искусственного интеллекта при поиске через Яндекс и Google.

Нейросети используют для:

Поиска информации (63%): готовых решений (советы, инструкции, рецепты), информации о компании (предложения, отзывы, факты о компании, сравнение с конкурентами), обучение / работа (курсы, статьи, исследования).

Генерации контента (38%)

Обработки данных (36%)

- **От 20% до 43%** пользователей (по данным разных исследований) признают, что доверяют полученной нейросетью информации и считают ее достаточной для принятия решения.

## Доверяете ли вы информации и рекомендациям от нейросетей?



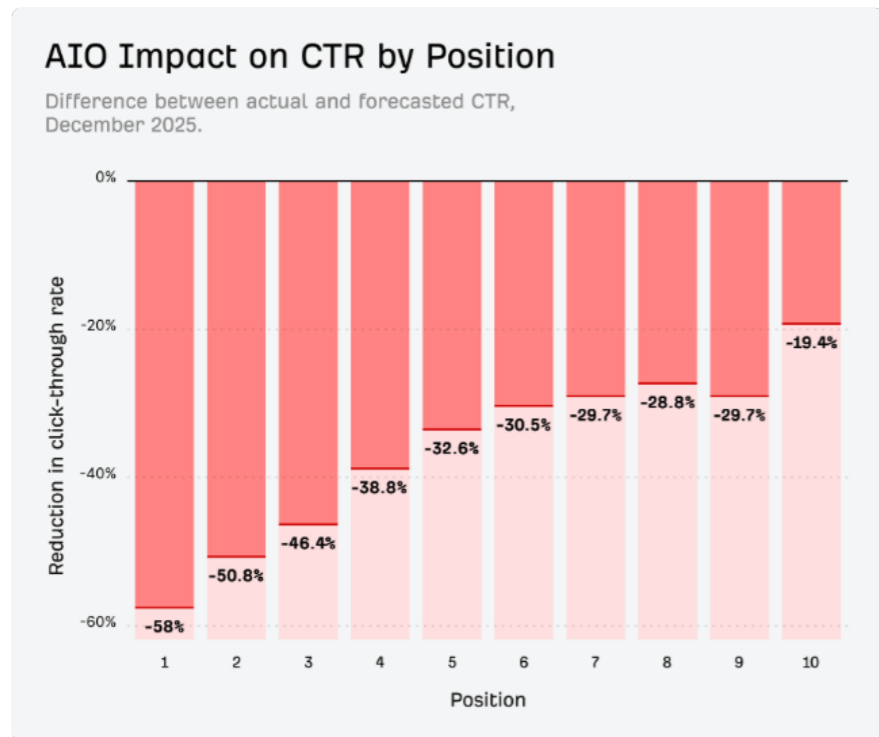
\* Исследования:

- [«Нейросети: инструмент, а не магия»](#) (ВЦИОМ, 10.2025)
- [«Как нейросети изменили поиск в 2025»](#) (АПУМ, impulse.guru, соцсеть «Сетка» и SpyWords, 07.2025)
- [«Как российские пользователи используют нейропоиск в 2025 году»](#) (Markway и Анкетолог, 10.2025)
- [Опрос агентства FAVES Communications](#) (09.2025)

# Актуальность продвижения в нейросетях

Снижение числа переходов на сайт.  
Снижение CTR органической выдачи при наличии нейроответов до 58% по информационным запросам\*.

Доля нейроответов по коммерческим запросам также увеличивается.\*\*



	Общая доля нейроответов, %		Доля нейроответов на информационные запросы, %		Доля нейроответов на смешанные запросы, %		Доля нейроответов на коммерческие запросы, %	
	Деск	Моб	Деск	Моб	Деск	Моб	Деск	Моб
Февраль 2025	30	33	37	38	18	18	7	10
Июль 2025	32	36	46	48	28	29	12	13

\* [Исследование Ahrefs](#)

\*\* [«Как нейросети изменили поиск в 2025»](#) (АПУМ, [impulse.guru](#), соцсеть «Сетка» и [SpyWords](#), 07.2025)

# Актуальность продвижения в нейросетях

06

Яндекс показывает рекламные блоки в нейровыдаче

ChatGPT внедряет спонсируемые блоки: короткие вставки с пометкой sponsored перед основным ответом ассистента

Я пластиковые окна

поиск алиса товары картинки видео карты финансы квартиры переводчик все

периодически смазывать технической смазкой. категорически запрещается проводить обслуживание фурнитуры с использованием агрессивных смол, химикатов и кислот. [oknakomforta.ru](#)

— Подготовка окон к зиме — зимой окна испытывают двойную нагрузку, чтобы конструкция пережила перепады температур, ледяные осадки и морозы, её надо подготовить: помыть, смазать уплотнители и фурнитуру, прочистить дренажные отверстия, снять москитные сетки и убрать на хранение в сухое тёплое тёмное место. [reality.yandex.ru](#)

Рекомендуется проводить регулярное техническое обслуживание окон специалистами для проверки и регулировки работы механизмов и состояния уплотнителей. [r-okna.com](#)

**Пластиковые ОКНА 21 ВЕКА**  
Распродажа!! Пластиковые окна от 7500 руб. Скидка 45% - Прямо с завода!  
[okna-21-veka.ru](#) промо

Подробнее

**Заказать пластиковые окна в Москве с монтажом!**  
Заказать пластиковые окна в Москве. Монтаж по ГОСТу. Выгодня до 45%  
[атмосфераокон.рф](#) промо

Подробнее

[okna-peter.ru](#) [veka.ru](#) [q.yandex.ru](#) [deceuninck.ru](#)

hey who's the new pope?

Thought for 12 seconds >

**This answer is sponsored by Logitech**

Logitech MX Mechanical Wireless Keyboard — engineered for developers with tactile switches, customizable shortcuts, and up to 3 months of battery life. Elevate your coding setup at [logitech.com/mx-mechanical](https://logitech.com/mx-mechanical).

The new pope is **Pope Leo XIV** (born Robert Francis Prevost), elected on May 8, 2025, following the death of Pope Francis on April 21, 2025. [CBS News](#)

[vaticannews.va](#)

[Sources](#)

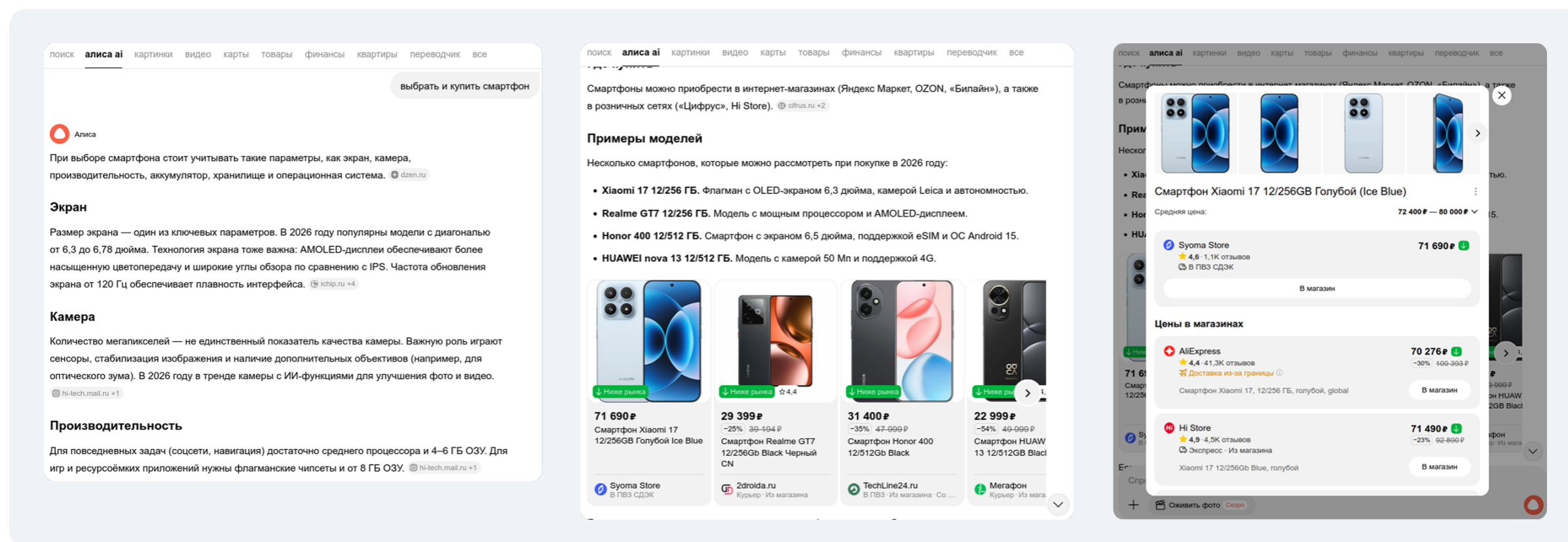
# Актуальность продвижения в нейросетях

27 февраля Яндекс объявил о создании Yandex Commerce Protocol (YCP) — первого в России стандарта интеграции интернет-магазинов с ИИ.

Можно продавать товары в чате с Алисой AI напрямую пользователям.

4 формата интеграции:

- магазины на Яндекс КИТ
- через кабинет Яндекс Товаров
- магазины базе 1С-Битрикс
- собственные решения и другие CMS, доступно подключение по API



## Вывод:

Генеративные ответы притягивают все большее внимание пользователей и игнорировать их не стоит. Нейроответы становятся новым источником привлечения внимания целевой аудитории для бизнеса.

\* <https://yandex.ru/company/news/27-02-2026-01>

# Основные понятия

**SEO (Search Engine Optimization)** — оптимизация сайта для его попадания в результаты **органической выдачи поисковых систем** по целевым запросам пользователя (поиск Яндекс и Google).

**AEO (Answer Engine Optimization)** — оптимизация контента для попадания в **ИИ-ответы в поисковых системах** и голосовых помощниках. (Google AI Overview, Яндекс Алиса) или голосовой ассистент («Алиса», «Салют»).

**GEO (Generative Engine Optimization)** — оптимизация контента для его попадания в **ответы генеративных нейросетей** (ChatGPT, Perplexity, Claude и др.).

**AIO (Artificial Intelligence Optimization)** — это оптимизация сайта и контента под **алгоритмы искусственного интеллекта** в целом.



# Сравнение SEO / AEO / GEO

09

Параметр	SEO	AEO	GEO
Платформа	Поиск Яндекс, Google, Bing	Голосовые помощники, быстрые ответы: Google AI Overview, Яндекс Алиса, Siri, Салют	ChatGPT, Perplexity, Claude и др.
Основная цель	Попасть в топ органической выдачи по целевым запросам пользователя	Попасть в Zero Click Search («нулевой клик») в интерфейсе поисковой системы / голосовой ответ	Упоминание в ответах нейросетей, стать источником контента
Основные типы запросов	Информационные, коммерческие, смешанные	Информационные, смешанные, коммерческие (низкий %), конкретные запросы	Информационные, сложные, многосоставные, диалоговые
Основные метрики	Позиции сайта, переходы на сайт (органический трафик), конверсии	Упоминаемость бренда в ответах, узнаваемость, переходы на сайт (сложно оценить)	Упоминаемость, узнаваемость, цитируемость, переходы на сайт (минимально)
Основные факторы ранжирования	Внутренние (техника и юзабилити), внешние (ссылки) и поведенческие	Факторы SEO + четкость и структурированность ответа (FAQ, руководства и т.п.)	Факторы SEO + Авторитетность сайта, достоверность, полнота и смысл ответа

# Сценарии формирования AI ответов

Обязательное условие — индексирование контента с сайта.

Генерация ответа:

## SEO

Алгоритмы ранжирования поисковых систем определяют позиции страниц сайта в зависимости от соответствия целевому запросу пользователя.

Определяем запросы и оптимизируем сайт «под них».

В сниппете выводится максимально релевантный контент с сайта.

## AEO

Алгоритмы анализируют проиндексированный контент.

Как правило, в выдачу попадает контент из первых 20 результатов органической выдачи на запрос пользователя.

Чаще всего выводится показ короткого понятного фрагмента текста с сайта + ссылка на источник информации.

## GEO

LLM переписывает запросы перед поиском.

Система не ищет ссылки, не берет полностью информацию с сайта. Она сама генерирует комплексный развернутый ответ, анализируя сотни источников и собирая на их основе единый текст.

# Основные факторы, оказывающие влияние на ранжирование

**AIO = SEO + усиленное внимание на некоторые факторы**

Основные факторы ранжирования в AI:

1. Контент и техническая оптимизация сайта
2. Авторитетность компании и сайта
3. Позиции в органической выдаче



# Контент и техническая оптимизация сайта

12

## Контент

### Длина контента

- Содержательные материалы без «воды». Средний объем — 3 500 символов. Но многое зависит от тематики.
- Обязательно основная информация в начале статьи: ядро определений, критериев и условий применимости, которые расположены близко к началу и сформулированы однозначно.

### Заголовки (H1-H3)

- Четкая иерархия помогает AI определять смысловые блоки и извлекать ответы по конкретным вопросам.
- Широкие заголовки могут стать преимуществом для GEO.

## Техническая оптимизация сайта

### Индексация страниц сайта

- Доступность сайта для ИИ-краулеров (GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot)
- Корректный robots.txt
- Актуальный sitemap.xml

### Скорость загрузки

FCP (First Contentful Paint) < 0,4 сек

### Структура

Списки, таблицы, определения, блоки FAQ обеспечат четкость и конкретику в материалах (все, что любит AI).

### E-E-A-T факторы

Исследования, цифры, кейсы, сертификаты, УТП, авторы, цитаты экспертов, ссылки на источники и т. п. Все, что может способствовать подтверждению опыта компании/материала, экспертности, авторитетности и надежности.

### Обновление

«Свежий» контент имеет преимущество для AI:

- Обновляем минимум 1 раз в квартал.
- Выводим дату обновления материала на странице.

### Микроразметка

Schema.org (BreadcrumbList, article, headline, image, dateModified, author и т.д.)

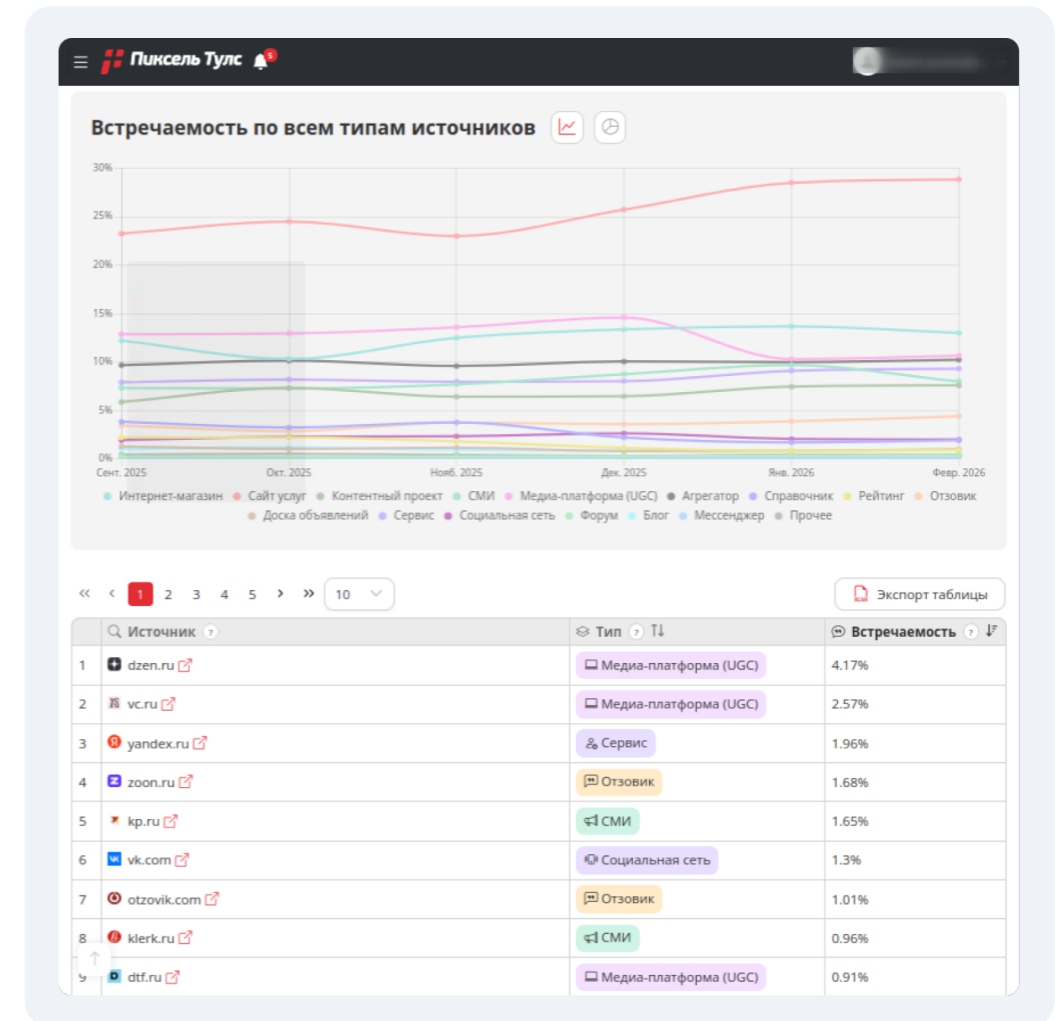
# Авторитетность компании и сайта

## Упоминание бренда на сторонних площадках

Важный фактор для AI.

Часто цитируемые:

- Качественные медиа: Vc.ru, Kp.ru, Tenchat, Дзен, Habr, Pikabu, Forbes, Reuters, BBC и др. Для Яндекс важнее локальные источники
- Социальные сети: ВКонтакте, LinkedIn, Reddit и видеосервис YouTube (для ChatGPT, Google AI Overviews и Perplexity)
- Отзовики и агрегаторы : Irecommend, Zoon, Otvovik.com
- Общие или тематические сайты: banki.ru, bolshoyvopros.ru, baby.ru и т.п.
- Официальные страницы и первоисточники: сайты компаний, документация и блоги продуктов, государственные и образовательные сайты (.gov, .edu)
- Крупные энциклопедические и справочные ресурсы: Wikipedia (для ChatGPT, Google AI Overviews и Perplexity)
- Интернет-магазины, маркетплейсы (Ozon, Megamarket, примечательно, что WB не встречается), аптеки
- Соцсеть Reddit и видеосервис YouTube (для ChatGPT, Google AI Overviews и Perplexity)



Важно упоминание компании, ссылка на сайта — дополнительный «плюс».

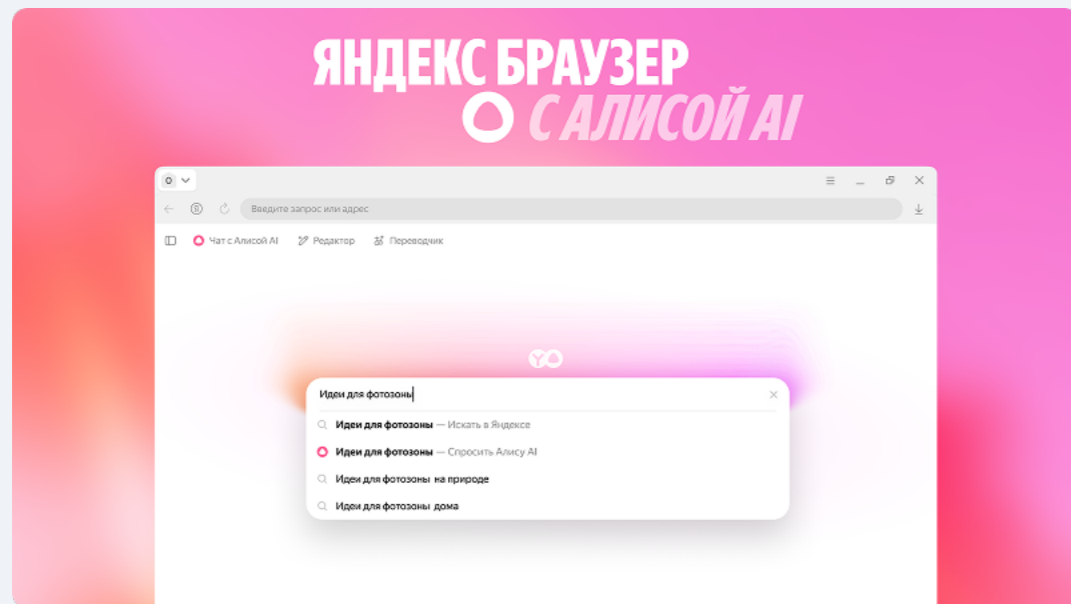
Просматриваем вручную по вашей тематике + общий рейтинг источников нейросетей, например, <https://ai.pixeltools.ru/istochniki-neiroseti>

## Авторитетность бренда/сайта

- Количество брендовых запросов (wordstat.yandex.ru)
- Посещаемость сайта и качество трафика

# Позиции в органической выдаче для АЕО

14



## Яндекс "Поиск с Алисой"

63,5% всех URL, которые попадают в нейроответы, находятся в ТОП-5.

Максимум, как правило, — ТОП 20 поисковой выдачи.



## Google AI Overview

61,7% URL в AI Overview, которые попадают в нейроответы, находятся в ТОП-5.

Максимум, как правило, — ТОП 20 поисковой выдачи.

# Метрики оценки эффективности и их измерение

**Переходы на сайт:** число переходов, CTR, качество трафика (время на сайте, глубина просмотра)

Инструменты: Яндекс Метрика

**Бизнес-показатели:** число достигнутых целей (лиды), процент конверсии, качество конверсий

Инструменты: Яндекс Метрика, CRM

*+ КОСВЕННО*

**Видимость по запросам в поиске:** динамика показов, доля запросов в топе, показы по брендовым запросам

Инструменты: GSC, Яндекс Вебмастер

**Генеративная видимость:** нахождение бренда в ответах, источники цитирования

Инструменты: ручной мониторинг, сервисы

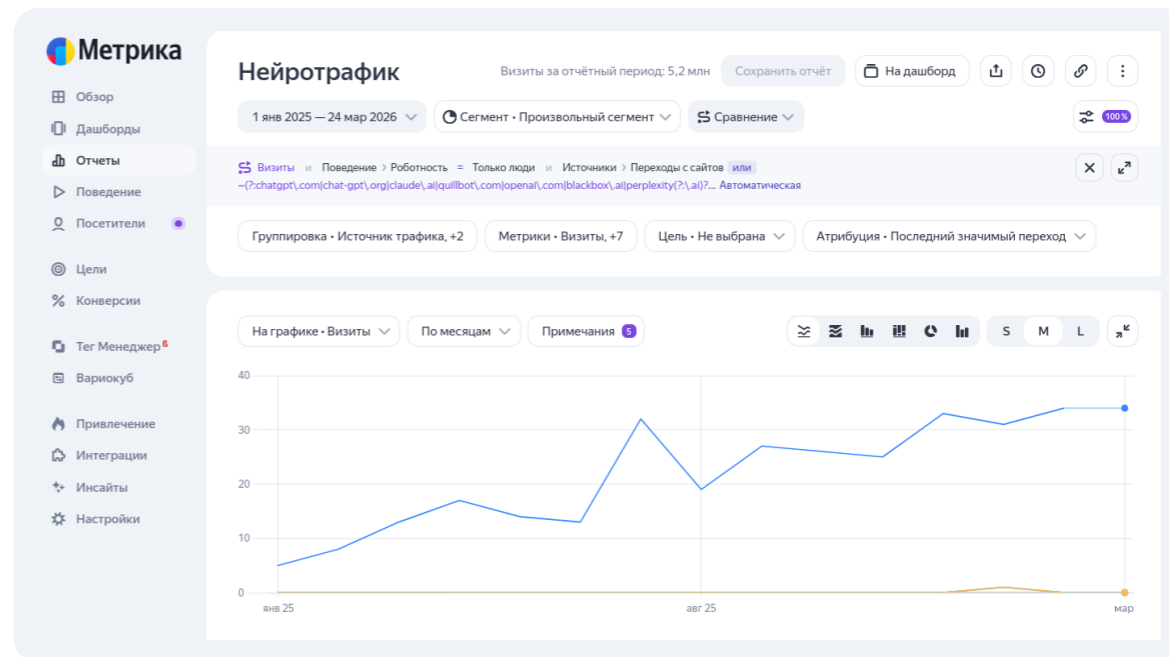
# Метрики оценки эффективности и их измерение

## Переходы на сайт по данным Яндекс Метрики

Настройка:

- Откройте Яндекс.Метрику
- Выберите раздел «Отчёты» → «Источники, сводка»
- Создайте сегмент для визитов из нейросетей: рядом с блоком «Визиты» через поисковую строку найдите параметр «Источник — Реферер»
- Добавьте регулярное выражение

```
~(?:chatgpt\.com|chat-gpt\.org|claude\.ai|quillbot\.com|openai\.com|blackbox\.ai|perplexity(?:\.ai)?|copy\.ai|jasper\.ai|copilot\.microsoft\.com|gemini\.google\.com|(?:\w+)\.?)mistral\.ai|deepseek\.com|edgepilot|edgeservices|nimble\.ai|iask\.ai|aitastic\.app|bnnngpt\.com|writesonic\.com|exa\.ai|waldo|alice\.yandex\.ru)
```



Переходы с ИИ-ответов в поиске пока не отслеживаются Яндекс. Метрикой.

Обращаем внимание на источники, число переходов, их качество и привели ли они к целевым действиям.

Источники трафика (детально) / Тип площадки	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Конверсия по любой цели
Итого и средние	2 691 546 (100.00%)	14,50%	1,47	1 м 45 с	69 694 (100.00%)	38,34%
Переходы из поисковых систем	2 187 898 (81,29%)	10,57%	1,48	1 м 53 с	43 822 (62,88%)	42,80%
Переходы по рекламе	334 097 (12,41%)	35,28%	1,33	52 с	15 933 (22,86%)	7,90%
Прямые заходы	144 495 (5,37%)	25,39%	1,41	1 м 22 с	5 610 (8,05%)	39,44%
Переходы по ссылкам на сайтах	11 957 (0,44%)	14,38%	2,55	3 м 41 с	2 115 (3,03%)	42,75%
chatgpt.com	193 (0,0072%)	17,10%	1,88	2 м 31 с	23 (0,03%)	42,49%
alice.yandex.ru	185 (0,0069%)	18,38%	2,03	2 м 29 с	19 (0,03%)	83,24%
perplexity.ai	152 (0,0056%)	17,11%	1,55	3 м 5 с	10 (0,01%)	53,95%

# Метрики оценки эффективности и их измерение

## Видимость по запросам

### Google Search Console (GSC)

Настройка: Эффективность → Результаты поиска → Запросы → Клики и показы.

Если на графике показы растут, а клики снижаются (при этом позиции сайта не изменялись) — это признак нахождения упоминания в ИИ-ответах.

### Яндекс Вебмастер

Настраиваем группу запросов "Брендовые" и следим за динамикой в разделе Эффективность → Статистика запросов.

## Число брендовых запросов

### Яндекс Вордстат

Динамика числа брендовых запросов.

Google Search Console interface showing search performance data for the website `https://lipobase.ru/`. The interface includes a navigation menu on the left, a search bar at the top, and a main content area with a table of search queries. A dropdown menu is open over the table, showing 'Клики' and 'Показы' with checkmarks.

ЗАПРОСЫ	СТРАНИЦЫ	СТРАНЫ	УСТРОЙСТВА	ВИД В ПОИСКЕ	МЕСЯЦЫ
Популярные запросы					
липобейз				✓ Клики	
липобейз крем				✓ Показы	
крем липобейз					1 150 5 091
липобейз эмульсия					619 9 010
липобейз беби					445 1 889

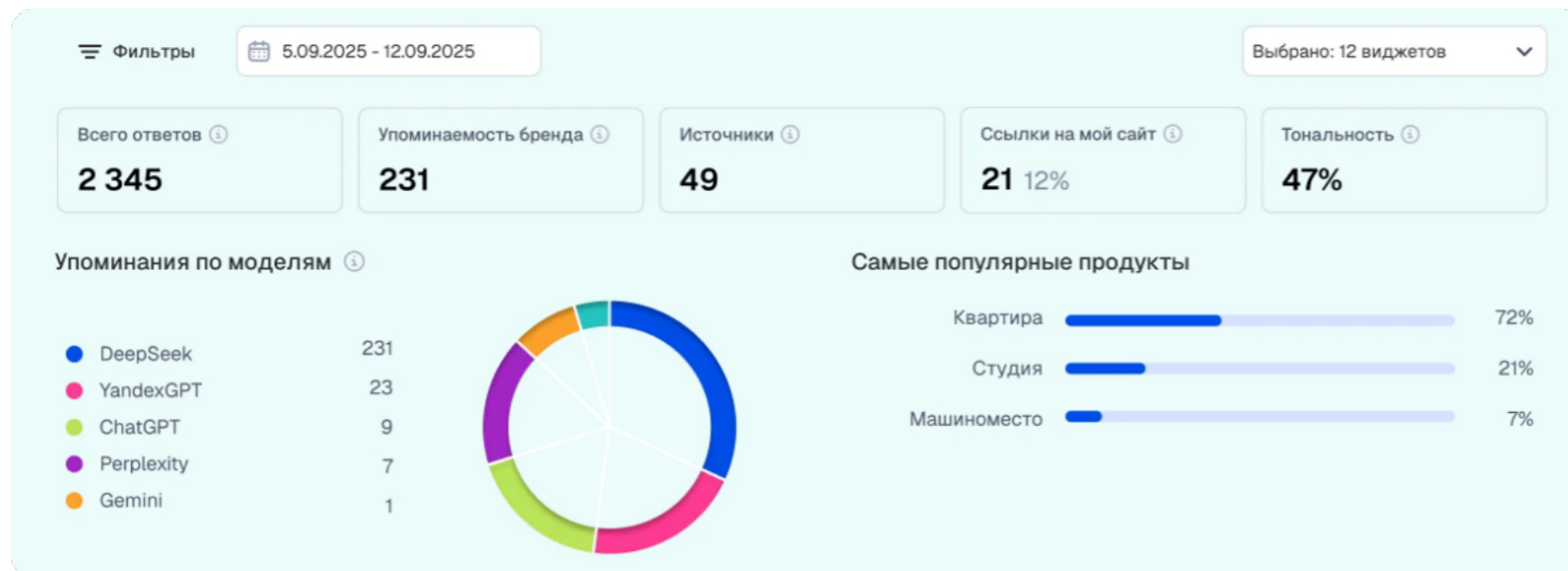
# Метрики оценки эффективности и их измерение

**Генеративная видимость:** нахождение бренда в ответах, доля цитирования

Инструменты: ручной мониторинг (помните, что результаты персонализированы) или сервисы

**Примеры сервисов, для анализа:**

- <https://ai-semantic.com/ru>
- <https://ai.pixeltools.ru>
- <https://georank.ru>



# Кейс

**Клиент:** многопрофильный медицинский центр

SEO работы выполнялись в полном объеме на протяжении всего контракта.

Май 2025 г. Эксперимент - переработка 30 страниц сайта:

1. Расширение контента на страницах сайта (20 страниц услуг и 10 статей):

- с 4 000 — 6000 символов до 8 000 — 10 000 на страницах с услугами,
- с 6 000 — 7 000 символов до 9 000 — 11 000 в информационных статьях.

Расширение проводили за счет:

- добавление в начало определений и самой важной информации,
- блока FAQ,
- авторов и источников (по возможности).

2. Добавление даты обновления материала.

3. Внедрение заголовков h3 вместо style и strong.

4. Замена текста на списки и таблицы (где уместно).

5. Доработка микроразметки: автор, заголовки, вопрос-ответ.



# Кейс

20

**Клиент:** многопрофильный медицинский центр

## Результаты:

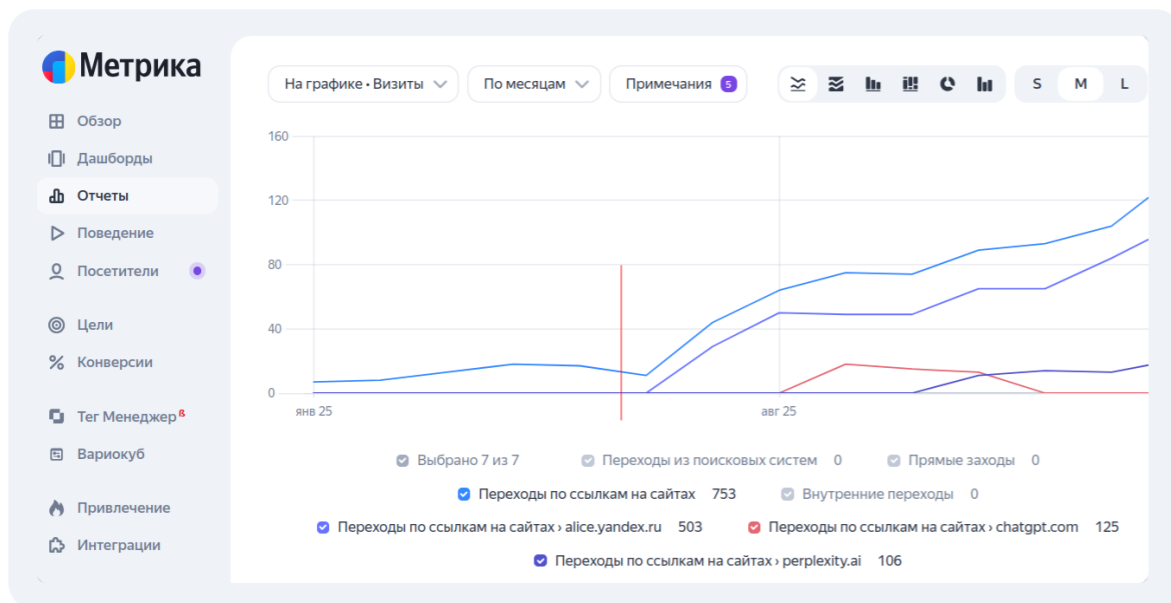
### 1. Переходы на сайт с нейросетей

- С одной стороны — рост в 12 раз (с 10 до 122)
- С другой стороны — всего 0,05 % от числа переходов на сайт с поисковых систем и менее 0,03 от общей посещаемости сайта.

### 2. Конверсии

В среднем на уровне переходов с поиска:

- 3,4% - конверсия с поискового трафика
- 1,52% - переходы с perplexity.ai
- 2,65% - переходы с alice.yandex.ru
- 4,55% - переходы с chatgpt.com

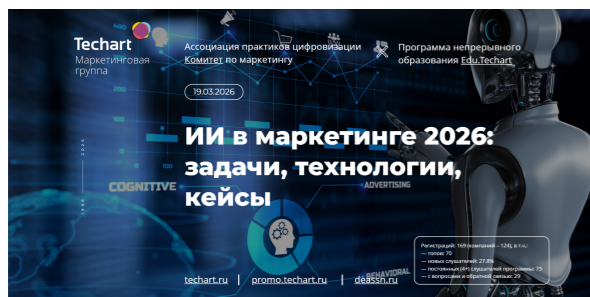


# Выводы

1. Обратит внимание на продвижение в нейросетях важно уже сейчас: использование ИИ-ассистентов стремительно растет и пользователи им доверяют всё больше. Отсутствовать в их ответах — упустить возможность.  
Сейчас GEO/AEO актуально больше бизнесам, чья аудитория активно ищет советы и отзывы (информационные запросы). Но в будущем — это не только косвенное влияние на продажи, но и прямые конверсии.
2. GEO/AEO не заменяют SEO, а дополняют его: основные факторы ранжирования идентичны. Главное — контент, скорость загрузки, техническая оптимизация сайта, авторитетность компании и ресурса.
3. Важно учитывать, что ответы нейросетей персонализированы: они учитывают ваш регион по IP-адресу и настройкам браузера, язык, историю поиска и авторизацию.
4. Нейросети не являются источником заметного трафика. Не стоит рассчитывать на многое: его доля будет постепенно расти, но вряд ли будет существенной.
5. Оценить эффективность данного продвижения в настоящее время довольно сложно.

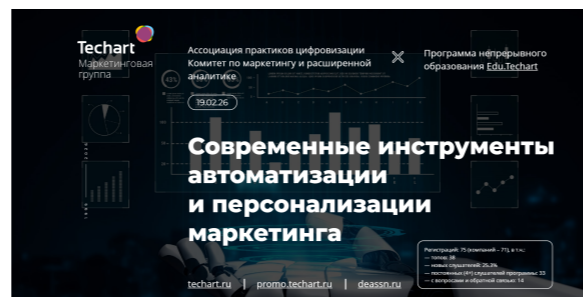
# Наши материалы по теме

22



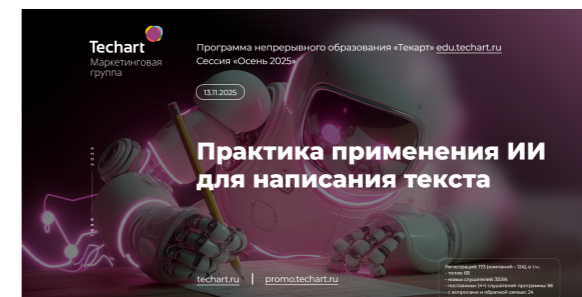
19.03.2026

[ИИ в маркетинге 2026:  
задачи, технологии, кейсы](#)



19.02.2026

[Современные инструменты  
автоматизации и персонализации  
маркетинга](#)



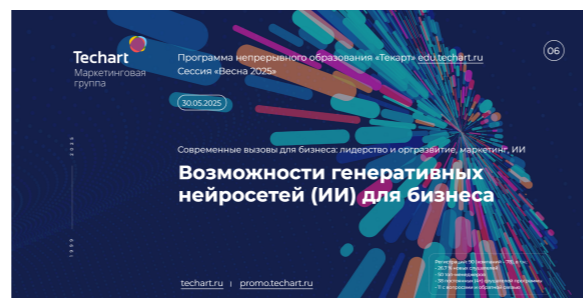
13.11.2025

[Практика применения ИИ  
для написания текста](#)



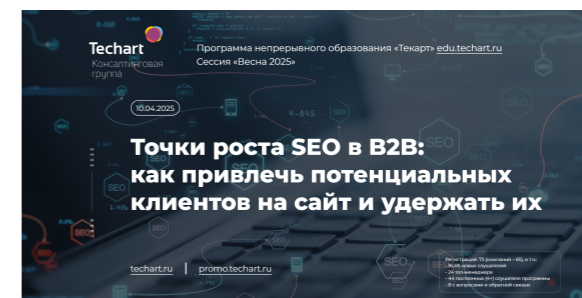
18.12.2025

[Маркетинг 2025–2026:  
итоги и тренды](#)



30.05.2025

[Возможности генеративных  
нейросетей \(ИИ\) для бизнеса](#)



10.04.2025

[Точки роста SEO в B2B:  
как привлечь потенциальных  
клиентов на сайт и удержать их](#)

# Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

## Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

## Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

### Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

### Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь



Стратегия, аналитика, контент, разработка,  
продвижение



**Елена Мигулина**

Директор практики  
интегрированного маркетинга

[migulina@techart.ru](mailto:migulina@techart.ru)

### Релевантные услуги «Текарт»:

- [Поисковый маркетинг](#)
- [Управление репутацией](#)
- [Продвижение в социальных сетях](#)
- [Веб-аналитика](#)
- [Автоматизация маркетинга и продаж](#)

**+7 495 790 75 91**

Маркетинговая группа «Текарт»

[techart.ru](http://techart.ru)

Интегрированный маркетинг и PR

[promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

IT-решения и веб-разработка

[web.techart.ru](http://web.techart.ru)

Дизайн-бюро

[design.techart.ru](http://design.techart.ru)

Креативное агентство

[creative.techart.ru](http://creative.techart.ru)

Фотоагентство

[photo.techart.ru](http://photo.techart.ru)

Аналитика и бизнес-планирование

[research.techart.ru](http://research.techart.ru)

Работа в «Текарт»

[hr.techart.ru](http://hr.techart.ru)

Образовательная программа

[edu.techart.ru](http://edu.techart.ru)



**TechartPulse**

Рабочий пульс:  
проекты, кейсы,  
публикации



**Techart\_ru**

Системное развитие  
бизнеса



**Edu\_Techart**

Непрерывное образование  
для руководителей  
по маркетингу



**Edu\_Techart**

Непрерывное образование  
для руководителей  
по маркетингу