GEO VISIBILITY

Отчёт о видимости в нейросетях

Пример: сервис ремонта техники

Образец отчёта. Построен на анонимизированных реальных данных одного бизнеса. Названия конкурентов заменены буквами.

Дата формирования: 21.11.2026 · срез на 17.11.2026 · исполнитель: ООО «Яблока»

Резюме для руководителя

- Бренд называют в 14-64% ответов, в зависимости от нейросети. Выше всего Perplexity (64%), ниже всего Алиса AI (14%) и YandexGPT (16%).
- За период замера различимо изменились три канала: рост в YandexGPT, Алиса AI, снижение в Perplexity. В остальных (GPT через API, Exa (ИИ-поиск), ChatGPT, Нейропоиск Яндекса) разница лежит в пределах шума, и мы не называем её изменением.
- За 04.11-17.11 сервис А назван в 32% ответов, вы в 30%. Сильнее всего он опережает вас в каналах: Нейропоиск Яндекса, YandexGPT, Алиса AI.
- Нейросети чаще всего опираются на ваш сайт, сайты сервисных сетей, каталоги с отзывами и доски объявлений. Четыре каталога и доски дают около 37% ссылок из десятки крупнейших источников, поэтому присутствие там стоит проверить отдельно.
- Пять рекомендаций в конце отчёта упорядочены по ожидаемой отдаче. Эффект проверяем повторным срезом через четыре недели, а не по ощущениям.

> Правило чтения: изменение показываем, только если оно больше порога различимости. Всё, что меньше, считаем шумом замера.

Видимость по каналам

Доля ответов, в которых назван бренд. Первый и последний срез внутри одной версии прибора.

Канал	Первый	Последний	Разница	Порог	Вердикт	Срезов
Perplexity	77%	64%	−13 п.п.	±4 п.п.	**различимо: снижение**	6
GPT через API	43%	39%	−4 п.п.	±6 п.п.	**в пределах шума**	2
Exa (ИИ-поиск)	32%	33%	+2 п.п.	±2 п.п.	**в пределах шума**	5
ChatGPT	29%	31%	+2 п.п.	±8 п.п.	**в пределах шума**	5
Нейропоиск Яндекса	20%	19%	−1 п.п.	±5 п.п.	**в пределах шума**	2
YandexGPT	7%	16%	+9 п.п.	±3 п.п.	**различимо: рост**	5
Алиса AI	12%	14%	+3 п.п.	±1 п.п.	**различимо: рост**	2

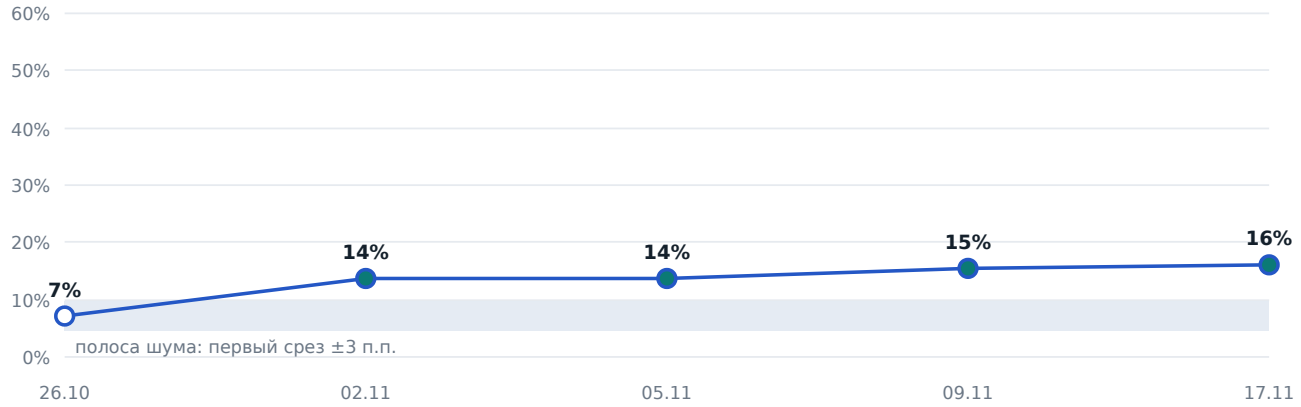
Алиса AI и нейропоиск Яндекса: в версии прибора пока два среза, вердикт предварительный. У ChatGPT разброс между днями шире порога, поэтому по нему мы показываем уровень, но не движение.

Как выглядит различимое изменение и шум

Закрашенные точки вышли за полосу шума вокруг первого среза, пустые остались внутри неё.

YandexGPT: доля ответов, где называют бренд

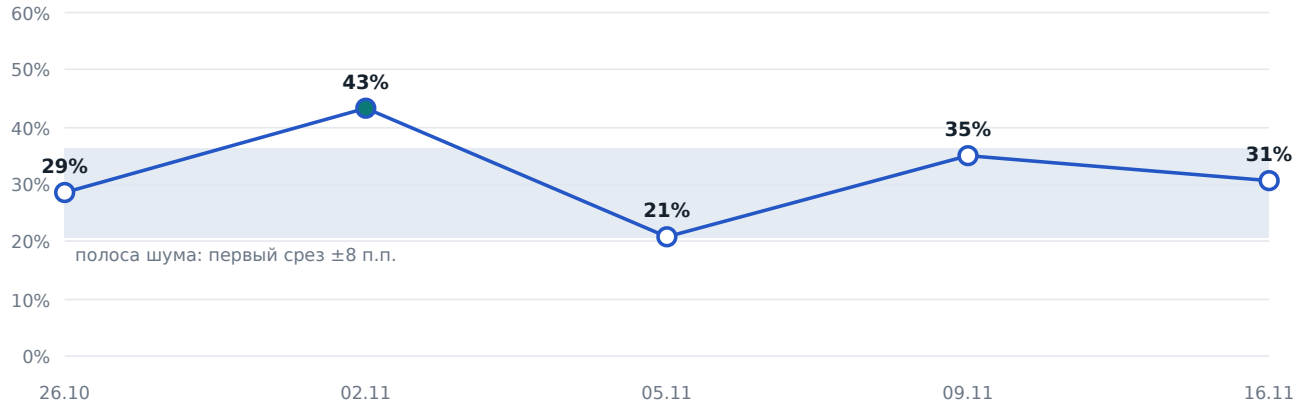
Один прибор с 25.10.2026; порог ±3 п.п.



Закрашенная точка: отличие от первого среза больше порога. Пустая: в пределах шума. Точка = один срез.

ChatGPT: доля ответов, где называют бренд

Один прибор с 25.10.2026; порог ±8 п.п.; между днями разброс шире порога, движение не утверждаем



Закрашенная точка: отличие от первого среза больше порога. Пустая: в пределах шума. Точка = один срез.

Кого называют вместо вас

Доля пригодных ответов, в которых назван бренд. Один период (с 04.11.2026 по 17.11.2026), те же вопросы и каналы, что и для вашей видимости: 3 217 ответов. Названия конкурентов заменены буквами.

Кто назван	Всего	Perplexity	GPT API	Exa	ChatGPT	Нейропоиск	YandexGPT	Алиса
Вы	**30%**	**56%**	**41%**	**36%**	**30%**	**19%**	**15%**	**13%**
Сервис А	32%	57%	4%	25%	2%	40%	53%	67%
Сервис Б	20%	65%	17%	22%	6%	19%	7%	13%
Сервис В	15%	47%	3%	10%	7%	13%	13%	15%
Сервис Г	15%	61%	2%	16%	1%	14%	7%	8%
Сервис Д	13%	35%	10%	24%	10%	2%	2%	2%
Сервис Е	12%	5%	7%	21%	4%	15%	15%	20%

Источники ответов

Сайты, на которые нейросети ссылаются чаще всего (десять крупнейших, доли внутри этой десятки).

Тип источника	Ссылок	Доля
ваш сайт	1017	16%
сайт сервиса А	1002	16%
каталог услуг со специалистами	736	12%
сайт сервиса Б	634	10%
доска объявлений	565	9%
каталог организаций с отзывами	547	9%
каталог Яндекс Услуги	526	8%
сайт сервиса В	479	8%
сайт сервиса Г	469	7%
сайт сервиса Д	409	6%

Что делать: пять рекомендаций

1. **Закрыть вопросы без упоминания бренда**
   Самые слабые запросы: «срочно», «сегодня», общие формулировки без метро. Для каждого нужна страница с ответом в первых строках: что чиним, сколько стоит, как быстро, где находимся.

2. **Появиться в источниках, на которые ссылаются нейросети**
   Каталоги с отзывами, доски объявлений и каталоги услуг входят в десятку самых цитируемых источников и дают около 37% её ссылок. Заполненный профиль и свежие отзывы там читаются моделью как подтверждение.

3. **Дать цитируемую структуру страницам**
   Цена, срок, гарантия и адрес должны стоять в тексте страницы, а не в картинке или во всплывающем окне. Короткий абзац-ответ в начале страницы цитируется чаще длинного вступления.

4. **Менять по одному и мерить повторным срезом**
   Если за месяц изменить десять вещей сразу, причину роста не определить. Группируйте правки и делайте контрольный срез через четыре недели с теми же вопросами.

5. **Связать видимость с обращениями**
   Добавьте в форму и разговор вопрос «откуда узнали» с вариантом «нейросеть». Без метки деньги из этого канала видны только по косвенным признакам.

Одна рекомендация от начала до конца

Как выглядит каждая задача из списка: что спросили, что ответила нейросеть, что меняем и по какому признаку считаем, что сработало.

1. **Вопрос**
   «Где в Москве заменить батарею MacBook». Канал: YandexGPT, период с 04.11.2026 по 17.11.2026.

2. **Что ответила нейросеть**
   Из 9 ответов за период ваш бренд не назван ни разу. Вместо вас назывались: Сервис А, Сервис В, Сервис Е.

3. **На что опирался ответ**
   Чаще всего ссылки вели на: сайт сервиса А, каталог услуг со специалистами.

4. **Что изменить**
   Отдельная страница под этот вопрос: первым абзацем ответ (что чиним, сколько стоит, срок, адрес), ниже цены цифрой и гарантия. Карточка в каталоге, на который ссылаются ответы, с той же ценой и тем же адресом.

5. **Критерий проверки**
   В повторном срезе бренд назван в ответах на этот вопрос, а доля по каналу выросла больше порога различимости. Если рост меньше порога, правку не засчитываем.

6. **Повторный замер**
   Не раньше 15.12.2026: четыре недели на то, чтобы нейросеть увидела изменения. Вопросы и каналы те же.

Методика замера

- Мы задаём каждой нейросети один и тот же набор вопросов, как их задал бы клиент (в примере 56 вопросов без названия бренда), и смотрим, назвали ли бренд в ответе.
- Нейросеть отвечает по-разному на один вопрос. Поэтому каждый вопрос повторяем и считаем разброс между повторами в один день: сайт за день не меняется, значит этот разброс есть погрешность замера.
- Из разброса считаем порог различимости: минимальную разницу двух срезов, которую можно отличить от шума с вероятностью 95%. Разница меньше порога обозначена «в пределах шума» и не считается изменением, даже если цифра выросла.
- Срез равен одной точке. Две точки не образуют тренд. Сравнивать срезы можно только внутри одной версии прибора: при смене набора вопросов, региона, числа повторов или способа получения ответа ряд разрывается, и мы начинаем новый.
- Порог учитывает случайность ответов нейросети, но не учитывает все возможные причины изменений. Рост после ваших правок не доказывает, что причина в них: за месяц могла измениться и сама модель.
- Данные образца: 10 323 пригодных ответов с 05.09.2026 по 17.11.2026 (по всем срезам и каналам для долей конкурентов и источников). Динамика по каналам взята из версии прибора действующей с 25.10.2026 (для Perplexity Алисы нейропоиска и GPT через API с 19.10.2026).
- Что мы не меряем: реальные переходы людей из нейросетей (для этого нужны логи и метки в CRM), персональную выдачу конкретного человека, ответы в приложениях без доступа к интерфейсу. Каналы, где шум не удалось измерить, показываем только как уровень.