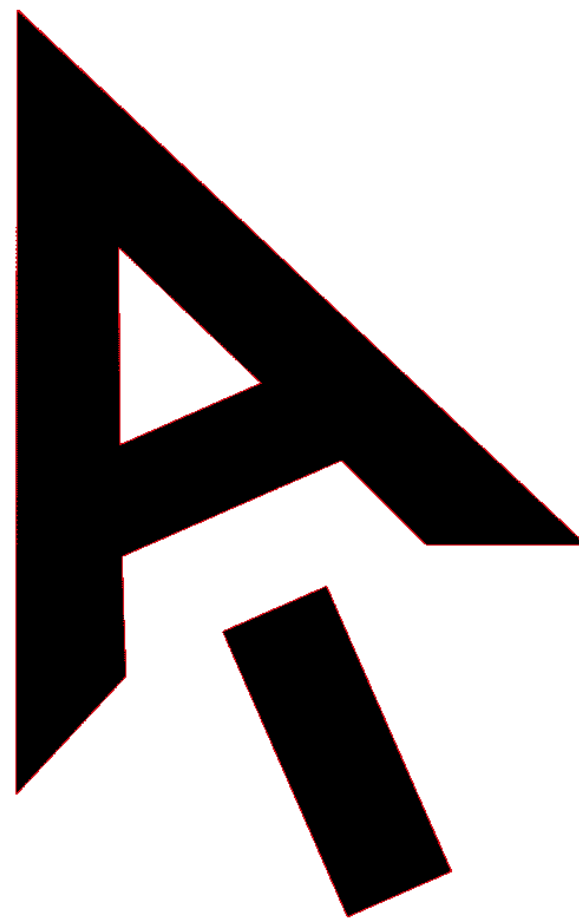


Как попасть в нейроответы ПОИСКОВИКОВ



Ашманов
и партнеры



Спикер отраслевых
конференций

RIW, СПИК, Optimization, eTarget

Преподаватель

В ВШЭ и Академии интернет
маркетинга АиП, школы
электронной конверсии IWENGO

С 2010 года

Работаю в компании
«Ашманов и партнеры»

Соавтор книги

«Оптимизация и продвижение
в поисковых системах»
(4 издание)

Ведущий эксперт

По поисковой оптимизации.
Более 10-лет опыта анализа
и построения сайтов
по требованиям поисковых
систем

Член программного
комитета

Конференции Optimization:
«Поисковый маркетинг
и продвижение бизнеса
в Интернете»

Денис Шубенок

Исполнительный директор
«Ашманов и Партнеры»

18 лет

Опыта digital

15 лет

Опыта в SEO

8 лет

Развиваю «АиП»

Почему это важно

+ 527%

рост AI-сессий
за полгода 2025

2.5B

промтов в день
только Chat GPT

34%

взрослых США
уже используют

800M

пользователей
в неделю

Гео продвижение



Топы запросов



Динамика



Регионы



Сайты по запросу

По месяцам ▾

Май 2024 — Апрель 2026

Все регионы ▾

☒ Десктопы

☒ Смартфоны

☒ Планшеты



Число запросов



Доля от всех запросов

Скачать ▾

1711,25

1369,00

1026,75

684,50

342,25

0

июл 24

окт 24

янв 25

апр 25

июл 25

окт 25

янв 26

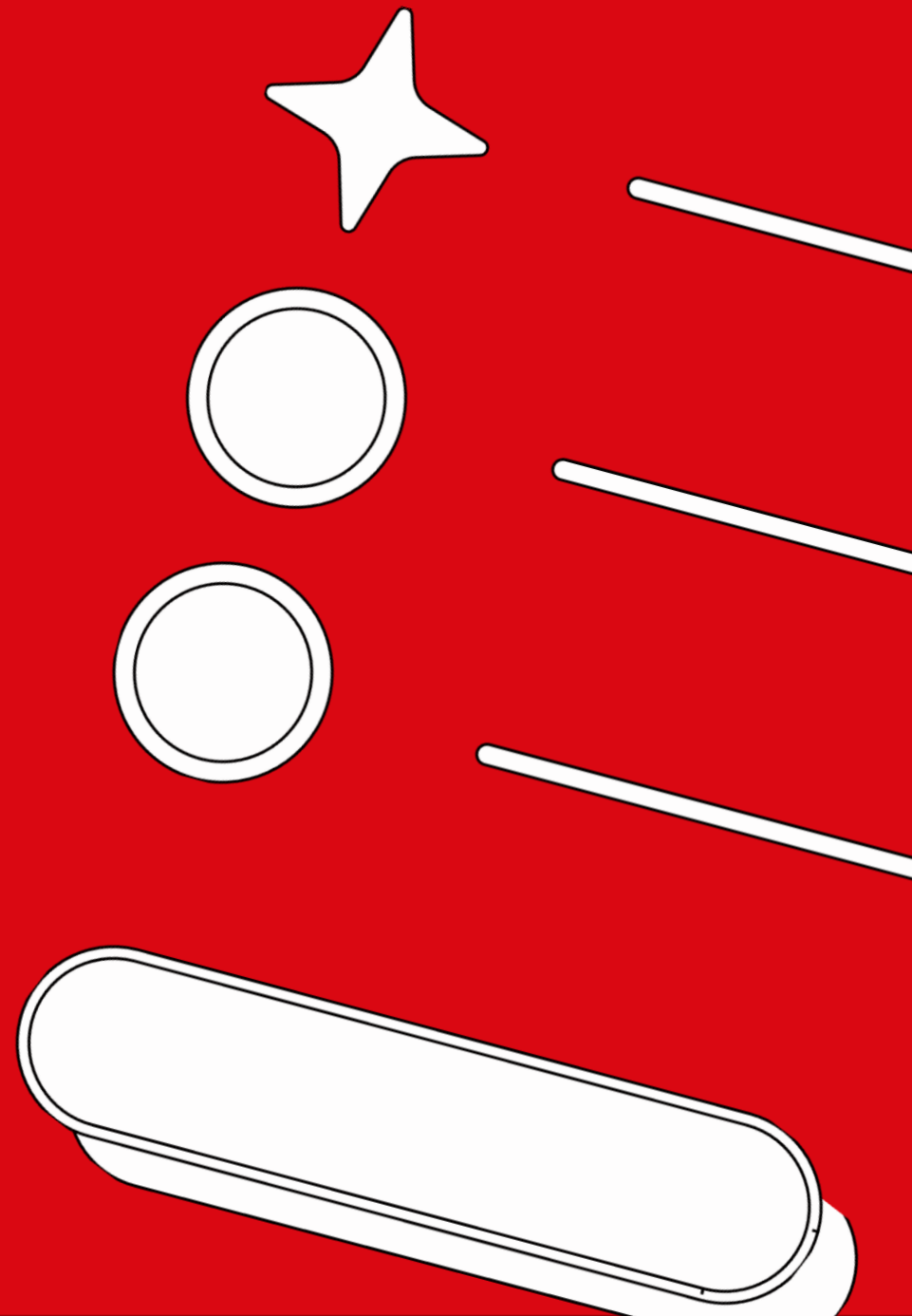
-25%

Органического трафика к 2026 уйдёт в AI-чатботы

Прогноз Gartner

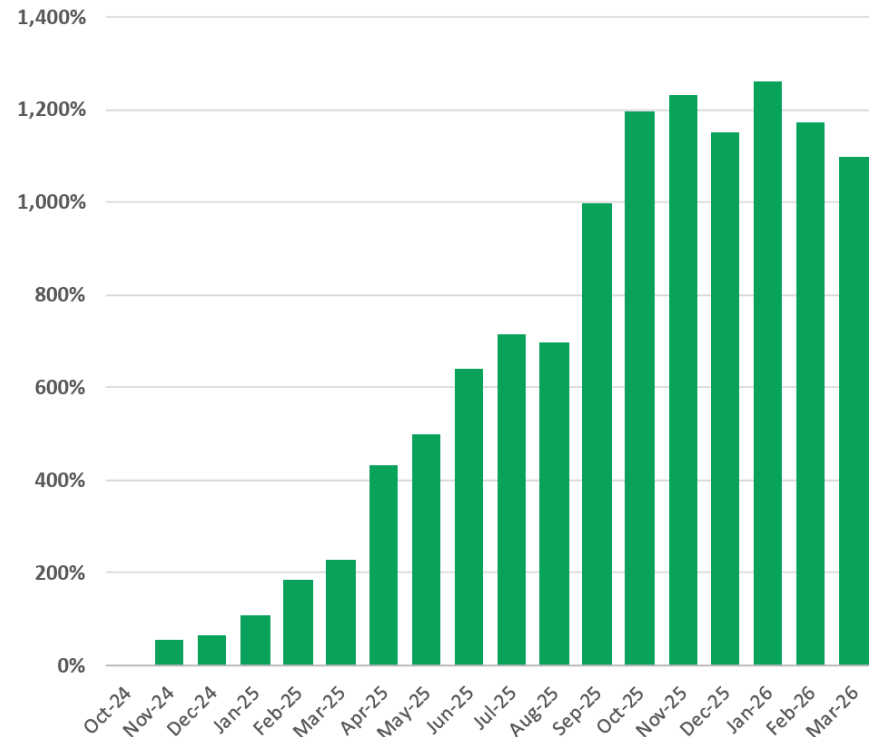


Ашманов
и партнеры



Использование ИИ в Ритейле

Рост доли визитов с использованием ИИ (Ритейл)



39%

покупателей используют
ИИ-ассистентов для онлайн-покупок

85%

из них заявили, что ИИ улучшил
их покупательский опыт

*по данным опроса Adobe в марте 2026 года

+393%

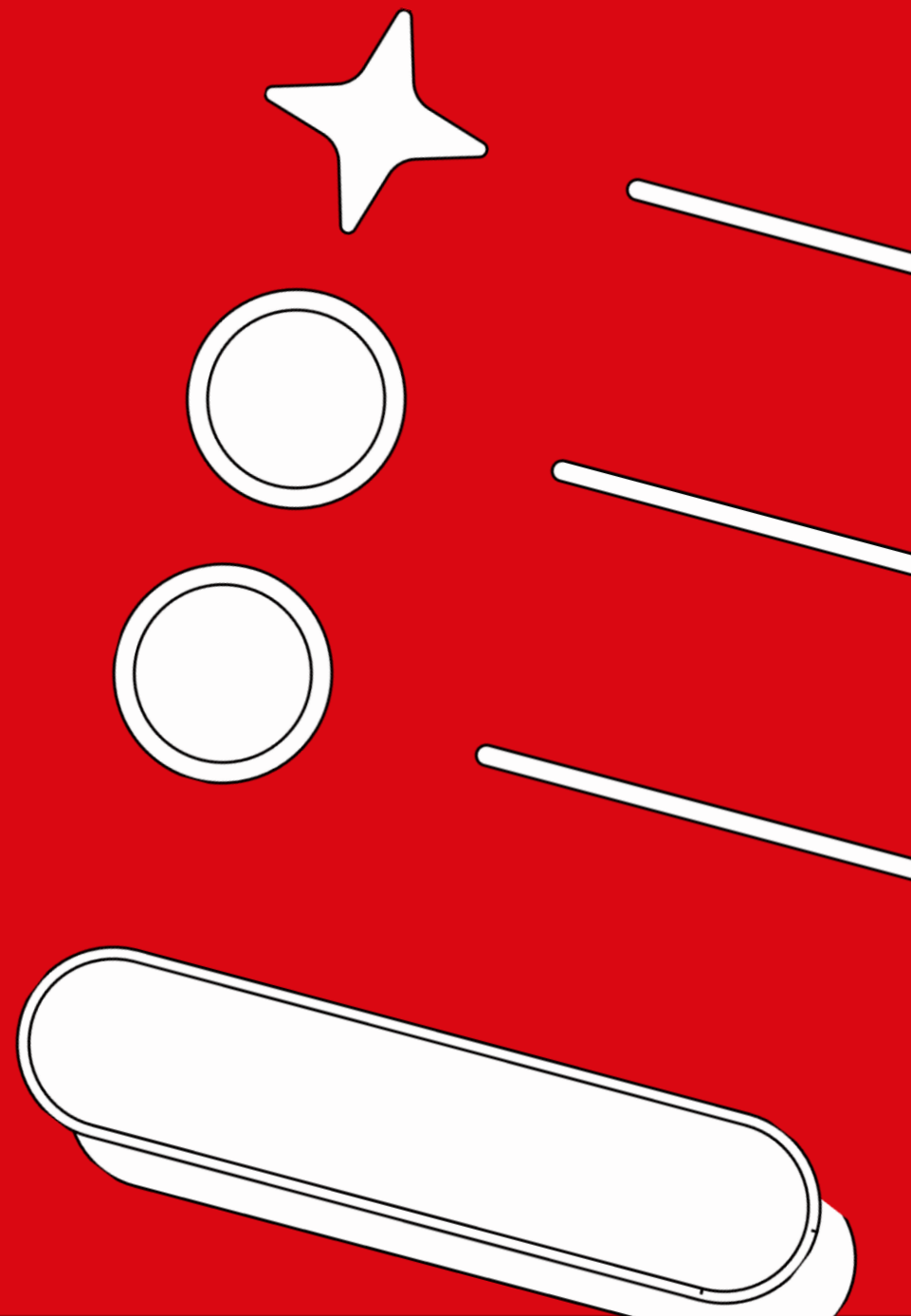
Рост ИИ-трафика в Ритейле (год к году, Q1)

Данные Adobe

Отчет 2026 Q2 AI Traffic Report



Ашманов
и партнеры





**Развитие ИИ-агентов будет
конкурировать в первую очередь
не с поиском,
а с маркетплейсами**



Ашманов
и партнеры

5 вопросов про нейропоиск





- Здравствуйте, это у вас тут организованны начальные курсы для желающих научиться уклончивым ответам?
- Вполне вероятно, возможно что и у нас...



**В нейробоиске показываются
только сайты, которые высоко в
выдаче**



Ашманов
и партнеры

Коммерческий «поиск с алисой».

Или всё же информационный?



- 1000 **коммерческих** запросов из рейтинга видимости по eCom («АиП»)
 - по 100 из 10 разделов
 - Относительно частотные
- Только у <10 зпаросов ИИ-блок на «первом экране»
 - Всегда информационные ответы
 - Остальные 99,9%: кликнуть по **алиса** в меню
- Только 20% ответов Алисы коммерческие
- 80% ответов - **информационные!**
 - но только около 1/3 из них - с информационных страниц
 - две трети (парадокс!) - с коммерческих



У сайтов из топа поиска больше шансов попасть в нейровыдачу

- Топ-5 — 36%, топ-6-10 — 27%, вторая десятка — 21%, третья — 9%, всё, что дальше — 7%
- Позиция в поиске почти не влияет на место внутри выдачи Алисы: корреляция $< 0,1$ порядок в AI-блоке не похож на порядок в Яндексе

Распределение ответов Алисы по позициям в Яндексе					
Первая десятка		Вторая десятка		Третья десятка	
Позиция в поиске	Вхождений в AI-блок	Позиция в поиске	Вхождений в AI-блок	Позиция в поиске	Вхождений в AI-блок
1	40	11	12	21	6
2	37	12	4	22	6
3	37	13	10	23	3
4	35	14	12	24	9
5	38	15	12	25	6
6	27	16	8	26	3
7	30	17	17	27	6
8	27	18	9	28	3
9	22	19	7	29	4
10	33	20	16	30	3

Не обязательно быть большим

 лучший отель в подмосковье для отдыха с детьми

поиск алиса картинки видео карты товары финансы квартиры перевод

 **10 лучших отелей и гостиниц для отдыха с детьми...**
tripadvisor.ru > Отели Подмосковья > Отели для отдыха с детьми в Подмосковье
Лучшие отели и гостиницы для отдыха с детьми в Подмосковье на TripAdvisor: тысячи отзывов туристов, фото и цены отелей для отдыха с детьми в Подмосковье, Россия.

 **Лучшие отели Подмосковья для детей всё включено — цены...**
101hotels.com > Всё включено > Лучшие для детей всё включено
Специально для вас мы собрали коллекцию отелей в Подмосковье, которые предлагают питание все включено и полный пансион, а также подходят для проживания с детьми. Все они были оценены реальными отзывами гостей.

 **Отдых с детьми в Подмосковье: топ-31 лучший семейный...**
welcome.mosreg.ru > Отдых с детьми в Подмосковье: топ-31 лучший семейный о...
Отдых с детьми в парк-отеле «Воздвиженское». ... Детская площадка в отеле LES Art Resort в Подмосковье. Отель LES Art Resort расположен в 70 километрах от МКАД, в лесном массиве, в экологически чистой зоне западного Подмосковья.

 **15 лучших отелей для отдыха с детьми в Подмосковье: цены...**
kr.ru > Отели > Для отдыха с детьми
Мы составили рейтинг 15 лучших отелей для отдыха с детьми в Подмосковье с ценами и отзывами отдыхающих. Выберите лучший отель и насладитесь прекрасным отдыхом с детьми в Подмосковье.

 **Отели Подмосковья для отдыха с детьми: 10 лучших**
t-j.ru > Путешествия
Подборка 10 лучших отелей Подмосковья для отдыха с детьми. Загородные отели Московской для семейного отдыха с игрой в гольф, избушкой на куриных ножках, шашлыками, зоопарком, сыроварней.

Параметры «огромного сайта»:

- количество страниц в индексе, кол-во найденных страниц
- ссылочные параметры для сайта
- возраст сайта
- огромный и широкий ассортимент
- много регионов/адресов/телефонов, и др.

 лучший отель в подмосковье для отдыха с детьми

поиск с алисой картинки видео карты товары финансы квартиры

 Алиса AI
Быстрый ответ, возможны неточности

Процесс поиска ▾

Нельзя однозначно назвать лучший отель в Подмосковье для отдыха с детьми — выбор зависит от предпочтений и потребностей семьи. Несколько вариантов, которые подходят для семейного отдыха с детьми: загородный клуб «Лачи», отель LES Art Resort, парк-отель «Дракино» (сейчас называется «Русский») и оздоровительный комплекс «Клязьма».    

Лачи

Загородный клуб «Лачи» расположен на территории 10 га. Здесь есть всё необходимое для семейного отдыха, включая анимацию, клуб активного отдыха, мастер-классы, игровую площадку и верёвочный парк. Некоторые развлечения для детей:  

- верёвочный парк;
- мини-зоопарк с гигантскими насекомыми;
- луна-парк с аттракционами и игровыми автоматами;
- детский клуб «Корабль» — трёхуровневый лабиринт с препятствиями и извилистыми ходами.

Выдача Алисы более демократичная:

- Алиса предпочитает скромных?
- Нет, просто ей всё равно
- Отбор в AI-блок по параметрам, характерным для небольших сайтов



А что нейропоиск любит ?

Контактная информация

- телефон и адрес на странице
- локализация в Москве
- ссылка на «Контакты»

Наличие цен на странице (не на сайте!)

Информация на странице

- Специалист
- рекомендации по выбору
- сравнение товаров

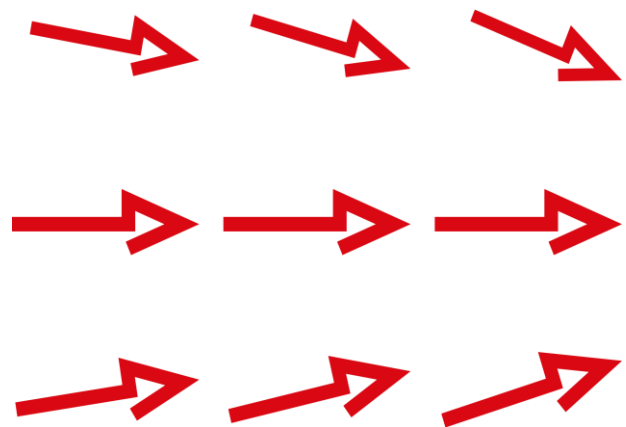
Параметр	Я-АИ	Я-3	Я-10	Я-4-10	Я-30	Я-11-20	Я-21-30	Фон	C _{Я-АИ}	C _Я
Телефон	0,98	0,90	0,94	0,95	0,96	0,97	0,97	0,97	0,05	-0,09
Телефон на странице	0,88	0,69	0,81	0,87	0,89	0,92	0,94	0,94	0,05	-0,19
Адрес на странице	0,64	0,39	0,52	0,58	0,59	0,62	0,62	0,65	0,05	-0,09
Локализация в Москве	0,95	0,97	0,94	0,92	0,91	0,91	0,89	0,77	0,07	0,08
Локализация в СПб	0,44	0,70	0,56	0,49	0,44	0,39	0,36	0,36	0,05	0,18
Страница «Контакты» в интерфейсе	0,89	0,78	0,84	0,86	0,87	0,87	0,89	0,90	-	-0,07
Слов запроса в доменном имени	0,06	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05	0,06	0,04	-	-0,05
Слов запроса и синонимов в доменном имени	0,10	0,06	0,06	0,07	0,08	0,08	0,09	0,07	-	-0,06
Слов запроса в URL	0,63	0,64	0,64	0,64	0,63	0,63	0,62	0,62	-	-
Слов запроса и синонимов в URL	0,71	0,71	0,71	0,71	0,70	0,69	0,69	0,68	-	0,03
Цены на странице	0,87	0,85	0,83	0,83	0,81	0,82	0,78	0,71	0,03	0,06
Цены на странице (авто)	0,89	0,76	0,80	0,82	0,78	0,79	0,74	0,72	-	0,06
Цены на сайте	0,98	0,99	0,99	0,99	0,98	0,98	0,98	0,95	0,08	0,04
Цены на странице: количество (авто)	27,8	26,1	27,0	28,5	24,3	26,1	23,3	17,2	-	0,03
Специалисты компании на странице	0,29	0,22	0,24	0,25	0,25	0,25	0,26	0,28	-0,05	-0,03
Специалисты компании на сайте	0,65	0,82	0,75	0,72	0,65	0,61	0,59	0,62	-0,03	0,14
Рекомендации по выбору на странице	0,33	0,17	0,25	0,28	0,28	0,30	0,29	0,22	0,04	-0,05
Сравнение товаров	0,61	0,67	0,60	0,57	0,61	0,62	0,60	0,53	0,14	-



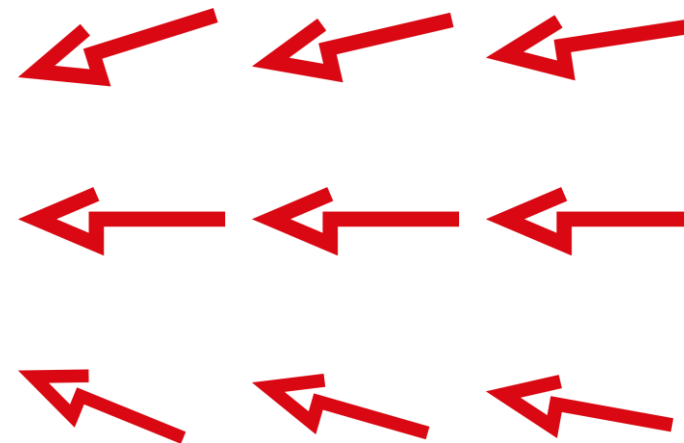
Работы по GEO не отличаются от SEO



Ашманов
и партнеры



Почти ничем,
но есть нюансы



Ашманов
и партнеры

То, что работало в SEO, может навредить в GEO

Состав работ для продвижения в нейросетях

- работы по SEO
- +
- от 50 часов работ специалистов по GEO
- +
- написание и размещение внешнего контента



Направление работы	Задача	Специалист	Часы
Анализ представления сайта в ИИ	Анализ представления сайта для LLM (Анализ того как к компании, сайту и бренду относятся нейросети)	Оптимизатор ▾	2
	Рекомендации для главной страницы сайта и служебных страниц сайта (доставка, гарантии, о компании, отзывы, сотрудники и тд) + рекомендации по созданию новых страниц	Оптимизатор ▾	3
Технический аудит	Техническая оптимизация сайта (Проверка корректности индексации)	Оптимизатор ▾	4
Сбор ключей и промтов (семантика под ИИ)	Создание маркерных промтов/запросов для отчетности	Оптимизатор ▾	3
GEO-структурирование сайта под генеративные системы (Onpage)	Аудит присутствия в GEO (1 целевое направление)		
	Анализ попадания сайта в Яндекс Алису и анализ логики формирования ответа		
	Анализ попадания сайта в Обзор от ИИ Google		
	Анализ попадания сайта в ИИ сервисы (ChatGPT, DeepSeek и Perplexity)	Оптимизатор ▾	6
	Сбор ключей и промтов (семантика под ИИ) под раздел (собираем на основе спроса по вордстату)	Оптимизатор ▾	2
	Создание GEO-страниц на основании собранных промтов	Оптимизатор ▾	2
Оптимизация блога\информационного контента на сайте	GEO-оптимизация существующего контента	Оптимизатор ▾	3
	Оптимизация существующего коммерческого контента		
	Добавление формулировок		
	Таблиц	Оптимизатор ▾	3
Усиление брендовых сигналов	Списков и пр		
	Создание обучающих Knowledge Pages (статьи «для обучения LLM»)	Оптимизатор ▾	4
Отчетность и управление проектов	Анализ и Общие рекомендации по увеличению цитируемости бренда в интернете	Оптимизатор ▾	
	Анализ и Общие рекомендации по корректировке репутации в интернете	ORM специ... ▾	5
План контент маркетинг	Ежемесячный отчет	Оптимизатор ▾	2
	Координация задач, коммуникации с клиентом	Руководит... ▾	10
Стратегия контент-маркетинг	План работ со списком конкретных площадок под конкретный промт-запрос	Оптимизатор ▾	4
Создание контента	Стратегия по развитию на площадках и типам контента (на каких площадках хотим закупаться, какой бюджет как выбираем тексты и прочее)	Оптимизатор ▾	3
	Создание\написание контента необходимого для LLM	Копирайтер ▾	
Прокатка экспертов компании	Создание отзывов для внешних площадок	ORM специ... ▾	15
	Размещение информации об экспертах компании в интернете	Копирайтер ▾	5
Бесплатное размещение контента	Размещение контента на внешних площадках для увеличения информации о компании	Контент-не... ▾	6
		Итого	82
Размещение контента			
Размещение контента	Бюджет на размещение на платных площадках	Контент-не... ▾	От 50 000 руб



Какие метрики можно отслеживать в нейропоиске



Ашманов
и партнеры

AI даёт разные ответы каждый раз



Исследование SparkTopro, январь 2026 – 2,961 запрос к ChatGPT, Claude, Google AI

< 1%

шанс получить
одинаковый
список брендов

< 0.1%

шанс получить
тот же порядок

Что это значит для GEO?

«Позиция в рейтинге AI» - бессмысленно

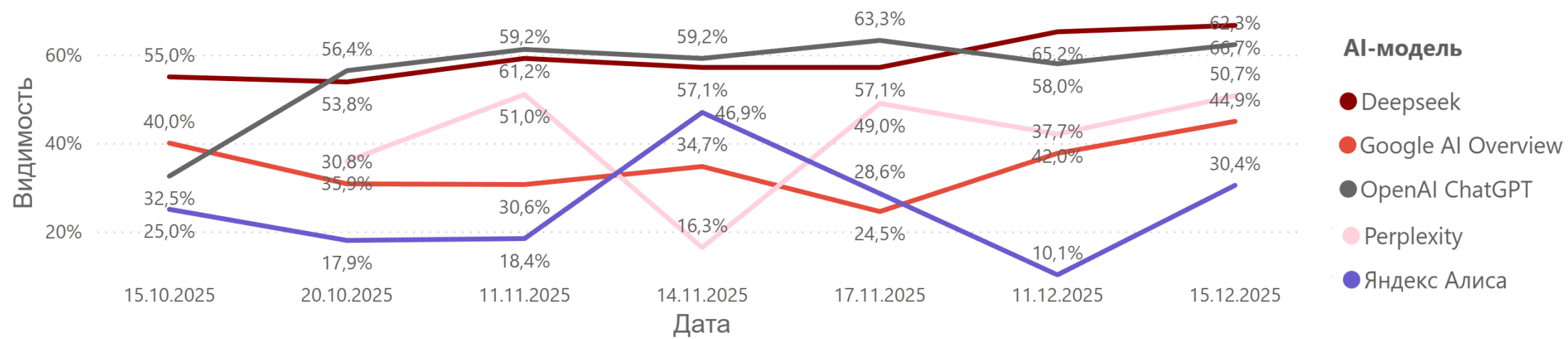
«% видимости» - единственная разумная метрика

Нужно **много запросов** для статической
значимости

Цель GEO - не занять «первое место», а попасть в ответ AI

AI - это вероятностные машины. Работайте над тем, чтобы бренд вообще упоминался.

Видимость сайта

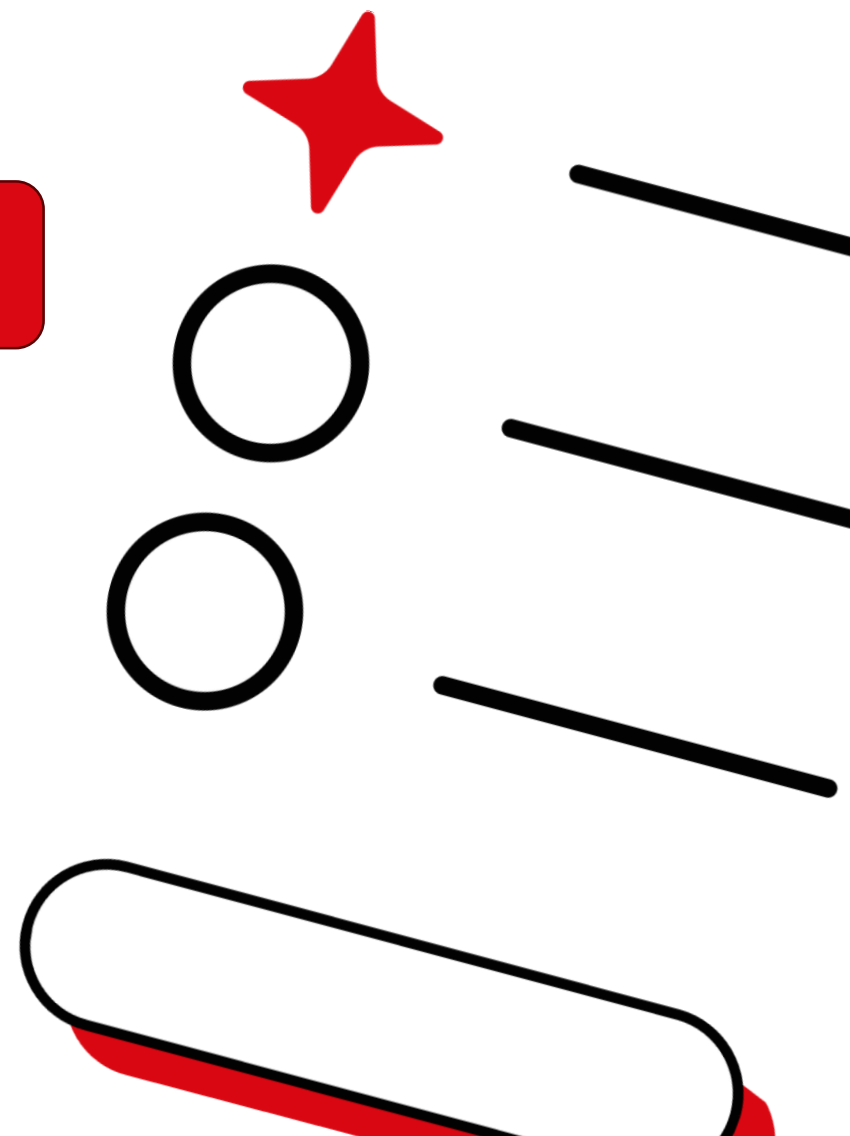


AI-модель	Октябрь 2025	Ноябрь 2025	Декабрь 2025
Deepseek	55,00%	57,14%	66,67%
Google AI Overview	40,00%	34,69%	44,93%
OpenAI ChatGPT	32,50%	59,18%	62,32%
Яндекс Алиса	25,00%	46,94%	30,43%
Perplexity	-	16,33%	50,72%
ИТОГО	38,10%	42,86%	51,01%

Какие метрики можно отслеживать

GEO пока относится скорее к PR-инструментам, цель которых — массовый охват аудитории и рост узнаваемости бренда

- Видимость по целевым промтам
- Тональность и качество ответов по промтам, оценивающим бренд
- Трафик на сайт, лиды, продажи из нейросетей (все это есть)
- Общий рост неплатного трафика с учетом работ по GEO (Рост прямого трафика, органического, рост бренда, трафик с публикаций)
- Позиции публикаций в органической выдаче





Пользователи в нейропоиске ищут по другому

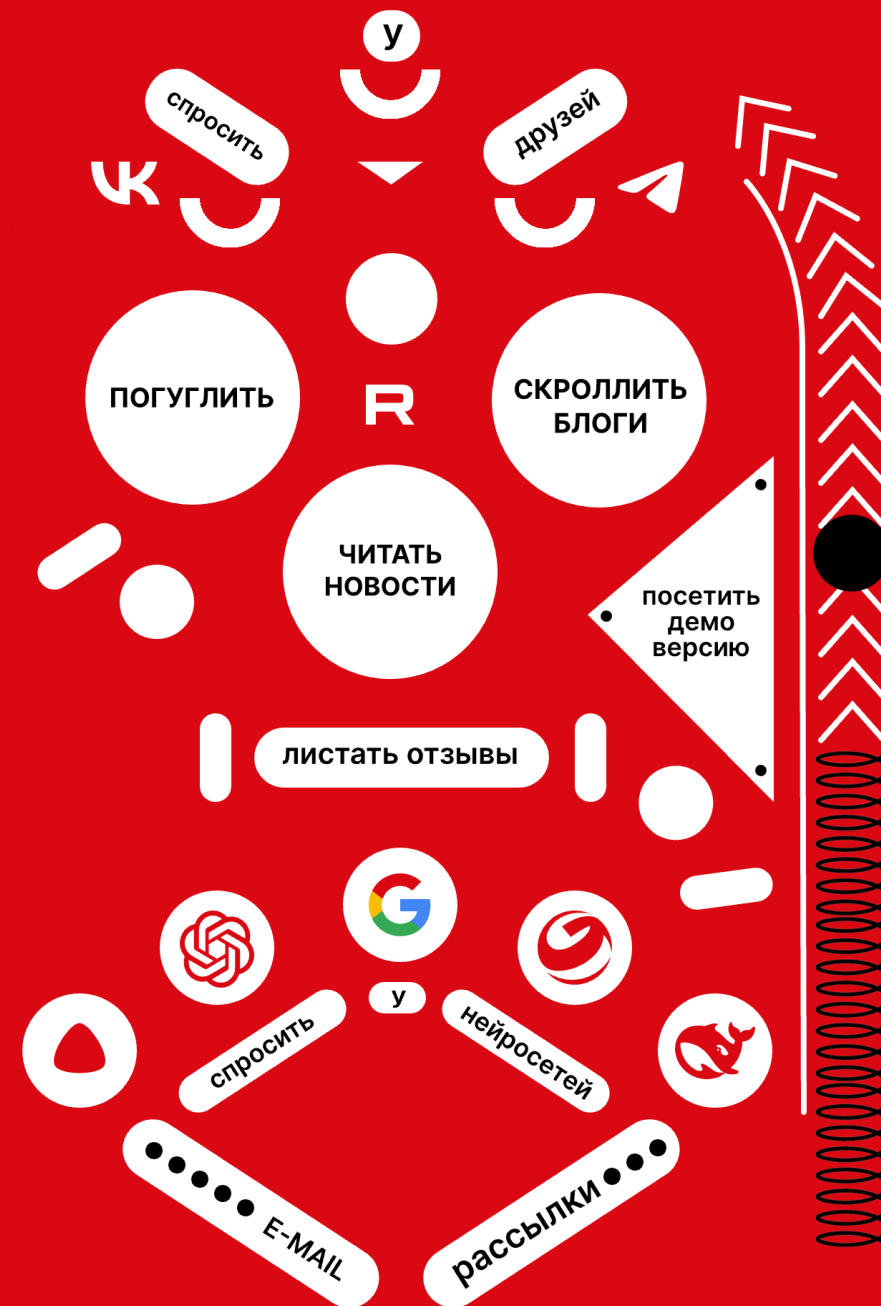


Ашманов
и партнеры

Интен­ты поль­зо­ва­те­ля

Этап CJM	Ин­тен­т / за­да­ча	При­ме­ры поль­зо­ва­тель­ских пром­тов к ИИ
Осоз­на­ние рис­ка	Понять, нужен ли вообще полис	«Нужно ли страховать квартиру?» «Чем рискуешь без ОСАГО?» «Стоит ли оформлять ДМС?» «Нужно ли страхование для визы?»
Формирование понимания	Разобраться в видах страхования	«Чем отличается КАСКО от ОСАГО?» «Что такое франшиза в страховании?» «Какие бывают виды страхования жизни?»
Формирование решения	Выбрать подходящий тип и условия	«Какое страхование квартиры лучше?» «Как выбрать ДМС для семьи?» «Какая страховка покрывает кражу?»
Сравнение и поиск компании	Найти надёжную компанию / продукт	«Как выбрать страховую компанию?» «Надёжные страховые компании в России» «Где оформить ОСАГО онлайн?»
Проверка рисков и условий	Понять, как реально работает страховка	«Почему страховые отказывают в выплате?» «Что не покрывает страховка?» «Как читать страховой договор?»
Оформление полиса	Понять процесс покупки	«Как оформить страховку онлайн?» «Какие документы нужны для ОСАГО?» «Можно ли оформить ДМС без осмотра?»
После покупки	Понять, что делать дальше	«Что делать после оформления страховки?» «Когда начинает действовать полис?»
Страховой случай	Получить выплату	«Что делать при страховом случае?» «Как подать заявление в страховую?» «Сроки выплаты страховки»
После страхового случая	Понять, что дальше	«Нужно ли продлевать страховку?» «Как увеличить страховое покрытие?»

Цикл трафика



Ашманов
и партнеры



Нейропоиск — точка роста или дорогая игрушка



Ашманов
и партнеры

Показатели AI-трафика выше, чем трафик из поиска

4.4 x

лучше конверсия
LLM vs органик

15 мин

на сайте
(vs 8 от Google)

12

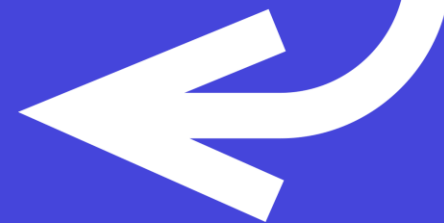
страниц за визит
(vs 9 от Google)

7%

конверсия
(vs 5% от Google)

Вывод

«Там же трафика нет» - да, пока ~1% от общего. Но этот трафик в 4.4 раза качественнее! Пользователи AI проводят больше времени, смотрят больше страниц и лучше конвертируются. Это не просто клики - это заинтересованная аудитория.



Качество трафика из нейропоиска



Источник трафика, Источник трафика (детально), Тип площадки		Визиты ▾	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
☐ Итого и средние		2,05 млн	1,26 млн	21,69 %	3,12	4:43

Поисковая система, Поисковая система (детально), Поисковая фраза		Визиты ▾	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
☐ Итого и средние		768218,18	559396,10	15,15 %	3,16	4:39

Внешний реферер, ур. 1		Визиты ▾	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
йти						
Итого и средние		708	640	9,75 %	3,02	5:40

*Проект из фин.отрасли

У AI-трафика в среднем в 1,5-2 раза лучше показатели вовлеченности



Внешний реферер	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Конверсия посетителей по избранным целям
Итого и средние*	498	464	9,24%	3,311	00:05:41	23	3,66%
https://alice.yandex.ru/	318	297	10,38%	3,459	00:05:37	12	3,70%
https://chatgpt.com/	134	122	6,72%	3,216	00:06:18	3	2,46%
https://perplexity.ai/	40	39	10,00%	2,175	00:03:36	2	5,13%
https://copilot.microsoft.com/	3	3	0,00%	1,667	00:08:55	0	0,00%
https://chat.qwen.ai/	2	2	0,00%	10,500	00:12:37	6	50,00%
https://gemini.google.com/	1	1	0,00%	5,000	00:05:46	0	0,00%

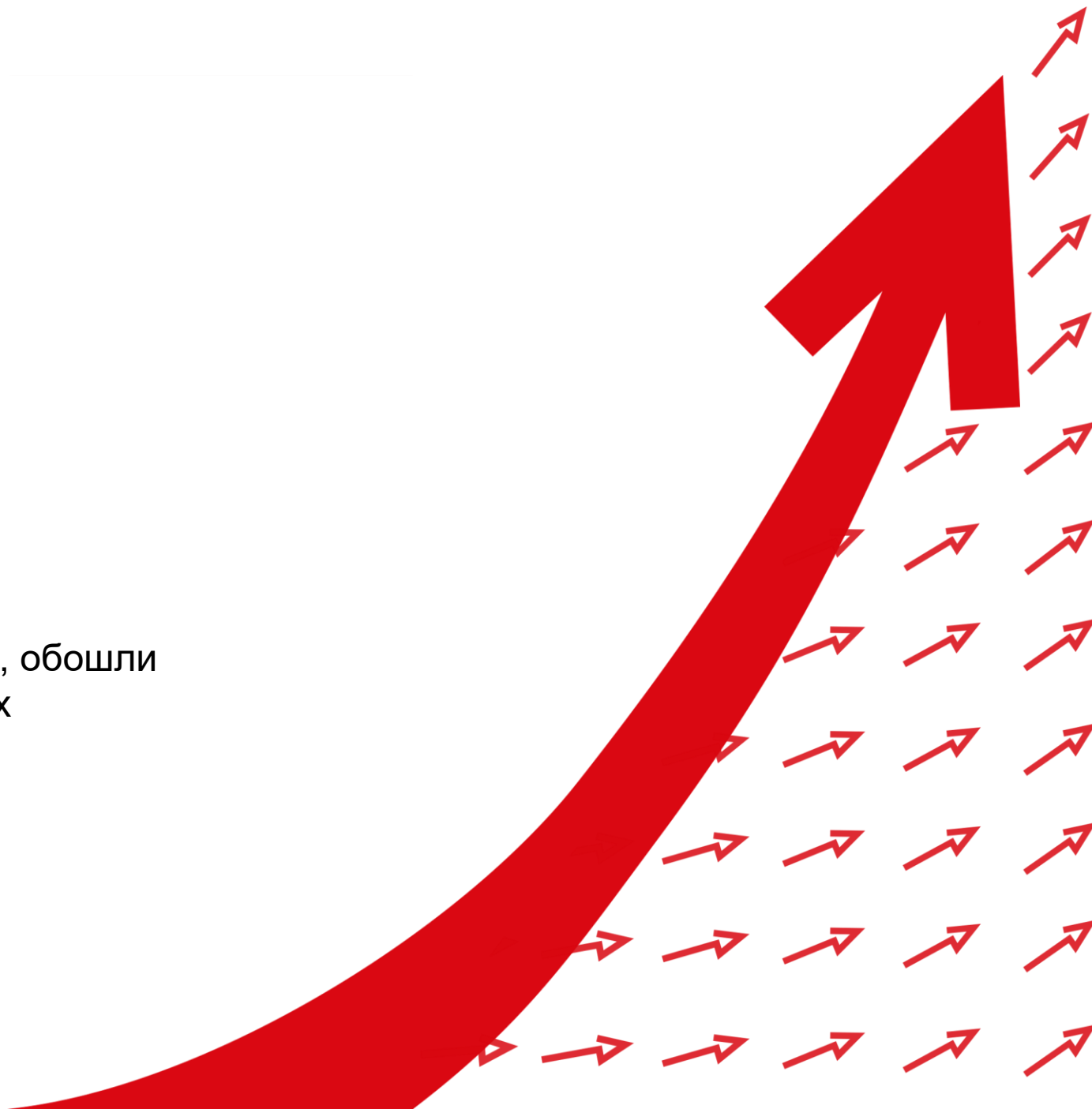
***Средний e-com проект**

Кейс Flowwow

Подняли видимость в нейросетях в 1,2 раза, обошли крупнейшие маркетплейсы в рекомендациях всех нейросетей

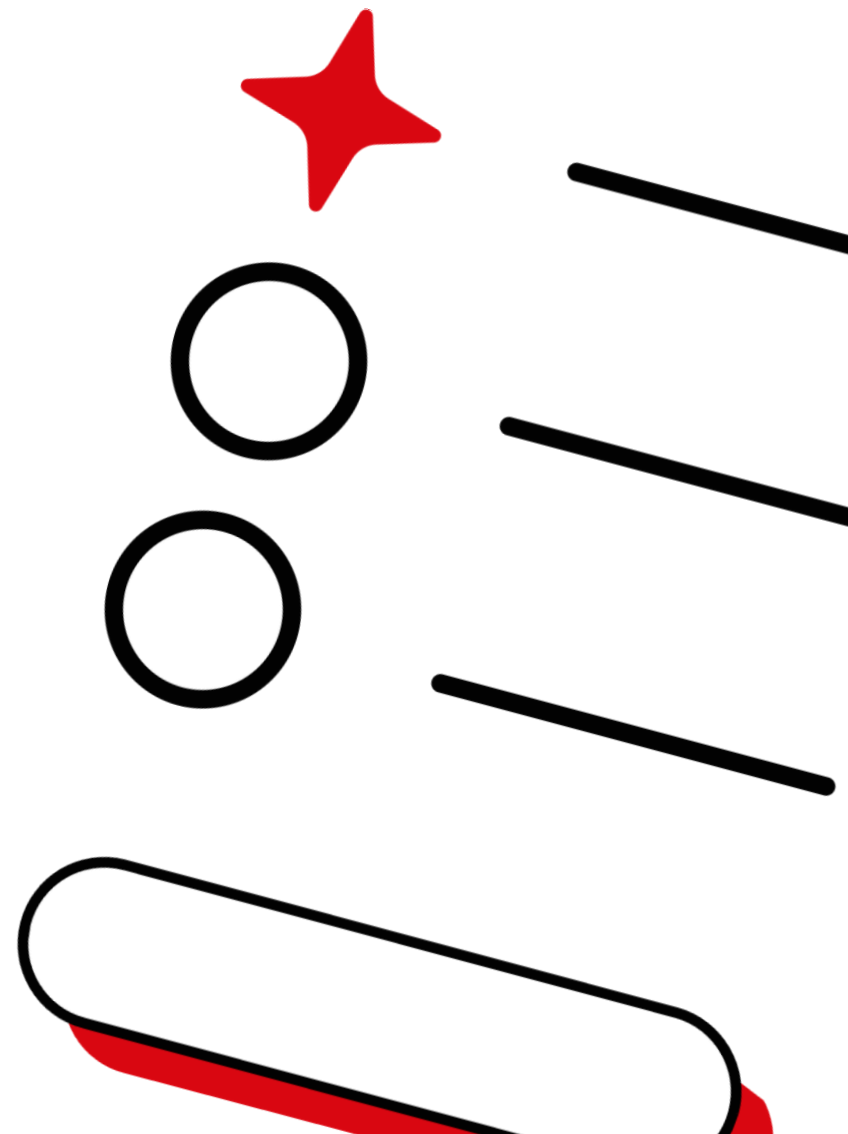


Ашманов
и партнеры



Суть запроса клиента

- На рынке клиенту приходится соперничать сразу с универсальными маркетплейсами, сервисами доставки еды и товаров плюс специализированными цветочными интернет-магазинами.
- Высокая конкуренция и растущая медиаинфляция приводят к тому, что сложно масштабировать трафик и лиды на нижних этапах воронки продаж.



Наше предложение



Охватить горячий спрос на шаг раньше — там, где пользователи только формулируют проблему и ищут варианты решения. То есть в диалогах с нейросетями в поиске и ИИ-ассистентах.

В них пользователи ищут конкретные условия покупки. Чтобы получить этих клиентов у нас разработана стратегия GEO — оптимизация страниц под генеративные ответы. Мы можем уже на этом этапе собрать основные пользовательские сценарии и намерения, исходя из которых происходит знакомство аудитории с брендом и его предложениями, с небольшими затратами на канал.



Ашманов
и партнеры

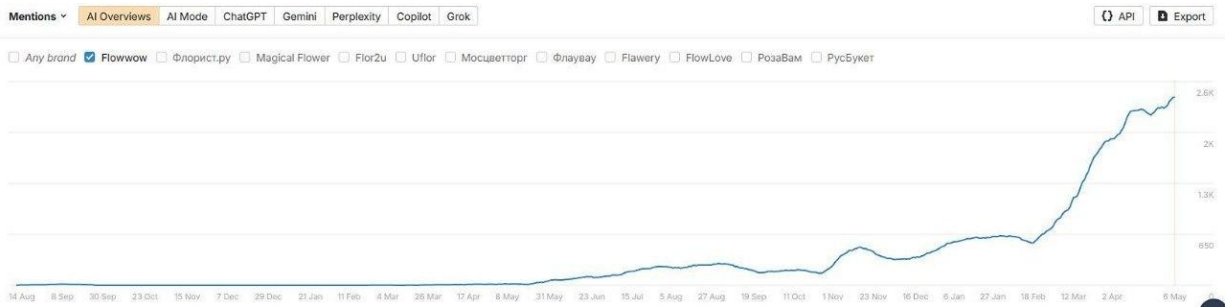
Интен­ты поль­зо­ва­те­ля

Группа интента	Подинтен­ты	Примеры формулировок пользователя	Приоритет	Обоснование
Покупка / заказ	Найти место покупки с доставкой	«Где купить цветы с доставкой на дом?», «Заказать букет к определённом времени»	1	Прямой коммерческий интент: пользователь готов к покупке, ищет удобный способ заказа. Высокая вероятность конверсии.
	Выбрать конкретный вид/состав букета	«Букет из 51 розы с доставкой», «Купить букет тюльпанов и эустом»	2	Пользователь уже определился с желаемым составом, но ещё выбирает продавца. Важен ассортимент и условия доставки.
	Узнать условия доставки и оплаты	«Какая стоимость доставки цветов?», «Можно ли оплатить букет при получении?»	2	Интент связан с принятием решения о покупке: пользователь уточняет логистические и финансовые детали.
Выбор букета	Подобрать букет по случаю	«Какой букет подарить на юбилей маме?», «Цветы на годовщину свадьбы — что выбрать»	1	Пользователь ищет рекомендацию, чтобы сделать правильный выбор. Высокий интерес к экспертному мнению.
	Подобрать букет по цвету/стилю	«Нежные пастельные букеты — примеры», «Строгий монохромный букет из белых цветов»	2	Эстетический интент: важно визуальное соответствие букета задумке. Пользователь может искать вдохновение или референсы.
	Выбрать редкие/необычные цветы	«Где купить голубые гортензии?», «Букет с протеями и суккулентами»	2	Нишевый запрос: пользователь ищет нестандартные решения, готов платить больше за уникальность.
Уход за цветами	Узнать, как продлить свежесть букета	«Как сохранить розы в вазе дольше?», «Что добавить в воду, чтобы цветы не вяли?»	2	Информационный интент: пользователь уже имеет цветы и хочет продлить их жизнь. Полезность совета влияет на лояльность.
	Определить причины увядания	«Почему цветы в букете быстро вянут?», «Что делать, если стебли стали мягкими?»	2	Проблемный интент: пользователь ищет решение конкретной трудности. Ответ должен быть практичным и быстрым.
	Общие советы по уходу (без конкретной проблемы)	«Как часто поливать комнатные цветы?», «Какие удобрения нужны для гербер?»	3	Общий информационный интент: пользователь «просто интересуется», нет явной срочности или намерения действовать. Низкая конверсионная ценность.
Стоимость и бюджет	Узнать среднюю цену букета	«Сколько стоит букет из 25 роз?», «Цена букета сезонных цветов»	2	Пользователь сравнивает цены, чтобы спланировать бюджет. Важна прозрачность и актуальность данных.
	Найти бюджетные варианты	«Недорогие букеты до 1000 рублей», «Цветы подешевле, но красивые»	1	Явный ценовой интент: пользователь ориентирован на экономию. Высокая чувствительность к стоимости.
	Узнать, от чего зависит цена цветка	«Почему орхидеи такие дорогие?», «От чего зависит стоимость букета?»	3	Познавательный интент: пользователь хочет понять ценообразование, но не обязательно собирается покупать прямо сейчас. Низкая срочность.

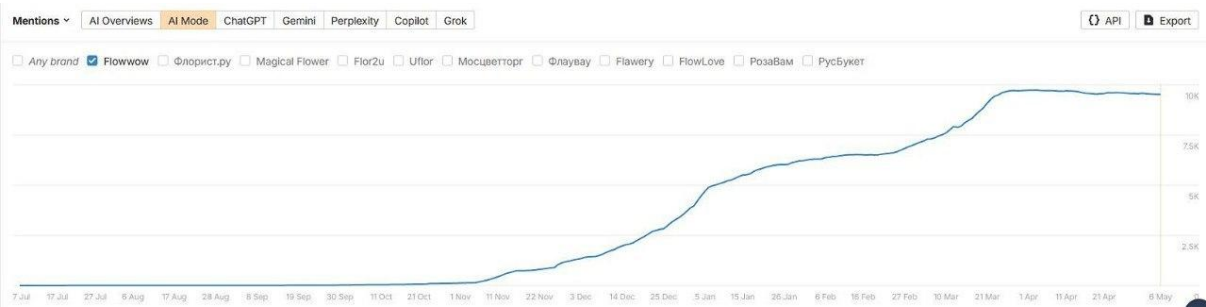
Подобранные промты

A	B	C	D	E	F	G	H
Группа интента	Подинтенты	Маркер	Запрос	Направление	Ожидаемый ответ	URL	Сегмент
Подарки и этикет	Подобрать подарок по адресату	Подарки девушке	Что подарить девушке на годовщину отношений? Бюджет 10 000 руб., хочется романтично	Информационное	Романтические идеи, примеры подарков, где купить, советы по оформлению	https://flowwow.com/moscow/gifts-for-girlfriend/	Страницы подарков
Подарки и этикет	Подобрать подарок по адресату	Подарки девушке	Что подарить девушке на Новый год, если она любит уют и домашний комфорт?	Информационное	Подарки для создания уюта (пледы, светильники, ароматовары), примеры, магазины	https://flowwow.com/moscow/gifts-for-girlfriend/	Страницы подарков
Подарки и этикет	Подобрать подарок по адресату	Подарки девушке	Где найти стильные минималистичные подарки для девушки?	Коммерческое	Магазины/бренды с лаконичным дизайном, примеры товаров (украшения, аксессуары, декор), цены	https://flowwow.com/moscow/gifts-for-girlfriend/	Страницы подарков
Покупка / заказ	Подобрать романтический подарок для свидания	Подарки девушке	Подбери 3 варианта подарков для романтического свидания: с цветами, сладостями и милым аксессуаром. Укажи цены, варианты персонализации (надпись, фото) и условия доставки к конкретному времени	Коммерческое	Фото примеров романтических наборов; детальное описание состава (букет, конфеты/шоколад, брелок/заколка/шарм); точные цены; варианты нанесения персонализированных элементов; сроки доставки ко времени свидания; рекомендации по сочетанию компонентов; возможность анонимной отправки	https://flowwow.com/moscow/gifts-for-girlfriend/	Страницы подарков
Подарки и этикет	Подобрать подарок по адресату	Подарки для мужчин	Какой подарок выбрать для коллеги-мужчины на профессиональный праздник?	Информационное	Корпоративные подарки, нейтральные варианты, правила этикета	https://flowwow.com/moscow/gifts-men/	Страницы подарков
Подарки и этикет	Подобрать подарок по адресату	Подарки для мужчин	Что подарить мужу на годовщину свадьбы? Бюджет 15 000 руб., хочется что-то запоминающееся	Информационное	Романтические и практичные идеи, примеры подарков, где купить	https://flowwow.com/moscow/gifts-men/	Страницы подарков

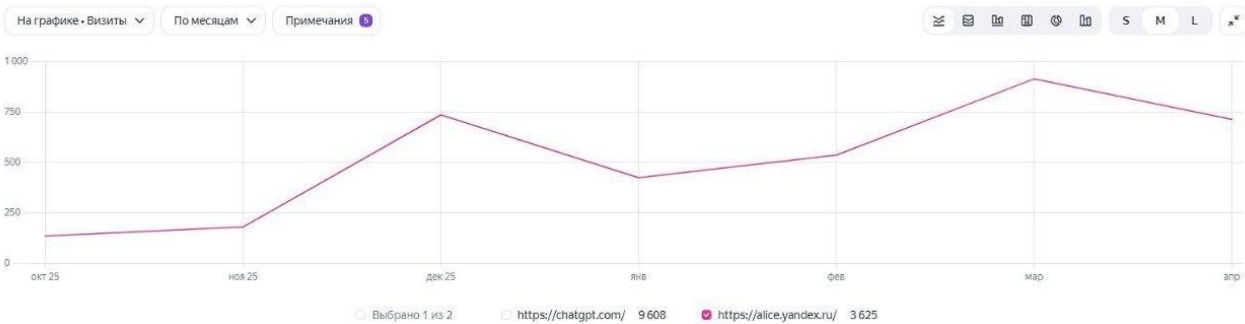
Данные упоминаний по общему ядру



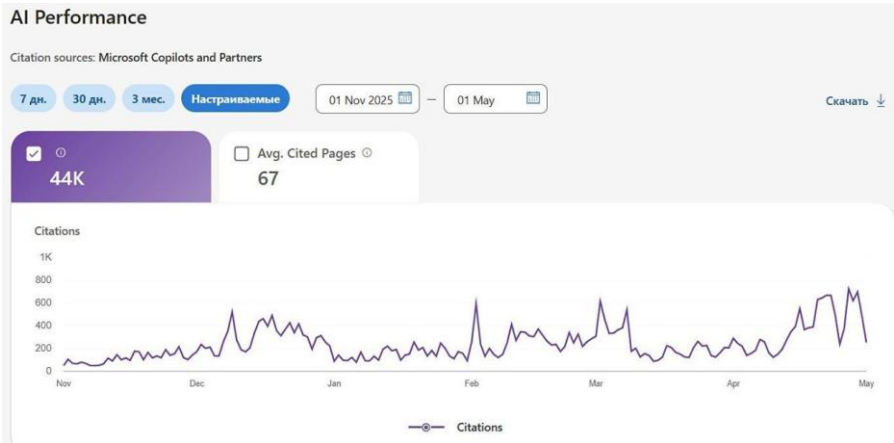
AI Overview: 1 окт — 176; 1 мая — 2278 (1194.32%)



AI Mode: 1 окт — 25; 1 мая — 9582 (38228%)



Яндекс Алиса (данные по месяцам): окт — 133; апр — 711 (434.59%)



Copilot: 1 ноября — 53; 1 мая — 256 (383.02%)



Ашманов
и партнеры

Как ваш бренд видят нейросети и ИИ-ассистенты

Проведем аудит, и вы узнаете:

- Текущее положение вашего сайта в нейровыдаче.
- Нужно ли вам продвигаться в нейропоиске.
- Какие действия предпринять, чтобы вывести ваш сайт в ИИ.



Совет не по ИИ

- В первую очередь наладьте работы по SEO
- Закажите настройку Товаров Яндекса
- Разберитесь с динамическими показами

Денег в этих каналах сейчас больше!



Советы по нейропоиску

Когда все это сделано, приступайте к тестированию выдачи на нейропоиске.

Делайте упор на:

выращивание бренда

экспертности контента

популярности внешних площадок



SEO-клуб Optimization

2026

