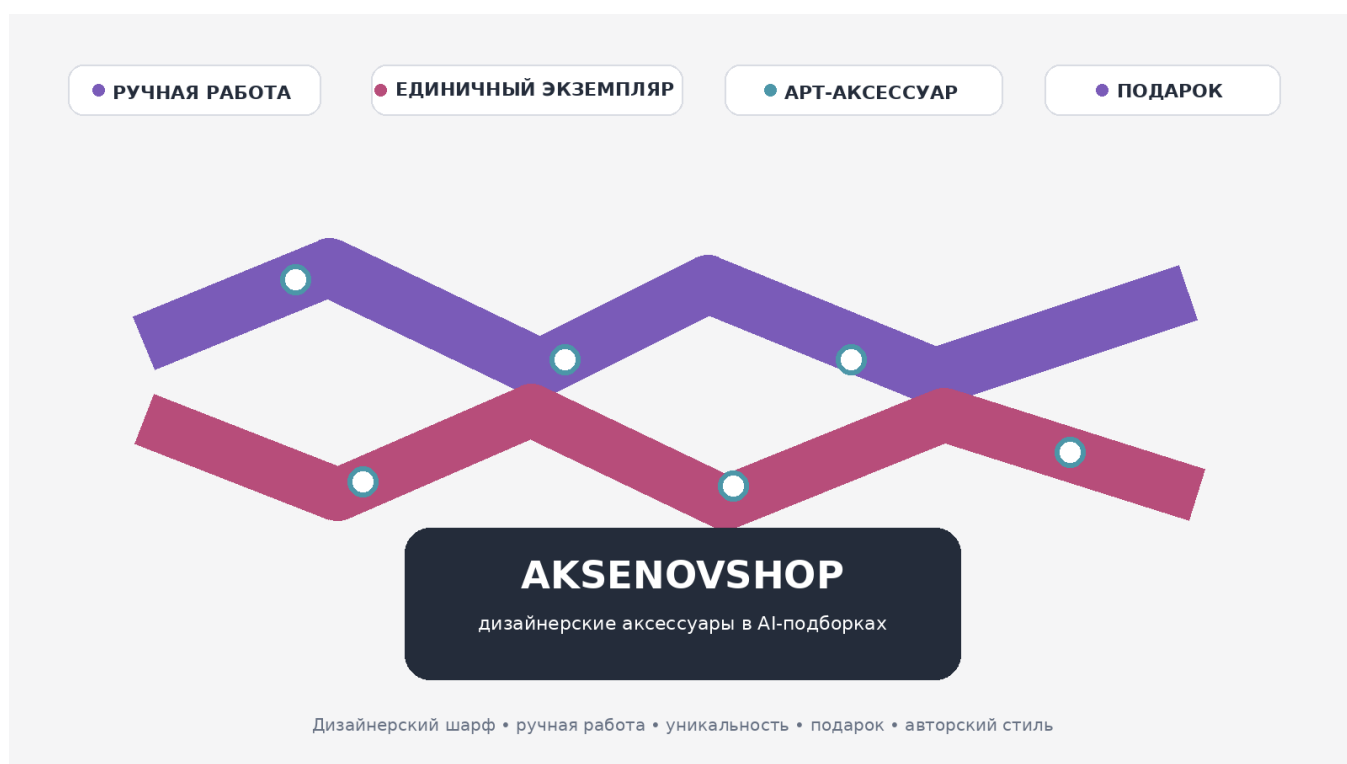


AksenovShop. За 4 месяца бренд появился в рекомендациях по 11 из 15 тематических промптов

Авторский магазин дизайнерских шарфов и аксессуаров Владислава Аксенова усилил присутствие в AI-подборках по запросам о ручной работе, необычных подарках, арт-аксессуарах и единичных изделиях.

КОМПАНИЯ	ФОРМАТ	ПЕРИОД РАБОТ
AksenovShop	Авторский магазин	4 месяца



КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ДО ПРОЕКТА	ЧЕРЕЗ 4 МЕСЯЦА	PERPLEXITY
2 / 15	11 / 15	8 / 15
тематических промпта	тематических промпта	с рекомендацией

Тематические промпты	Perplexity	Новые источники	Упоминания бренда
2 → 11 / 15	1 → 8 / 15	23	+145%

4 мес.	4	23	11 / 15
продолжительность проекта	ключевых промпта	новых источника	тематических промпта

GEO-работа помогла связать AksenovShop с тематическими сценариями выбора: дизайнерский шарф, необычный подарок, арт-аксессуар российского дизайнера и изделие в единственном экземпляре.

По точному названию бренд находился хорошо, но редко попадал в тематические подборки без брендового запроса

AksenovShop — авторский магазин дизайнерских шарфов и аксессуаров Владислава Аксенова. В основе позиционирования — ручная работа, единичные экземпляры, выразительный дизайн и сочетание эпатажных и повседневных образов.

До начала проекта пользователи уже обращались к нейросетям за подбором необычных подарков, дизайнерских шарфов, аксессуаров в единственном экземпляре и вещей для выразительного образа. При этом AksenovShop хорошо находился по точному названию, но редко появлялся в тематических рекомендациях без брендового запроса.

Задача проекта

Расширить присутствие AksenovShop по запросам о дизайнерских шарфах, ручной работе, арт-аксессуарах, необычных подарках и лимитированных изделиях.

По каким запросам измеряли присутствие

«дизайнерский шарф ручной работы»	«необычный подарок человеку который любит моду»
«арт аксессуары российских дизайнеров»	«шарф в единственном экземпляре»

Авторские свойства изделий собрали в единый тематический профиль

Для AI требовалось связать ручную работу, единичность изделия, материалы, авторский стиль и подарочные сценарии. Такая структура помогает модели рекомендовать бренд не только по названию, но и по характеристикам вещи и задаче покупателя.

КАК AI СВЯЗЫВАЕТ ЗАПРОС С АВТОРСКИМ АКСЕССУАРОМ

Понятная логика: сценарий → свойства изделия → рекомендация

1. СЦЕНАРИЙ

- необычный подарок
- выразительный образ
- поиск уникальной вещи

2. ИЗДЕЛИЕ

- ручная работа
- один экземпляр
- авторский дизайн

3. ВЫБОР

- AksenovShop
- по нужному сценарию
- в тематической подборке

Чем яснее описаны уникальность и сценарий покупки, тем точнее тематическая рекомендация

Тематическое поле бренда: дизайнерские шарфы, ручная работа, единичные экземпляры, арт-аксессуары, необычные подарки и авторский стиль.

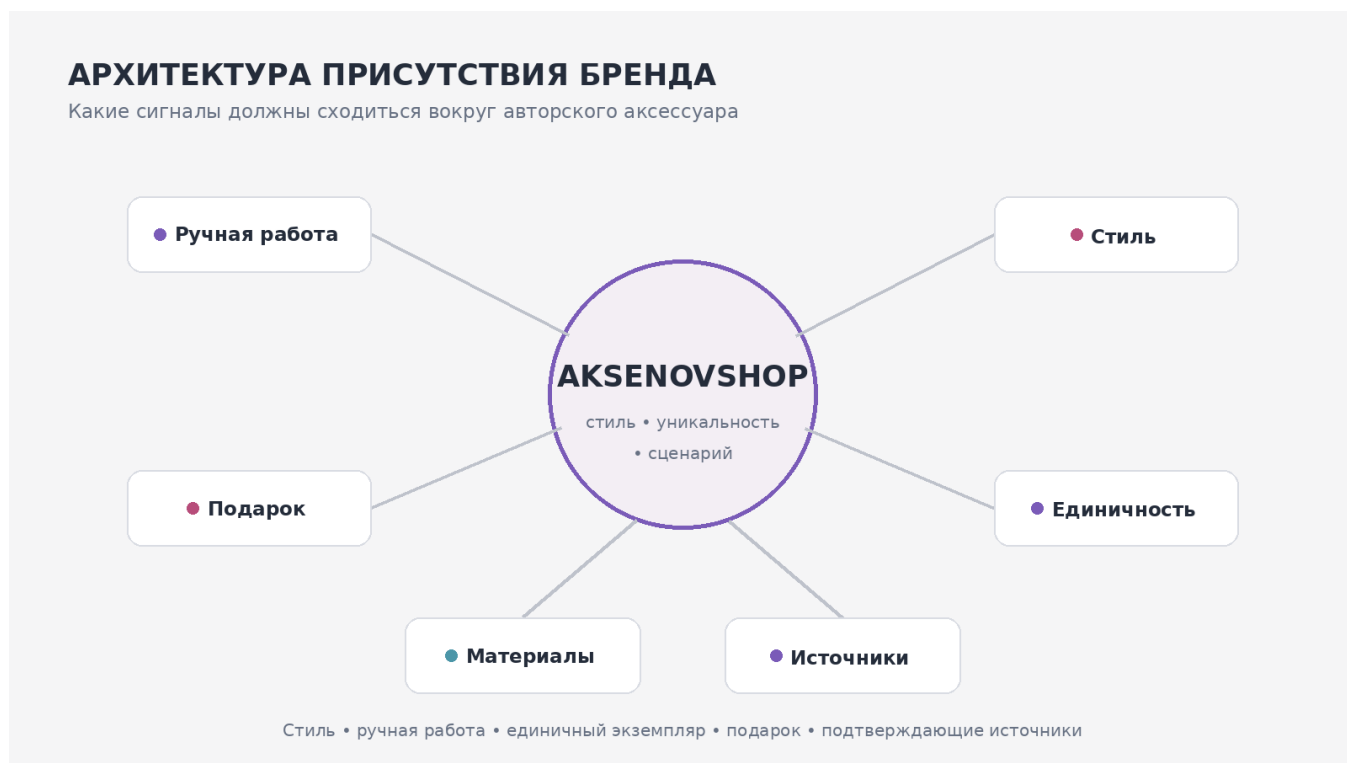
Главная задача — расширить присутствие за пределы брендовых запросов

Работу выстроили вокруг карты интенгов по стилю и подарочным сценариям, усиления описаний изделий, редакционных материалов о стилизации и расширения присутствия на модных, дизайнерских и подарочных площадках.

01	Карта интенгов Собрали карту интенгов по полу, сезону, стилю, подарочным сценариям, уникальности изделия и ручной работе.
02	Описание изделий Усилили описания фактами об одном экземпляре, творческом процессе, материалах, упаковке и возможности индивидуального запроса.
03	Редакционные материалы Создали материалы о шарфе как арт-объекте, способах стилизации и выборе необычного подарка.
04	Тематические источники Расширили присутствие на модных, дизайнерских и подарочных площадках, которые цитируют нейросети.

Бренд связали с ручной работой, уникальностью изделия и сценарием покупки

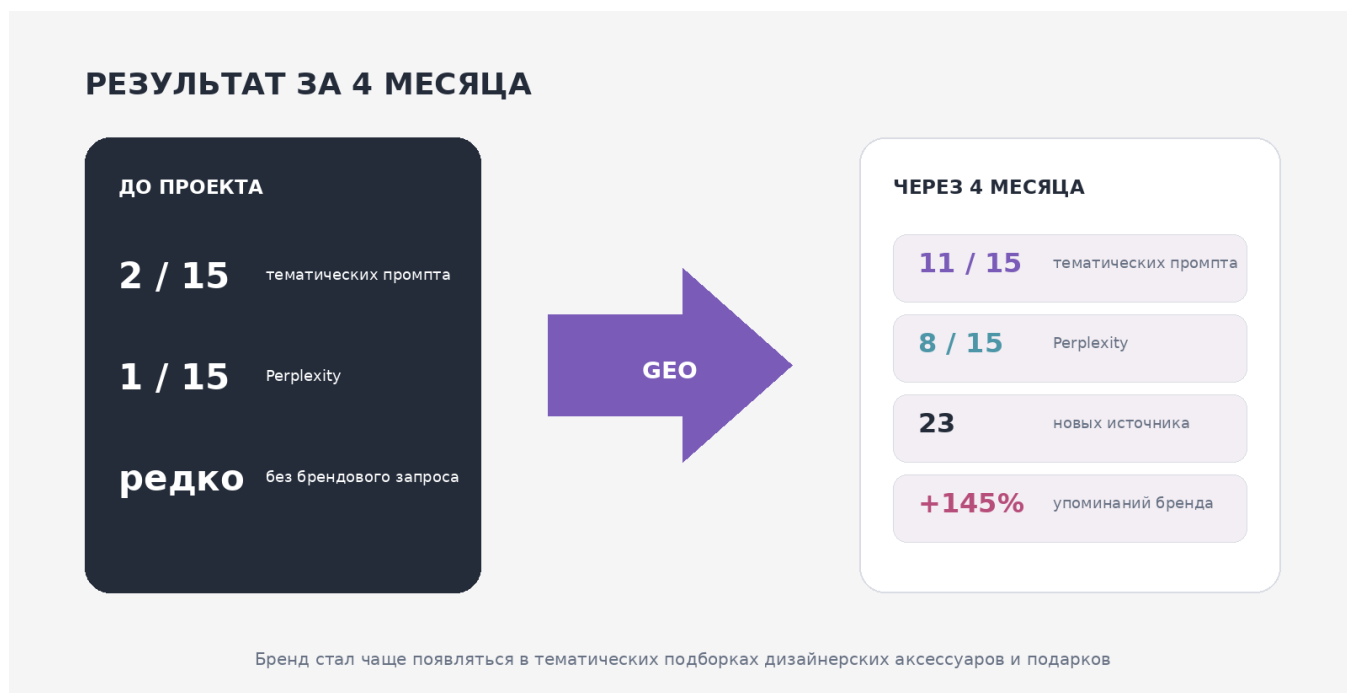
Внешний информационный контур помог нейросетям видеть AksenovShop как авторский магазин с понятными признаками: ручная работа, единичные экземпляры, материалы, выразительный стиль, упаковка и возможность индивидуального запроса.



Единый профиль бренда в AI: дизайнерский шарф, ручная работа, уникальность, стиль, подарочный сценарий, материалы и подтверждающие источники.

Присутствие по тематическим промптам выросло с 2 до 11 из 15

Главный рост пришёлся на запросы, где пользователь ищет не конкретный бренд, а тип вещи или сценарий покупки: дизайнерский шарф ручной работы, необычный подарок, арт-аксессуары российских дизайнеров и шарф в единственном экземпляре.



В Perplexity присутствие выросло с 1 до 8 из 15 запросов. За период появилось 23 новых источника, а число упоминаний бренда выросло на 145%.

Нейросети стали чаще использовать ключевые преимущества бренда в рекомендациях

Через четыре месяца AksenovShop стал заметнее в AI-подборках дизайнерских аксессуаров и необычных подарков. В ответах чаще учитывались ручная работа, единичность изделия и выразительный авторский стиль.

ДИНАМИКА КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Сравнение до проекта и через четыре месяца

Тематические промпты



Perplexity



Новые источники



Упоминания бренда: +145%

AksenovShop усилил тематическое присутствие в AI-подборках

За четыре месяца бренд перешёл от преимущественно брендового поиска к более стабильному присутствию по тематическим запросам о дизайнерских шарфах, ручной работе, арт-аксессуарах и необычных подарках.

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ ДЛЯ БРЕНДА

ДО ПРОЕКТА

Брендовый поиск

- 2 / 15 тематических промпта
- 1 / 15 в Perplexity
- редкие подборки без названия бренда

GEO

ПОСЛЕ 4 МЕСЯЦЕВ

Тематические рекомендации

- 11 / 15 тематических промпта
- 8 / 15 в Perplexity
- 23 новых источника

Что это дало бренду

GEO-продвижение расширило число ситуаций, в которых нейросеть может рекомендовать AksenovShop: пользователь может искать уникальный шарф, авторский аксессуар или необычный подарок без знания названия бренда.