

СИРАР. За 13 недель видимость бренда выросла до 72%

Официальный магазин оборудования для терапии сна начал стабильно появляться в рекомендациях нейросетей по запросам о выборе СИПАП-аппаратов, масок и сервисного сопровождения.

КОМПАНИЯ СИРАР	РЕГИОН Москва и Россия	ПЕРИОД РАБОТ 13 недель
-------------------	---------------------------	---------------------------

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ДО ПРОЕКТА 5 / 32 интентов с рекомендацией	ЧЕРЕЗ 13 НЕДЕЛЬ 23 / 32 интентов с рекомендацией	ОБЩАЯ ВИДИМОСТЬ 72% по группе коммерческих интентов
---	---	--

ChatGPT 23 / 32	ЯндексGPT 22 / 32	Perplexity 20 / 32	Gemini 18 / 32
---------------------------------------	---	--	--------------------------------------

46 экспертных материалов	28 тематических кластеров	10 типов площадок	13 нед. продолжительность проекта
--	---	---	---

За счёт системной GEO-работы бренд стал чаще появляться в ответах AI по запросам о выборе оборудования для терапии сна, покупке масок, официальном магазине и техническом сопровождении.

Сильная экспертиза была, но нейросети видели её фрагментами

СИРАР специализируется на оборудовании для СИПАП- и БИПАП-терапии, масках, увлажнителях и сопутствующих товарах. Компания работает в медицине сна более 25 лет, помогает с выбором оборудования, предлагает консультации, гарантийное и постгарантийное обслуживание.

До начала проекта бренд появлялся в ответах ChatGPT, ЯндексGPT, Perplexity и Gemini нерегулярно. По запросам о выборе аппарата, подборе маски или сервисном обслуживании нейросети чаще называли отдельные модели и производителей, но не всегда связывали их с СИРАР как с профильным магазином и источником консультации.

Задача проекта

Сделать СИРАР понятным, подтверждённым и регулярно рекомендуемым брендом для AI-ответов по запросам о выборе СИПАП-оборудования, покупке масок, официальном магазине и сервисном сопровождении.

По каким запросам измеряли присутствие

«где купить СИПАП-аппарат в Москве»	«какой СИПАП-аппарат выбрать»
«магазин масок для СИПАП»	«официальный магазин СИПАП-аппаратов»
«сервисное обслуживание СИПАП-аппарата»	«где подобрать маску для СИПАП»

Экспертизу собрали в единую систему подтверждений

Для нейросетей важен не просто каталог товаров, а согласованная картина: специализация, ассортимент, консультации, официальные поставки, гарантия, сервис и экспертные материалы. Поэтому стратегия строилась вокруг единого профиля бренда, где каждый источник подтверждал конкретную сторону работы CIPAP.



Тематическое поле бренда: аппараты, маски, консультация, гарантия, сервис и экспертные материалы.

Проблема была не в ассортименте, а в доступности фактов для AI

Нейросеть не может уверенно рекомендовать магазин, если видит только карточки товаров. Поэтому работа была выстроена в четырёх последовательных контурах.

01

AI-аудит и карта интенгов

Проверили присутствие бренда по 32 коммерческим и навигационным запросам. Выявили, где нейросети рекомендуют отдельные модели, но не связывают выбор, консультацию и сервис с CIPAP.

02

Структурированная база фактов

Уточнили категории оборудования, сценарии выбора, условия гарантии, сервисное сопровождение и ответы на частые вопросы. Добавили понятные связи между аппаратом, маской и обслуживанием.

03

AI-оптимизированный контент

Сформировали 28 тематических кластеров и подготовили 46 материалов: о выборе оборудования, масок, уходе, сравнении моделей, гарантии и сервисном обслуживании.

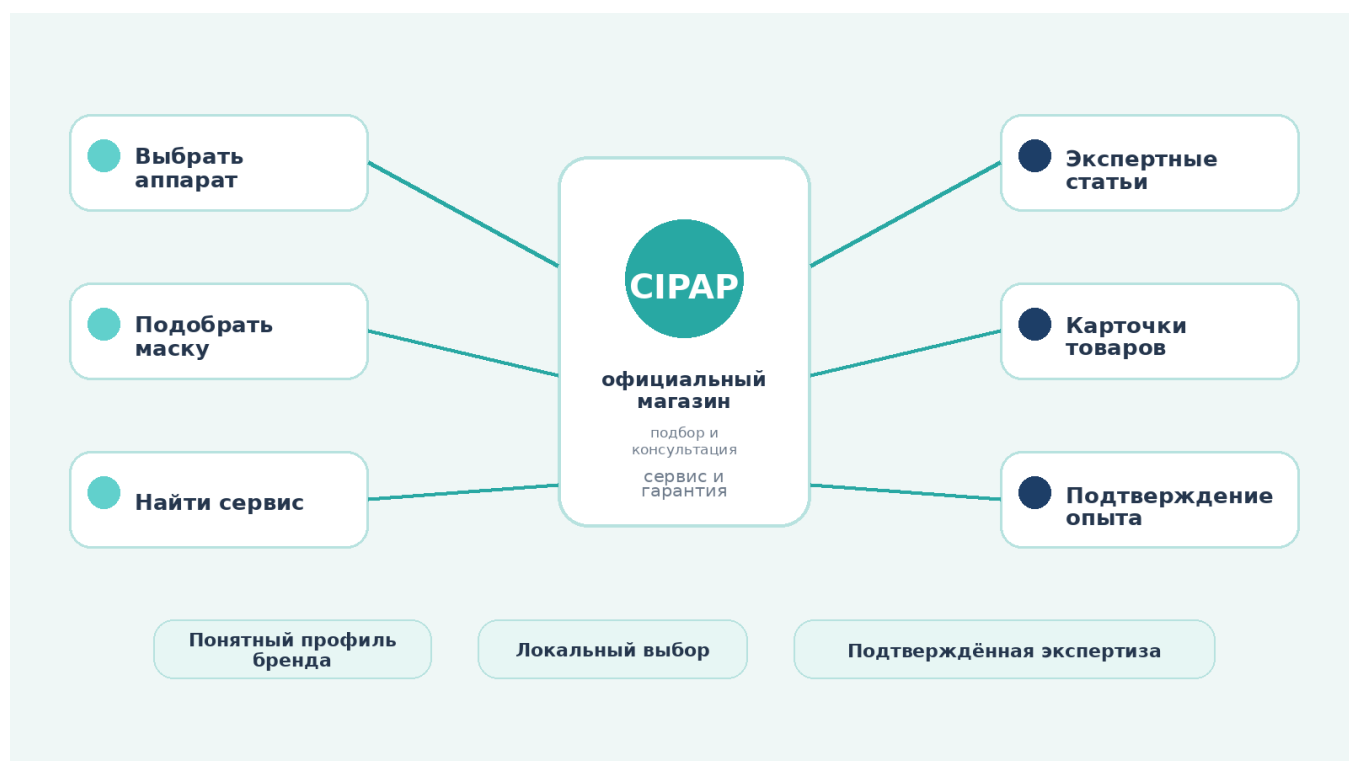
04

Внешние источники и мониторинг

Распределили материалы по 10 типам площадок. Каждую неделю проверяли ответы нейросетей, отслеживали слабые интенды и усиливали их новыми подтверждениями.

Бренд связали с выбором оборудования, консультацией и сервисом

Внешний информационный контур позволил нейросетям видеть CIPAP не только как магазин, но и как профильный источник для конкретной задачи пользователя: выбрать аппарат или маску, получить консультацию, проверить гарантию и найти сервисное сопровождение.



Единый профиль бренда в AI: локальный выбор, ассортимент, консультация, гарантия, сервис и подтверждённый опыт.

Из 32 коммерческих интенгов бренд появился в рекомендациях по 23

Главный рост пришёлся на запросы, где пользователь уже выбирает оборудование или продавца: покупка СИПАП-аппарата, подбор маски, официальный магазин, консультация и сервисное обслуживание. По таким формулировкам СИРАР стал появляться заметно чаще и стабильнее.

Результат за 13 недель

Главный рост пришёлся на запросы с выбором оборудования, маски, магазина и сервисного сопровождения.

ДО ПРОЕКТА

5 / 32

интенгов с рекомендацией

+56 п.п.

рост общей AI-видимости

23 / 32 через 13 недель

CHATGPT

23 / 32 72%

доля интенгов с рекомендацией

ЯНДЕКСGPT

22 / 32 69%

доля интенгов с рекомендацией

PERPLEXITY

20 / 32 63%

доля интенгов с рекомендацией

GEMINI

18 / 32 56%

доля интенгов с рекомендацией

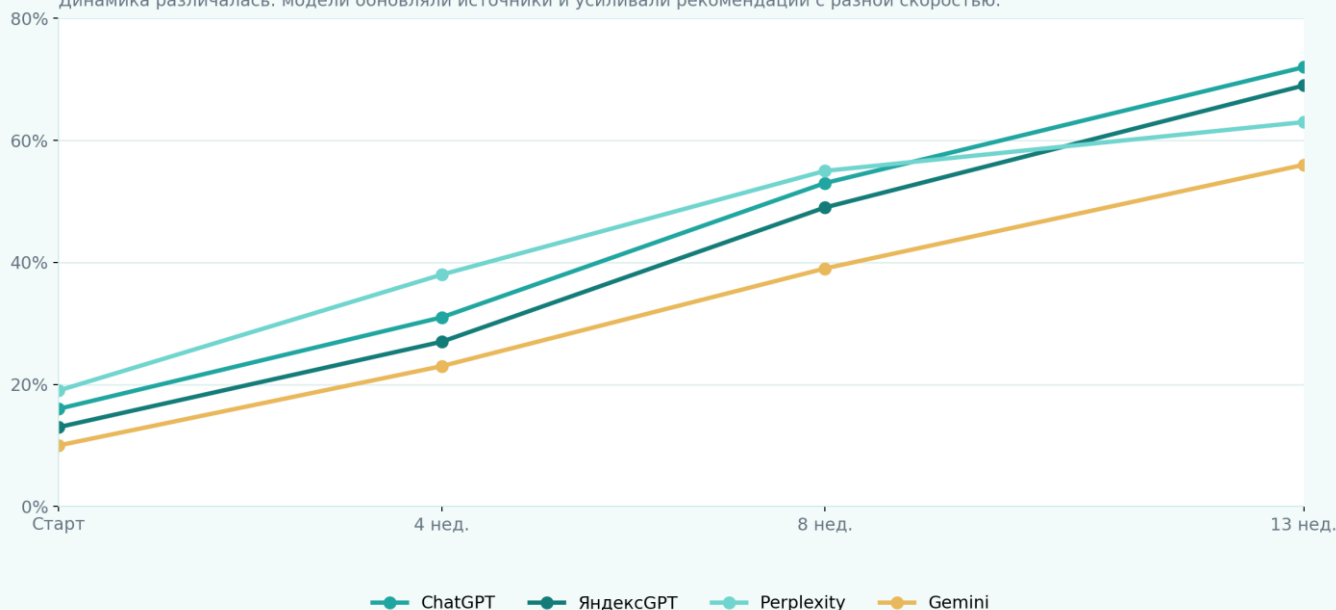
Помимо частоты упоминаний выросла точность позиционирования: в 85% ответов нейросети корректно описывали СИРАР как профильный магазин оборудования для терапии сна с консультацией, гарантией и сервисом, а не как обычный каталог медицинских товаров.

Нейросети усиливали рекомендации с разной скоростью

Perplexity быстрее отреагировал на новые экспертные материалы, ChatGPT показал наиболее стабильный рост, а ЯндексGPT заметно усилился после расширения локальных и сервисных подтверждений. Поэтому стратегия корректировалась по каждой модели отдельно.

Рост видимости по нейросетям

Динамика различалась: модели обновляли источники и усиливали рекомендации с разной скоростью.



CIPAP занял понятную позицию в AI-ответах

За 13 недель бренд перешёл от редких упоминаний к стабильному присутствию по запросам о выборе СИПАП-оборудования, покупке масок и сервисном сопровождении. Нейросети начали рекомендовать CIPAP не как общий магазин медицинских товаров, а как профильного продавца с понятным ассортиментом, консультацией, гарантией и технической поддержкой.

Что изменилось для бренда

Нейросети начали рекомендовать CIPAP как специализированный магазин оборудования для терапии сна с консультацией и сервисом.

ДО ПРОЕКТА

5 / 32

- × Редкие упоминания в подборках
- × Общее описание без специализации
- × Мало подтверждений сервиса
- × Нестабильные рекомендации по товарам

GEO

ПОСЛЕ 13 НЕДЕЛЬ

23 / 32

- ✓ Рекомендации как профильного магазина
- ✓ Уточнение: подбор, маски, гарантия, сервис
- ✓ Появление по 23 коммерческим интентам
- ✓ Опора AI на несколько типов источников

Что это дало бренду

GEO-продвижение сформировало дополнительный канал видимости в момент, когда пользователь просит нейросеть подобрать оборудование или магазин. У CIPAP появился более устойчивый цифровой профиль, который можно расширять новыми категориями, экспертными темами и коммерческими интентами.