

GeoAist. За 16 недель видимость бренда выросла до 75%

Платформа для GEO-продвижения и мониторинга брендов в нейросетях усилила собственное присутствие в рекомендациях AI по коммерческим и навигационным запросам.

КОМПАНИЯ GeoAist	РЕГИОН Россия	ПЕРИОД РАБОТ 16 недель
----------------------------	-------------------------	----------------------------------



КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ДО ПРОЕКТА 7 / 36 интентов с рекомендацией	ЧЕРЕЗ 16 НЕДЕЛЬ 27 / 36 интентов с рекомендацией	ОБЩАЯ ВИДИМОСТЬ 75% по группе коммерческих интентов
---	---	--

ChatGPT 27 / 36	ЯндексGPT 26 / 36	Perplexity 25 / 36	Claude 21 / 36
---------------------------------------	---	--	--------------------------------------

58 экспертных материалов	31 тематический кластер	12 типов площадок	16 нед. продолжительность проекта
--	---	---	---

За счёт системной GEO-работы бренд начал стабильно попадать в рекомендации AI-моделей по запросам о продвижении в нейросетях, AI-видимости, мониторинге ответов и работе с коммерческими интентами.

Сильная технология была, но нейросети видели бренд точноно

GeoAist — платформа для GEO-продвижения, мониторинга упоминаний бренда в ответах нейросетей и подготовки бренда к рекомендациям AI. Сервис работает на стыке аналитики, контентной стратегии и технической подготовки источников, помогая компаниям усиливать своё присутствие в ChatGPT, ЯндексGPT, Claude, Perplexity и других моделях.

До начала проекта бренд уже обладал понятным продуктом и сильной экспертизой, но в подборках нейросетей появлялся неравномерно. По запросам о GEO-продвижении, AI Search, мониторинге видимости и коммерческих интентах модели то рекомендовали GeoAist, то переключались на более заметные альтернативы, особенно когда ответ строился на нескольких внешних источниках.

Задача проекта

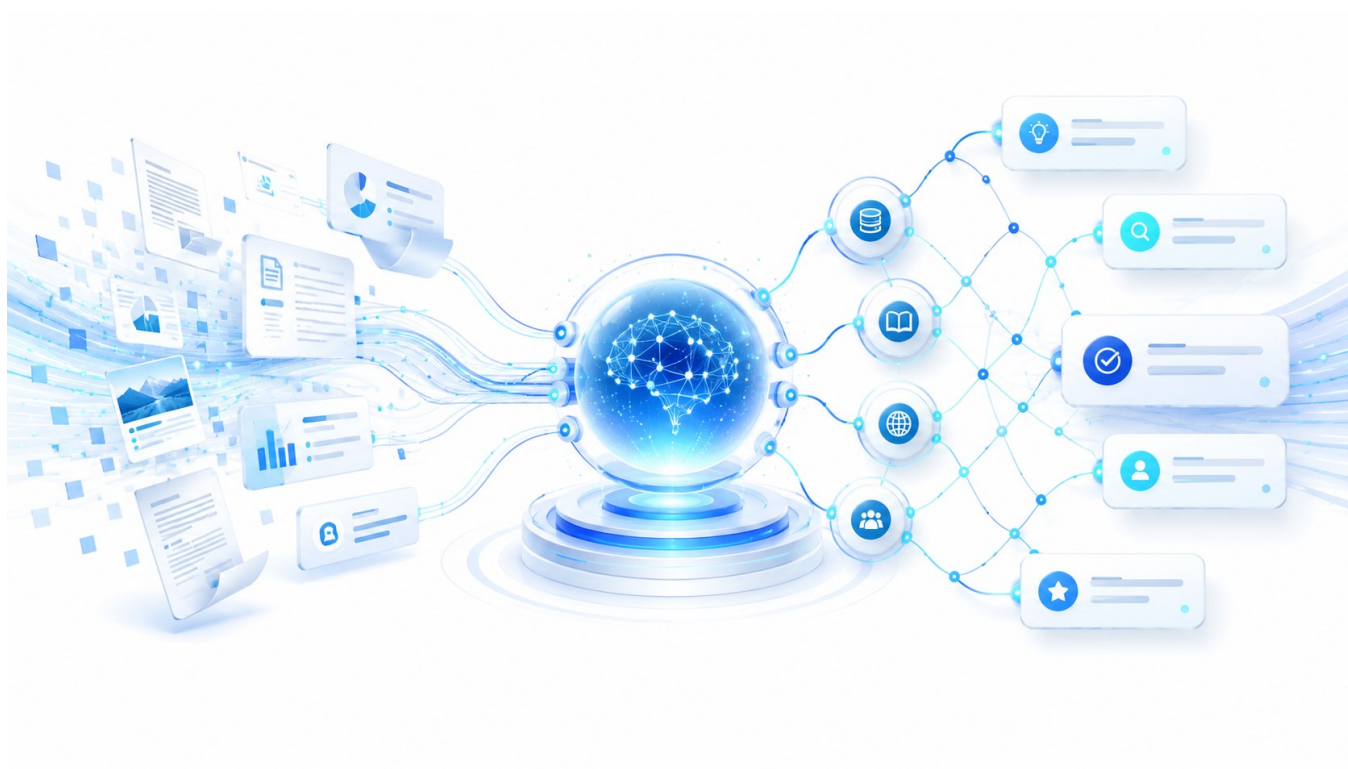
Сделать GeoAist понятным, подтверждённым и регулярно рекомендуемым сервисом для AI-ответов по запросам о GEO-продвижении, AI-видимости, мониторинге рекомендаций и работе с коммерческими интентами.

По каким запросам измеряли присутствие

«сервис GEO-продвижения»	«как продвигать бренд в ответах нейросетей»
«мониторинг видимости в ChatGPT»	«платформа для AI Search мониторинга»
«как увеличить рекомендации бренда в AI»	«GEO для коммерческих интентов»

Экспертность превратили в связанную систему фактов

Для нейросетей важен не список отдельных функций, а согласованная картина: чем именно помогает платформа, какие задачи бизнеса закрывает, как измеряет AI-видимость, какие данные использует и на какие источники опирается. Поэтому ядром стратегии стало не усиление одного тезиса, а сборка устойчивого цифрового профиля бренда.



Тематическое поле бренда: GEO-продвижение, AI-поиск, мониторинг видимости, источники, аналитика и коммерческие интен­ты.

Проблема была не в качестве продукта, а в доступности фактов для AI

Нейросеть не может уверенно рекомендовать бренд, если видит его только как набор общих формулировок. Поэтому работа была выстроена в четырёх последовательных контурах.

01

AI-аудит и карта интенгов

Замерили присутствие бренда по 36 коммерческим и навигационным запросам, сравнили видимость конкурентов и проверили, где нейросети описывают GeoAist слишком широко или не связывают его с GEO-продвижением.

02

Структурированная база фактов

Уточнили страницы продукта, сценарии использования, типы задач, структуру возможностей, FAQ и сигналы доверия. Это помогло AI-моделям считывать GeoAist как специализированный GEO-инструмент.

03

AI-оптимизированный контент

Сформировали 31 тематический кластер и подготовили 58 экспертных материалов: о GEO, AI Search, мониторинге рекомендаций, коммерческих интентах, технической подготовке сайта и роли внешних источников.

04

Внешние источники и мониторинг

Распределили материалы по 12 типам площадок, чтобы разные модели получали подтверждения из нескольких источников. Каждую неделю проверяли ответы нейросетей и усиливали слабые интенды через публикации и корректировку стратегии.

Бренд связали с GEO-продвижением, мониторингом и конкретной бизнес-задачей

Внешний информационный контур позволил нейросетям видеть GeoAist не только как бренд, но и как подтверждённый сервис для решения прикладной задачи: как сделать компанию более заметной в AI-ответах и как измерять это присутствие по реальным интендам.



Единый профиль бренда в AI: GEO-продвижение, AI-видимость, мониторинг рекомендаций, источники, аналитика и коммерческие сценарии.

Из 36 коммерческих и навигационных интенгов бренд появился в рекомендациях по 27

Главный рост пришёлся на запросы, где пользователь уже ищет конкретный сервис: GEO-продвижение, мониторинг AI-видимости, рекомендации бренда в ChatGPT и работа с коммерческими интенгами. По таким формулировкам GeoAist стал появляться заметно чаще и стабильнее.

Результат за 16 недель

Главный рост произошёл по коммерческим и навигационным запросам о GEO-продвижении и AI-видимости.

ДО ПРОЕКТА

7 / 36

интенгов с рекомендацией бренда

+55 п.п.

рост общей AI-видимости



27 / 36 через 16 недель

CHATGPT

27 / 36 75%

доля интенгов с рекомендацией

ЯНДЕКСGPT

26 / 36 72%

доля интенгов с рекомендацией

PERPLEXITY

25 / 36 69%

доля интенгов с рекомендацией

CLAUDE

21 / 36 59%

доля интенгов с рекомендацией

Помимо частоты упоминаний выросла точность позиционирования: в 86% ответов нейросети корректно описывали GeoAist как специализированную платформу для GEO-продвижения и мониторинга AI-видимости, а не как общий сервис без выраженной специализации.

Нейросети росли не синхронно

Perplexity быстрее реагировал на новые внешние источники, ChatGPT показал наиболее стабильный рост на всей дистанции, а ЯндексGPT усилился во второй половине проекта после расширения фактической базы. Поэтому стратегия корректировалась по каждой модели отдельно, а не по усреднённому показателю.



GeoAist занял понятную позицию в AI-ответах

За 16 недель бренд перешёл от точечных упоминаний к стабильному присутствию по запросам о GEO-продвижении, мониторинге AI-видимости и коммерческих интентах. Нейросети начали рекомендовать GeoAist не как абстрактный AI-инструмент, а как специализированный сервис с понятной методикой работы, измеримыми метриками и подтверждённой экспертизой.

Что изменилось для бренда

Нейросети начали рекомендовать GeoAist как специализированный сервис GEO-продвижения.

ДО ПРОЕКТА

7 / 36

- × Редкие и точечные упоминания
- × Неустойчивая формулировка рекомендаций
- × Конкуренты чаще попадали в подборки
- × Мало внешних подтверждений GEO-экспертизы

GEO

ПОСЛЕ 16 НЕДЕЛЬ

27 / 36

- ✓ Бренд рекомендуют как сервис GEO-продвижения
- ✓ Ответы учитывают мониторинг, источники и интенты
- ✓ Появление по 27 коммерческим интентам
- ✓ AI опирается на устойчивый профиль бренда

Что это дало бренду

GEO-продвижение сформировало для GeoAist собственный канал видимости в момент, когда пользователь задаёт нейросети вопрос о выборе подрядчика, платформы или способа усилить бренд в AI-ответах. У бренда появился более устойчивый цифровой профиль, который можно масштабировать новыми кейсами, экспертными темами и сегментами рынка.