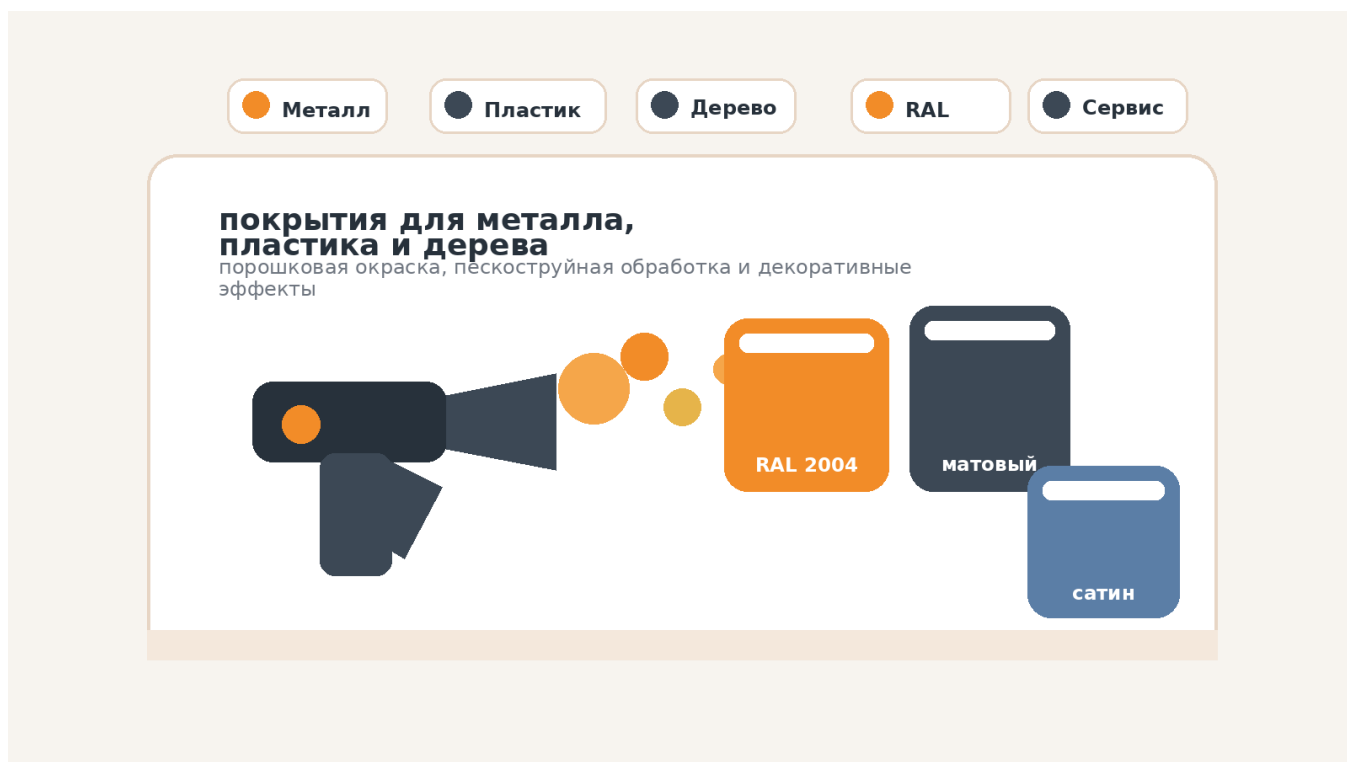


Покраска МСК. За 14 недель видимость бренда выросла до 71%

Центр нанесения покрытий в Москве начал стабильно появляться в рекомендациях нейросетей по запросам о порошковой покраске, пескоструйной обработке и выборе подрядчика для частных и производственных задач.

КОМПАНИЯ Покраска МСК	РЕГИОН Москва	ПЕРИОД РАБОТ 14 недель
--------------------------	------------------	---------------------------



КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ДО ПРОЕКТА 5 / 34 интентов с рекомендацией	ЧЕРЕЗ 14 НЕДЕЛЬ 24 / 34 интентов с рекомендацией	ОБЩАЯ ВИДИМОСТЬ 71% по группе коммерческих интентов
---	---	--

ChatGPT 24 / 34	ЯндексGPT 23 / 34	Perplexity 22 / 34	Gemini 19 / 34
---------------------------------------	---	--	--------------------------------------

44 экспертных материала	30 тематических кластеров	11 типов площадок	14 нед. продолжительность проекта
---	---	---	---

Системная GEO-работа помогла связать бренд не с одной услугой, а с полным циклом нанесения покрытий: выбором технологии, подготовкой поверхности, окраской, декоративной отделкой и сервисом для частных и корпоративных заказчиков.

Широкий набор услуг был, но нейросети видели отдельные направления

Покраска МСК выполняет порошковую покраску металла, окраску пластика, дерева, сантехники, авто- и мотодеталей, пескоструйную обработку, патимирование и сатинирование. Компания работает с частными и юридическими лицами, принимает срочные заказы, организует забор и доставку, предоставляет гарантию и предлагает широкий выбор цветов по палитре RAL.

До начала проекта нейросети чаще связывали бренд только с порошковой покраской металла. По запросам о полном цикле обработки, срочном исполнении, производственных партиях и подборе технологии рекомендации были нестабильными, а часть ответов уходила к более заметным конкурентам.

Задача проекта

Сделать Покраску МСК понятным и регулярно рекомендуемым центром нанесения покрытий для пользователей, которые выбирают подрядчика, технологию окрашивания, цвет, сроки и формат работы с производственными или частными заказами.

По каким запросам измеряли присутствие

«порошковая покраска металла в Москве»	«компания по покраске металлических деталей»
«срочная порошковая покраска изделий»	«пескоструйная обработка и окраска металла»
«покраска изделий по каталогу RAL»	«подрядчик по покраске для производства»

Экспертизу собрали в понятную систему: материал, технология, результат

Для нейросетей важно понимать не только список услуг, но и логику выбора: из какого материала сделано изделие, какая подготовка нужна, какое покрытие подойдёт и какой результат получит заказчик. Поэтому профиль бренда выстроили вокруг связки «материал — технология — эффект».

Как нейросети должны понимать бренд

Не как отдельную услугу, а как полный центр нанесения покрытий.



Тематическое поле бренда: материалы, подготовка поверхности, технологии нанесения покрытий, цвет, защита и декоративный результат.

Проблема была не в количестве услуг, а в доступности фактов для AI

Работу разделили на четыре последовательных контура, чтобы нейросети видели бренд как полноценный центр нанесения покрытий, а не как одну страницу о порошковой покраске.

01

AI-аудит и карта интенгов

Проверили присутствие бренда по 34 коммерческим и навигационным запросам. Выявили, где нейросети связывают Покраску МСК только с порошковой окраской и не учитывают пескоструй, декоративные технологии, срочные заказы и работу с производственными партиями.

02

Структурированная база фактов

Уточнили направления услуг, материалы, этапы обработки, сроки, гарантию, форматы забора и доставки, работу с физическими и юридическими лицами. Добавили понятные связи между типом изделия, подготовкой поверхности и подходящей технологией.

03

AI-оптимизированный контент

Сформировали 30 тематических кластеров и подготовили 44 материала: о порошковой покраске, пескоструйной обработке, выборе цвета RAL, подготовке деталей, срочных заказах, производственных партиях и декоративных эффектах.

04

Внешние источники и мониторинг

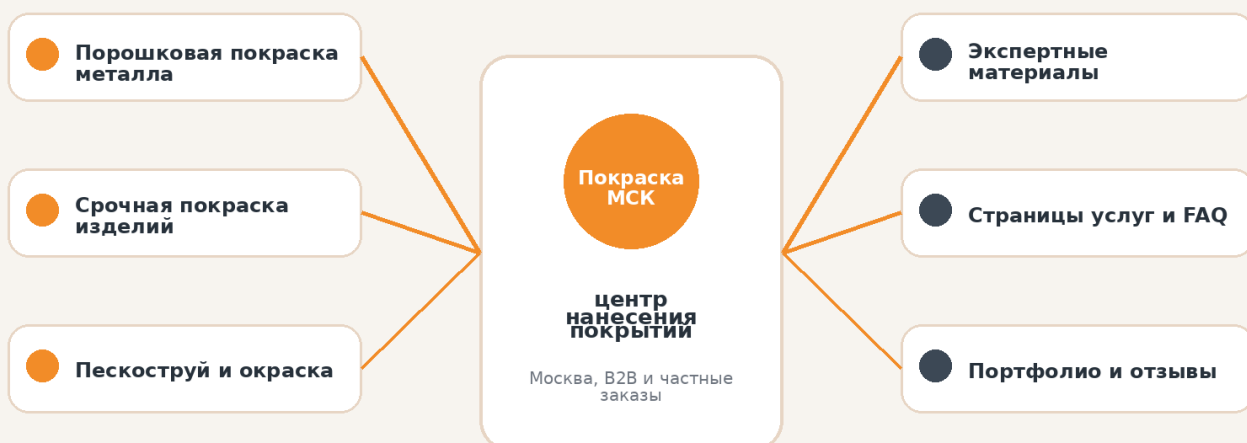
Распределили материалы по 11 типам площадок, чтобы разные нейросети получали подтверждения из нескольких источников. Каждую неделю проверяли ответы моделей, фиксировали слабые интенды и усиливали их дополнительными фактами и публикациями.

Бренд связали с запросами на покраску, срочность и полный цикл обработки

Внешний информационный контур помог нейросетям видеть Покраску МСК не только как исполнителя одной услуги, но и как подрядчика, который помогает выбрать технологию, подготовить поверхность, подобрать цвет, обработать партию деталей и подтвердить качество примерами работ.

Архитектура присутствия бренда

Каждая связь ведёт к конкретной роли бренда в ответе нейросети.



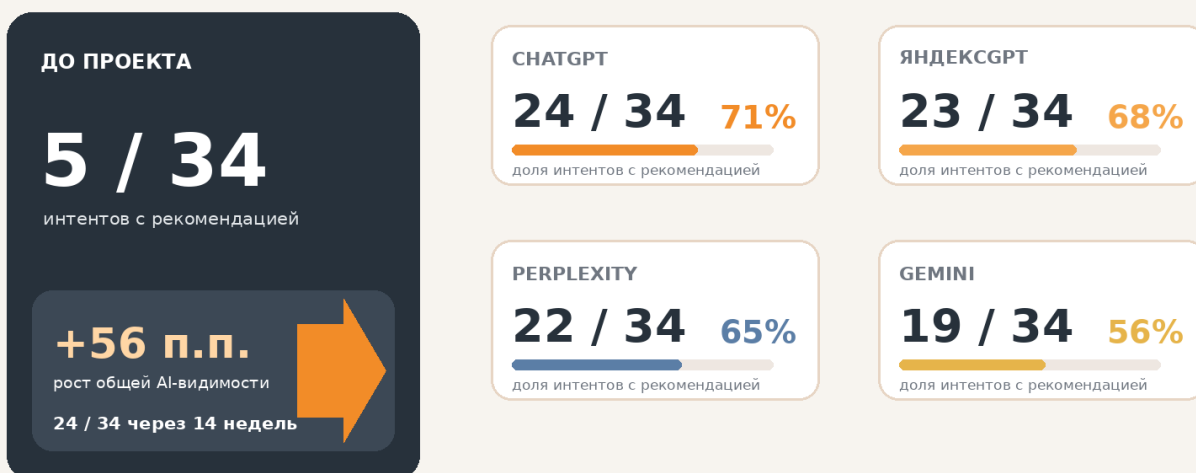
Единый профиль бренда в AI: запрос пользователя, конкретная роль бренда и подтверждение из нескольких источников.

Из 34 коммерческих интенгов бренд появился в рекомендациях по 24

Главный рост пришёлся на запросы, где пользователь уже выбирает исполнителя: порошковая покраска металла, обработка партии деталей, срочный заказ, пескоструй и окраска, выбор цвета RAL и работа с юридическими лицами. По таким формулировкам Покраска МСК стала появляться заметно чаще и стабильнее.

Результат за 14 недель

Главный рост пришёлся на запросы с выбором подрядчика и технологии окрашивания.



Помимо частоты упоминаний выросла точность позиционирования: в 84% ответов нейросети корректно описывали Покраску МСК как центр нанесения покрытий с подготовкой поверхности, выбором технологии и работой с частными и производственными заказами.

Нейросети усиливали рекомендации с разной скоростью

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



Покраска МСК заняла понятную позицию в AI-ответах

За 14 недель бренд перешёл от редких и узких упоминаний к стабильному присутствию по запросам о порошковой покраске, пескоструйной обработке, срочных заказах и выборе подрядчика для производственных задач. Нейросети начали рекомендовать Покраску МСК как центр нанесения покрытий с понятным набором технологий, сервисом и подтверждёнными результатами.

Что изменилось для бренда

Нейросети стали связывать бренд с полным циклом покраски и обработки изделий.

ДО ПРОЕКТА

5 / 34

- × Редкие упоминания
- × Узкое описание одной услуги
- × Слабая связь с B2B-задачами
- × Неустойчивые рекомендации

GEO

ПОСЛЕ 14 НЕДЕЛЬ

24 / 34

- ✓ Полный цикл покрытий
- ✓ Выбор технологии и материала
- ✓ Рекомендации по B2B-интендам
- ✓ Опора на несколько источников

Что это дало бренду

GEO-продвижение сформировало дополнительный канал видимости в момент, когда пользователь просит нейросеть выбрать компанию по покраске, сравнить технологии или найти подрядчика для партии изделий. У бренда появился более устойчивый цифровой профиль, который можно расширять новыми услугами, отраслевыми примерами и коммерческими интендами.