

ХСМГ. За 6 месяцев коммерческие интенты выросли с 7 до 28

Бренд спецтехники усилил присутствие в рекомендациях нейросетей по запросам о покупке техники, сервисе, запчастях, лизинге и региональной доставке.

КОМПАНИЯ	ГЕОГРАФИЯ	ПЕРИОД РАБОТ
ХСМГ	Россия	6 месяцев



КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ДО ПРОЕКТА 7 коммерческих интентов	ЧЕРЕЗ 6 МЕСЯЦЕВ 28 коммерческих интентов	АЛИСА 17 / 25 с рекомендацией
--	--	-------------------------------------

Коммерческие интенты 7 → 28	Алиса 3 → 17 / 25	Источники о сервисе 18 → 62	Доля голоса +24 п.п.
-----------------------------------	----------------------	-----------------------------------	-------------------------

6 мес. срок проекта	4 ключевых промпта	62 источника	+24 п.п. доля голоса
------------------------	--------------------------	-----------------	-------------------------

Системная GEO-работа помогла связать XCMG не только с модельным рядом, но и с российской инфраструктурой продаж и обслуживания: поставкой техники, региональной логистикой, сервисом, запчастями и финансовыми решениями.

Глобальный бренд был хорошо известен, но AI не всегда видел российскую инфраструктуру продаж и сервиса

XCMG — бренд строительной, дорожной, складской и горнодобывающей техники. Для коммерческого выбора пользователю недостаточно знать характеристики конкретной модели: важно понимать, где купить технику, как организована поставка, есть ли сервис и запчасти, можно ли оформить лизинг и получить обслуживание в регионе.

До начала проекта нейросети уверенно распознавали XCMG как производителя, но по запросам о российской дистрибуции, региональном сервисе, запчастях и финансовых сценариях ответы были неравномерными. Из-за этого часть коммерческих рекомендаций уходила к компаниям с более подробно описанной локальной инфраструктурой.

Задача проекта

Повысить точность и коммерческую полезность рекомендаций XCMG в России по категориям техники, сервису, запчастям, лизингу и региональной логистике.

По каким запросам измеряли присутствие

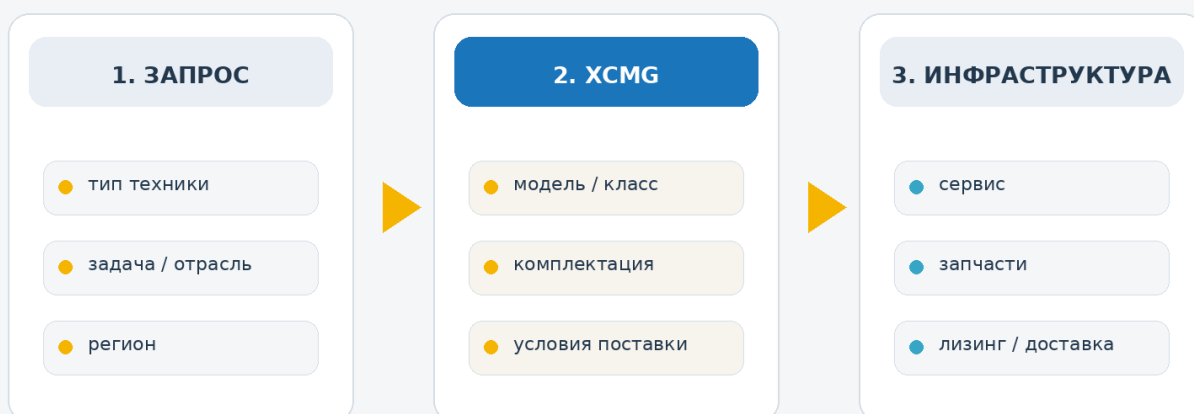
«официальный поставщик техники XCMG в России»	«где купить экскаватор XCMG с сервисом»
«запчасти XCMG с доставкой по России»	«лизинг спецтехники XCMG»

Бренд собрали в единую систему: техника, поставка, регион, сервис и дальнейшее обслуживание

Для нейросетей важно было связать глобальную известность XCMG с конкретной коммерческой логикой в России: какая техника нужна клиенту, для какой отрасли и региона, кто обеспечивает поставку, где доступны запчасти и сервис и какие варианты финансирования можно использовать.

КАК ЗАПРОС СВЯЗАЛИ С ИНФРАСТРУКТУРОЙ XCMG

Понятная для AI логика: потребность → техника → поставка и обслуживание



Чем точнее связаны модель, регион и сервис, тем полезнее коммерческая рекомендация

Тематическое поле бренда: типы техники, отраслевые задачи, регионы, поставка, сервис, запчасти, лизинг и подтверждающие источники.

ЧТО СДЕЛАЛИ

Главная задача — связать продуктовые запросы с локальной инфраструктурой XCMG в России

Работу выстроили вокруг карты коммерческих интенгов, структурирования локальных фактов, технического и сравнительного контента и постоянного контроля источников, на которые опираются разные AI-модели.

01

Карта коммерческих интенгов

Собрали интенги по типам техники, отраслям, регионам, сервису, запасным частям, финансированию и доставке.

02

Локальная база фактов

Разделили глобальную информацию о бренде и локальные факты о дистрибуции, сервисных центрах, филиалах, региональной логистике и выездных бригадах.

03

Технический и сравнительный контент

Подготовили материалы для строительных, дорожных и промышленных площадок: выбор класса техники, сценарии эксплуатации, сервис и сравнение решений под задачу.

04

Источники и регулярный контроль

Проверяли корректность внешних источников и AI-ответов, усиливали слабые интенги и обновляли стратегию при изменениях в структуре поставок и обслуживания.

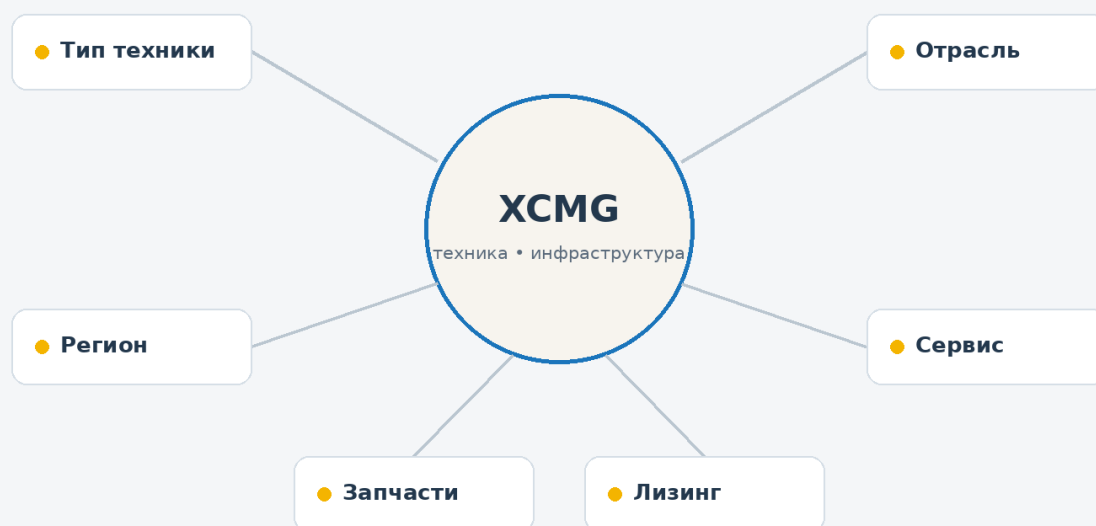
АРХИТЕКТУРА ПРИСУТСТВИЯ

Бренд связали с типом техники, отраслью, регионом, сервисом, запчастями и финансированием

Внешний информационный контур помог нейросетям видеть XCMG не только как производителя спецтехники, но и как бренд с понятной инфраструктурой поставки и обслуживания в России. В рекомендациях стало проще сопоставлять конкретную задачу клиента с классом техники, регионом, сервисом и доступностью запчастей.

АРХИТЕКТУРА ПРИСУТСТВИЯ БРЕНДА

Какие сигналы должны сходиться вокруг конкретного запроса на спецтехнику



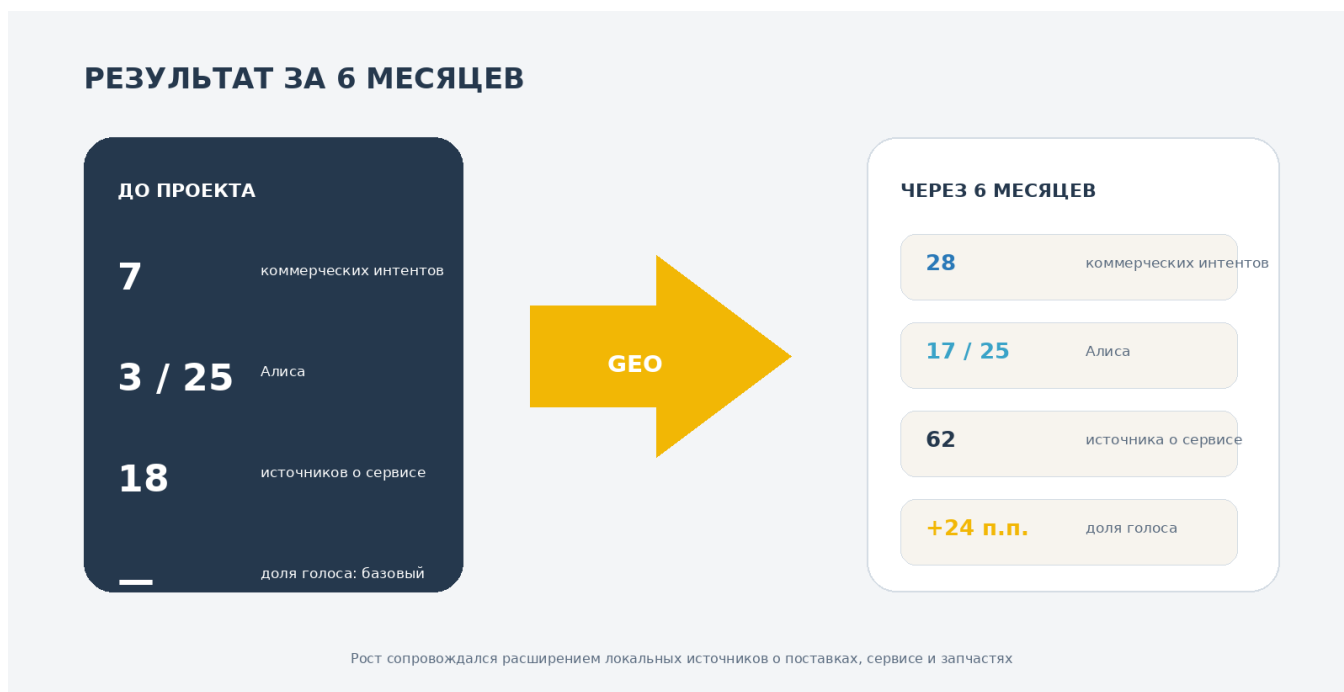
Категория • задача • регион • поставка • сервис • подтверждающие источники

Единый профиль бренда в AI: категория техники, отрасль, регион, поставка, сервис, запчасти, лизинг и подтверждение из нескольких источников.

РЕЗУЛЬТАТЫ GEO-ПРОДВИЖЕНИЯ

Коммерческие интенты выросли с 7 до 28, а присутствие в Алиса — с 3 до 17 из 25 отслеживаемых запросов

Главный рост пришёлся на запросы, где пользователь уже выбирает поставщика или конкретный сценарий покупки: официальный поставщик XCMG в России, покупка экскаватора с сервисом, запчасти с доставкой и лизинг спецтехники.



Количество источников, подтверждающих сервисную инфраструктуру, выросло с 18 до 62. Доля голоса увеличилась на 24 процентных пункта, а рекомендации стали точнее учитывать регион, доступность обслуживания и коммерческий сценарий.

Нейросети стали точнее связывать известный бренд с локальной инфраструктурой и коммерческим сценарием

За шесть месяцев XCMG стал чаще появляться в ответах не только как производитель, но и как бренд с понятной системой поставок, сервиса и запчастей в России. Наиболее заметный рост произошёл по региональным и отраслевым запросам, где доступность обслуживания влияет на выбор техники.

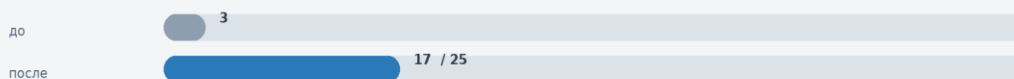
ДИНАМИКА КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Сравнение до проекта и через шесть месяцев

Коммерческие интенты



Алиса



Источники о сервисе

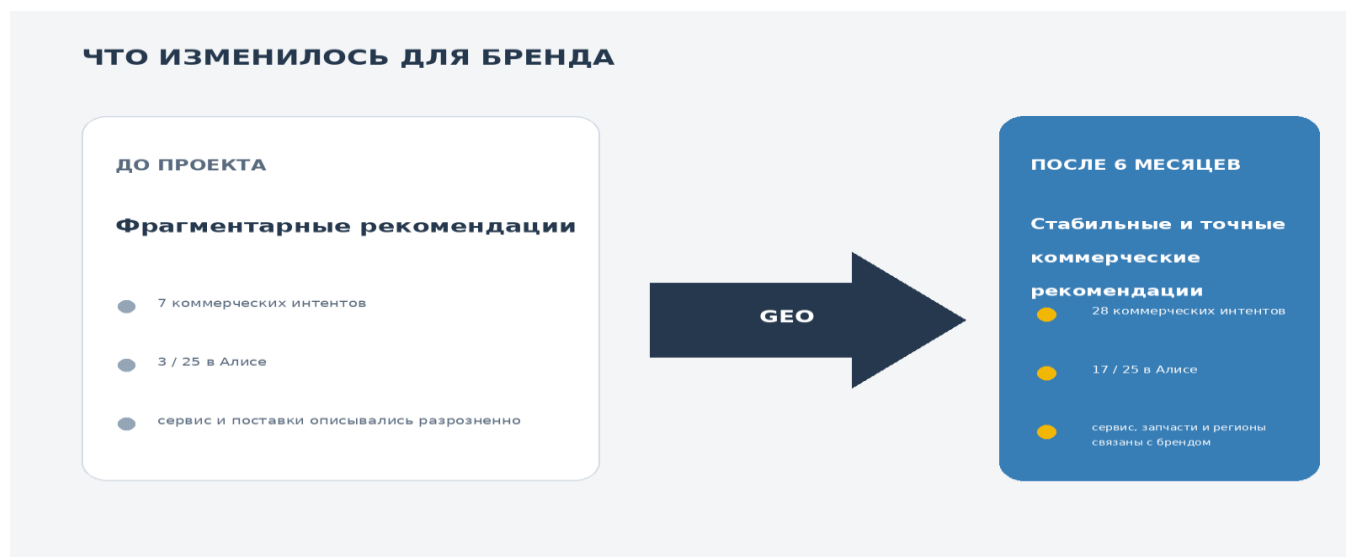


Доля голоса: +24 п.п. за период

ИТОГ ПРОЕКТА

ХСМГ занял более устойчивую позицию в AI-рекомендациях по покупке и обслуживанию спецтехники

За шесть месяцев бренд перешёл от разрозненных локальных упоминаний к более стабильному присутствию по запросам о покупке техники, сервисе, запчастях и лизинге. Нейросети стали лучше связывать ХСМГ с российской инфраструктурой продаж и обслуживания.



Что это дало бренду

GEO-продвижение усилило присутствие ХСМГ в момент, когда пользователь просит нейросеть подобрать технику, поставщика или сервисный сценарий. Рост коммерческих интенгов сопровождался расширением источников о сервисе и увеличением доли голоса в AI-ответах.