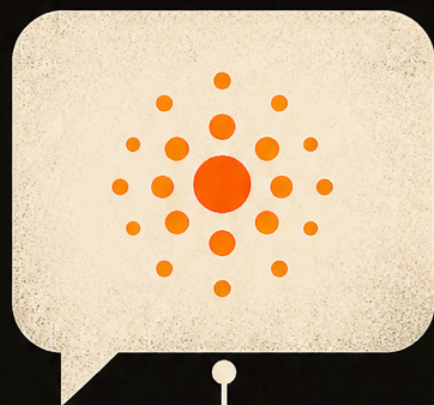


Видит ли нейросеть ваш сайт

Чек-лист АЕО/ГЕО на 20 пунктов: как проверить руками за 2–5 минут, что считать нормой и как исправить. Плюс таблица для замера видимости.



Агентство «Термос Беспалова», Калининград · termosbespalova.ru
Редакция на 25.09.2026

Как пользоваться

Это бланк, а не статья. Опираемся на документацию Google и Яндекса и на проверяемые замеры; где доказательств нет, так и написано. Идите по пунктам сверху вниз и отмечайте: ☐ да, ☐ частично, ☐ нет. На весь чек-лист уйдёт один вечер, ничего платного не понадобится.

- | | |
|----|--|
| 01 | Как нейросети выбирают источники: коротко и без магии |
| 02 | Группа А. Доступ ботов и индексация (пункты 1–5) |
| 03 | Группа Б. Файл llms.txt (6–7) |
| 04 | Группа В. Структура и ответные блоки на страницах (8–11) |
| 05 | Группа Г. Разметка schema и факты о компании (12–13) |
| 06 | Группа Д. Упоминания бренда вне сайта (14–16) |
| 07 | Группа Е. Свежесть и авторство (17–18) |
| 08 | Группа Ж. Скорость и техника (19–20) |
| 09 | Как замерить видимость самому: таблица запросов и mention rate |
| 10 | Типичные ошибки, итоговая карта и что делать дальше |

ГЛАВА 1

Как нейросети выбирают источники

Есть распространённое заблуждение: нейросеть «знает всё, что читала при обучении». Для ответов со ссылками это не так. Яндекс, Google и поиск ChatGPT собирают ответ из живой выдачи. Порядок такой:

1. **Запрос разворачивается в подзапросы.** Одну формулировку система превращает в несколько параллельных вопросов (Google описывает это как query fan-out).
2. **По каждому подвопросу ищутся страницы** в обычном поисковом индексе.
3. **Из страниц берутся фрагменты,** которые отвечают на подвопрос.
4. **Модель сводит фрагменты в один ответ.** В Яндексе это делает YandexGPT в сервисе Нейро.
5. **Часть источников показывается ссылками,** часть остаётся за кадром.

Из этого следуют три вещи, на которых построен весь чек-лист.

1. Без обычного SEO ответа не будет

Яндекс считает видимость в Алисе AI только по запросам, где сайт уже достаточно высоко ранжируется, а Google описывает генеративные функции как надстройку над обычным ранжированием.

2. Берётся фрагмент, а не страница

Хороший фрагмент понятен без предыдущих абзацев. Поэтому мы проверяем, можно ли вырезать из вашей страницы абзац и получить готовый ответ.

3. Два разных события: цитата и упоминание

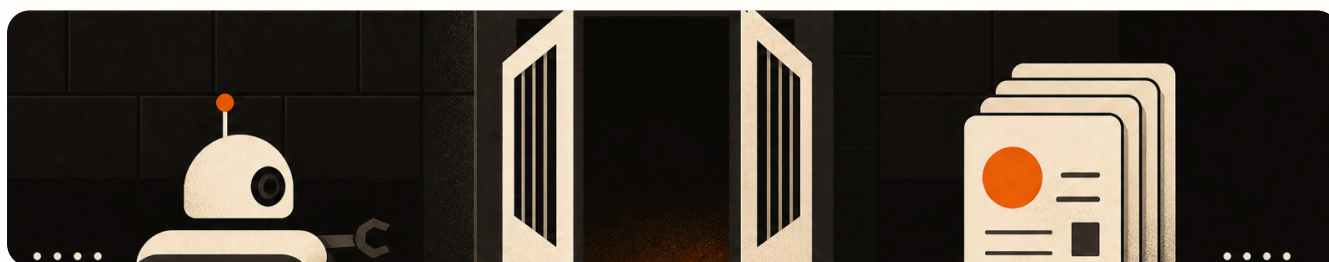
Цитирование значит, что ваш домен стоит в источниках под ответом. Упоминание значит, что название бренда прозвучало в тексте ответа. По исследованию Semrush и Кевина Индига (09.06.2026) в 61,7% появлений домена платформа взяла контент, а бренд не назвала. Поэтому в замеры нужны две цифры, а не одна.

ЧЕСТНО ПРО ОЖИДАНИЯ

Гарантировать место в ответе нельзя, купить его тоже: рекламных размещений в источниках Нейро, AI Overviews или ChatGPT Search нет. Чек-лист убирает помехи и повышает шансы. Ответы моделей плавают день ото дня, поэтому результат проверяют серией замеров (глава 3).

ГЛАВА 2

Чек-лист: 20 проверок



Первая группа проверяет, открыты ли ворота: сможет ли бот вообще войти до ваших страниц.

А Доступ ботов и индексация

01 Ответные боты не закрыты в robots.txt

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ Не запрещены ли боты, которые ходят за фактами для ответа: OAI-SearchBot (ChatGPT), PerplexityBot, Claude-SearchBot.

КАК Откройте `вашсайт.ru/robots.txt`, Ctrl+F по названиям ботов. Отдельно посмотрите блок `User-agent: *`: нет ли там `Disallow: /`.

НОРМА Для этих ботов нет `Disallow: /`. Без явного запрета боты разрешены по умолчанию.

ИСПРАВИТЬ Удалите лишний блок или замените на `Allow: /`. Обучающих ботов (GPTBot, ClaudeBot, Google-Extended) можно закрыть отдельно: на цитирование это не влияет, решение за вами.

02 YandexAdditional не закрыт

☐ да ☐ частично ☐ нет

- ПРОВЕРИТЬ Нет ли в robots.txt блока `User-agent: YandexAdditional` с `Disallow: /`.
- КАК Тот же файл, Ctrl+F по «Yandex». Яндекс предупреждает: запрет убирает сайт не только из Нейро, но и из быстрых ответов под поисковой строкой.
- НОРМА Строки нет. Если её убрали, изменения применяются от 2 до 14 дней.
- ИСПРАВИТЬ Удалите блок. Токен может встретиться как YandexAdditionalBot, но в официальном блоге Яндекса назван только YandexAdditional: сверьтесь со справкой Вебмастера.

03 Хостинг, CDN и защита не режут ботов

☐ да ☐ частично ☐ нет

- ПРОВЕРИТЬ Открыт ли доступ на уровне сервера: robots.txt разрешает, а защита может блокировать по IP.
- КАК В панели хостинга откройте журнал access.log, найдите строки `0AI-SearchBot`, `PerplexityBot`, `YandexAdditional`. Посмотрите коды ответа.
- НОРМА Код 200. Коды 403, 429 или капча означают блокировку. Отсутствие строк ещё не приговор: возможно, боты просто не заходили. Визит бота не доказывает цитирование, он лишь объясняет, почему его может не быть.
- ИСПРАВИТЬ Попросите поддержку хостинга или CDN проверить, не блокируются ли диапазоны IP, которые OpenAI публикует для своих краулеров.

04 Ключевые страницы в индексе и ранжируются

☐ да ☐ частично ☐ нет

- ПРОВЕРИТЬ Находятся ли в поиске главная, страницы услуг и главные статьи.
- КАК Вбейте в Яндексе и Google точный заголовок страницы в кавычках. Затем проверьте статус адреса в разделе индексирования Яндекс Вебмастера и Google Search Console.
- НОРМА Страница находится по своему заголовку и по 1–2 запросам, под которые написана.
- ИСПРАВИТЬ Если не находится, это задача классического SEO, и она первична: пока её нет, остальные пункты ничего не дадут.

05 Видимость в Алисе AI: стартовая точка зафиксирована

☐ да ☐ частично ☐ нет

- ПРОВЕРИТЬ Что показывает раздел Вебмастера про Алису AI по вашему сайту.
- КАК Яндекс Вебмастер → «Эффективность» → «Видимость сайта в Алисе AI» (раздел работает с 07.04.2026, бесплатно). Запишите долю запросов, примеры запросов и страниц, список конкурентов, которые попадают в источники чаще вас.
- НОРМА Есть цифра и дата, с которой вы будете сравнивать себя через месяц. Данные даются за три месяца, обновляются раз в неделю.
- ИСПРАВИТЬ Пустой раздел не ошибка настройки, а сигнал: по вашим запросам сайт пока не ранжируется достаточно высоко. Возвращайтесь к пункту 4.

Сразу о статусе. llms.txt предложил Джереми Ховард в сентябре 2024 года, это не утверждённый стандарт. Google в гайде по генеративным функциям поиска пишет, что поиск Google этот файл не использует. OpenAI ни за, ни против не высказывалась. Сделать файл дёшево и вреда он не несёт, но обещать от него рост видимости нельзя. Поэтому две проверки, и они после доступа ботов и контента.

06 Файл существует и отдаётся текстом

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Есть ли файл в корне домена.
КАК	Откройте <code>вашсайт.ru/llms.txt</code> в режиме инкогнито. Русские буквы читаются? Это не страница 404 с кодом 200 (частая беда CMS)?
НОРМА	Простой текст в кодировке UTF-8, адрес именно <code>/llms.txt</code> , не <code>/llms-txt</code> .
ИСПРАВИТЬ	Создайте файл в корне сайта. На Bitrix это «Файлы и папки» в структуре сайта или загрузка по FTP; на Tilda прямой загрузки в корень нет, обычно нужен экспорт на свой хостинг.

07 Содержимое: смысл, а не выгрузка адресов

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Что внутри файла и работают ли ссылки.
КАК	Прокликайте каждую ссылку. Официального валидатора нет, ручной прогон надёжнее онлайн-проверялок.
НОРМА	Заголовок с названием, 1–2 предложения «кто вы и чем занимаетесь», разделы со списком – <code>[Название](https://...): пояснение</code> . Ссылки абсолютные, рабочие, 15–30 важных страниц вместо всей карты сайта.
ИСПРАВИТЬ	Сгенерированный черновик оставьте как заготовку, а описания перепишите человеческим языком. Не ссылайтесь на страницы, закрытые в robots.txt.

```
# Название компании
> Чем занимается, для кого, в каком городе. Одно-два предложения.

## Услуги
- [Название услуги](https://сайт.ru/usluga/): что входит и кому подходит

## Optional
- [Блог](https://сайт.ru/blog/): статьи по теме
```

ГЛУБЖЕ ОБ ЭТОМ

Описания для llms.txt, переписывание страниц и сравнительные таблицы удобно делать вместе с нейросетью, если настроить её один раз: проект с инструкцией по вашему тону и фактам. Как это устроено в Claude, разобрано в нашем гайде «Claude с нуля» (там проекты, 18 сценариев с промптами и скиллами): termosbespalova.ru/gayd/claude/, 490 ₽.

08 Прямой ответ в первом абзаце, абзацы самодостаточны☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Три ключевые страницы: услуга, условия или цены, главный гайд.
КАК	Прочитайте первые два-три абзаца: отвечают ли они на вопрос заголовка? Затем тест «вырежи и вставь»: скопируйте любой абзац в пустой документ и решите, понятен ли он без остальной страницы.
НОРМА	Ответ стоит в начале без разгона. Один тезис на абзац. Нет «как мы говорили выше». Заголовок сформулирован вопросом или утверждением, а не ребусом.
ИСПРАВИТЬ	Перепишите вступление по схеме «ответ, условие, конкретика». Подводку про «в современном мире» удалите.

09 Факты записаны текстом, а не картинкой☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Цены «от», сроки, город, состав услуги, условия.
КАК	На странице нажмите Ctrl+F и поищите «Р», «дней», название города, слово «входит». Если ничего не находится, а на экране цифры есть, они лежат картинкой или в PDF.
НОРМА	Факты есть в тексте страницы, рядом с названием бренда. «Индивидуальный подход» и «гибкие цены» извлечь невозможно, конкретное «от, срок, что входит» извлечь легко.
ИСПРАВИТЬ	Продублируйте цифры текстом, укажите период или дату актуальности.

10 Страница закрывает подвопросы, а не только главный запрос☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Отвечает ли страница на 5–8 смежных вопросов, которые модель задаёт себе сама: сколько стоит, за какой срок, что входит, чем отличается от..., кому не подойдёт.
КАК	Спросите нейросеть: «Какие вопросы задают при выборе [услуга] в [город]?» и сверьте со списком. Добавьте подсказки поисковой строки. Отметьте вопросы, ответа на которые на странице нет.
НОРМА	На каждый вопрос есть короткий ответ из 2–4 предложений под своим подзаголовком.
ИСПРАВИТЬ	Допишите блоки вопрос-ответ. Резать текст на «чанки» не нужно: Google называет это лишним.

11 Есть честные сравнения там, где человек выбирает☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Есть ли материал «Х или Y», «что выбрать», «чем отличается».
КАК	Задайте нейросети вопрос «[ваш вариант] или [вариант конкурента]: что выбрать?» и посмотрите, чьи страницы она берёт. По данным Semrush и Индига сравнительные запросы дают в 2,4 раза больше упоминаний брендов, чем информационные.
НОРМА	Есть хотя бы одно сравнение с таблицей и явным «вам подойдёт X, если...», включая случаи, когда ваш вариант не подходит.
ИСПРАВИТЬ	Напишите 2–3 материала-сравнения по категории. Реклама в них снижает доверие.

ГЛУБЖЕ ОБ ЭТОМ

Проверочные запросы (пункты 10, 11 и вся глава про замер) работают лучше, если формулировать их по формуле: роль, контекст, задача, формат. Для этого и для черновиков ответных блоков есть наш гайд «Промпты: 60 шаблонов»: формула из семи элементов, работа с контекстом и проверка ответа модели на выдуманные факты:

termosbespalova.ru/gayd/prompty/, 490 ₽. Про GEO там нет, он про то, как разговаривать с моделью.

Г Разметка schema и факты о компании

12 Разметка есть и не содержит ошибок

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Organization на главной, Article на статьях, BreadcrumbList, FAQPage там, где есть блок вопросов.
КАК	Вставьте адрес в validator.schema.org или откройте проверку структурированных данных в Яндекс Вебмастере.
НОРМА	Ошибок нет, данные в разметке совпадают с видимым текстом.
ИСПРАВИТЬ	Правьте шаблон страницы или плагин. Ожидания трезвые: Ahrefs (11.05.2026) не нашёл роста цитируемости от JSON-LD (AI Mode +2,4% и ChatGPT +2,2% неотличимы от нуля, AI Overviews -4,6%). Разметка нужна поиску и сниппетам, а не «ради нейросетей».

13 Факты о компании записаны текстом, бренд назван одинаково

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Год основания, город, юрлицо, состав услуг, контакты, и как везде написано название.
КАК	Откройте «О компании» и подвал сайта. Затем сравните название на сайте, в соцсетях, картах и каталогах.
НОРМА	Факты лежат на индексируемых страницах. Название везде одно и то же: «Термос Беспалова» в одном месте и «TermosB» в другом для модели два разных объекта.
ИСПРАВИТЬ	Унифицируйте название и добавьте формулировку «[Бренд] это [кто] в [город], который делает [что]». Такие фразы модель охотно переиспользует.

Д Упоминания бренда вне сайта

Самый весомый из измеренных сигналов и самая долгая работа. Ahrefs (75 000 брендов, 26.05.2025) нашёл корреляцию упоминаний бренда в вебе с видимостью в AI Overviews 0,664, у обратных ссылок 0,218. Авторы оговариваются: корреляция не равна причинности. Практический вывод: упоминание без ссылки работает не хуже ссылки.

14 След бренда в поиске не хуже, чем у конкурента ☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Сколько площадок вообще пишут о вас.
КАК	Название в кавычках в Яндексe и Google, затем «название отзывы». Посчитайте площадки вне вашего сайта. То же для главного конкурента.
НОРМА	Есть отзывы, каталоги и хотя бы несколько независимых упоминаний. Офлайн-известность в упоминания не превращается: модель знает лишь то, что написано на индексируемых страницах.
ИСПРАВИТЬ	Составьте список из 10 площадок вашей темы и ставьте цель на 1–2 размещения в месяц. Накрутки и мусорные сайты работают против вас.

15 Карточки в каталогах и картах совпадают между собой ☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Яндекс Бизнес, карты, отраслевые каталоги, отзывы.
КАК	Откройте 3–4 карточки и сверьте название, адрес, телефон, описание, часы работы.
НОРМА	Данные идентичны, карточки заполнены, отзывы без пустой тишины.
ИСПРАВИТЬ	Исправьте расхождения и ответьте на отзывы. Гипотеза, что Яндекс Бизнес напрямую помогает попасть в источники Алисы, не подтверждена, но карточка нужна бизнесу и без нейросетей.

16 Вас упоминают в контексте вашей категории ☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Есть ли вы в подборках, на профильных форумах и в отраслевых медиа рядом с конкурентами.
КАК	Спросите нейросеть «Кто делает [услуга] в [город]? Назови компании и дай ссылки». Откройте источники, на которые она опирается, и посмотрите, на каких площадках вас нет.
НОРМА	Вы встречаетесь минимум на части площадок, которые нейросеть берёт как источники для конкурентов.
ИСПРАВИТЬ	Добивайтесь формулировок «компания X делает Y в городе Z», публикуйте собственные данные и кейсы: этого нельзя переписать у конкурента.

Е Свежесть и авторство

17 Дата обновления видна и честна ☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Указана ли дата на пяти ключевых страницах и актуальны ли цифры под ней.
КАК	Откройте страницы и найдите «Обновлено». Сверьте цены, сроки, условия с реальными.
НОРМА	Дата стоит под заголовком и меняется только после реальной правки. Точные обещания вроде «контент моложе 30 дней цитируют вдвое чаще» не подтверждены первоисточником, не стройте на них план.
ИСПРАВИТЬ	Раз в квартал обновляйте ключевые страницы и ставьте дату. Менять дату без правки текста нельзя.

18 Автор и реквизиты видны

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Кто написал материал и кто отвечает за сайт.
КАК	Откройте статью и подвал: есть ли имя автора, его роль, реквизиты компании, контакты, источники цифр?
НОРМА	Указаны автор с должностью, юрлицо, способ связи. У цифр в тексте есть источник и дата.
ИСПРАВИТЬ	Добавьте подпись автора и страницу «Об авторе», ссылки на первоисточники. Это помогает и читателю, и оценке надёжности.

Ж Скорость и техника

19 Текст лежит в исходном HTML, страница быстрая на телефоне

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	Виден ли текст без выполнения скриптов и не тормозит ли страница.
КАК	Нажмите Ctrl+U (исходный код) и найдите фразу из первого абзаца. Затем прогоните главную и одну ключевую страницу через PageSpeed Insights в мобильной версии.
НОРМА	Фраза найдена в исходном коде. Не все краулеры выполняют JavaScript так полно, как браузер, поэтому текст в HTML надёжнее. Страница открывается без долгого ожидания.
ИСПРАВИТЬ	Если текст подгружается скриптом, попросите разработчика отдавать его на стороне сервера. Тяжёлые картинки и скрипты уберите или отложите.

20 Техническая гигиена без сюрпризов

☐ да ☐ частично ☐ нет

ПРОВЕРИТЬ	HTTPS, sitemap.xml, canonical, noindex, ответ на несуществующий адрес, одна версия домена.
КАК	В коде ключевой страницы (Ctrl+U) поищите <code>noindex</code> и <code>canonical</code> . Откройте <code>вашсайт.ru/sitemap.xml</code> . Введите заведомо несуществующий адрес: должен быть код 404, а не 200.
НОРМА	Нет noindex на важных страницах, canonical ведёт на саму страницу, sitemap подан в вебмастера, версии с www и без www сведены в одну.
ИСПРАВИТЬ	Правки делаются в настройках CMS и SEO-плагинов. Через неделю проверьте Вебмастер на ошибки индексации.

Как измерить видимость самому



Один замер ничего не значит. Значение имеет повтор одного и того же набора вопросов.

Замер бесплатен и занимает 2–3 часа в месяц: фиксируете список вопросов, задаёте его нейросетям в чистых сессиях и записываете, назвали ли вас и сослались ли на сайт.

Шаг 1. Соберите пул из 20 вопросов

Схема 5 / 10 / 5 (методика агентства Pawetta, авторский протокол, но воспроизводимый). Формулировки берите из реальных запросов Вебмастера и Search Console, а не придумывайте.

Тип	Примеры формулировок (подставьте своё)
5 брендовых	«Отзывы о компании [Название]». «Чем занимается [Название]?» «[Название] или [Конкурент]: что выбрать?»
10 коммерческих	«Кто делает [услуга] в [город]?» «Сколько стоит [услуга]?» «Лучшие компании по [услуга] в [город]».
5 информационных	«Как выбрать [услуга]?» «Чем [вариант А] отличается от [варианта Б]?» Темы из вашего блога, где вы претендуете на экспертизу.

Пишите живыми короткими фразами: по данным Semrush и Индига короткие разговорные запросы дают в 30–50 раз больше упоминаний бренда, чем длинные структурированные промпты. Список после первого замера не меняйте: он и есть ваш знаменатель.

Шаг 2. Прогоните в чистых сессиях

- ☐ **Чистая сессия.** Инкогнито, выход из аккаунта или новый чат без истории. Иначе нейросеть подстроится под вашу переписку и вы измерите собственную память.
- ☐ **2–3 прогона** каждого вопроса: ответы плавают.
- ☐ **Система.** Начните с Алисы AI (ya.ru): для российских сайтов это главная площадка, по данным «импульс.гуру» она даёт примерно в пять раз больше переходов, чем ChatGPT. Добавьте ChatGPT с веб-поиском и Perplexity, если доступны: с 06.09.2026 у части российских пользователей ChatGPT не открывается (официально блокировку не объявляли), а VPN искажает геодеpendимые ответы.
- ☐ **Веб-поиск** включён или выключен всегда одинаково: это два разных замера.
- ☐ **Дата и система** в каждой строке таблицы.

Шаг 3. Записывайте в таблицу

Одна строка равна одному ответу. Две первые строки показывают, как заполнять.

№	Вопрос	Тип	Система	Прогон	Бренд назван	Ссылка на сайт	Кто назван вместо вас
1	Отзывы о [Название]	бренд	Алиса AI	1	да	нет	—
2	Кто делает [услуга] в [город]	коммерч.	Алиса AI	1	нет	нет	сайт-а.ru, сайт-б.ru

Шаг 4. Посчитайте две цифры

ФОРМУЛЫ

Mention rate = ответы, где бренд назван в тексте / все ответы × 100%.

Citation rate = ответы со ссылкой на ваш домен / все ответы × 100%.

Пример: 20 вопросов, 2 системы, 2 прогона дают 80 ответов. Бренд назван в 12: mention rate $12 / 80 \times 100\% = 15\%$. Считается текст ответа, а не список источников под ним.

Как читать разрыв между цифрами

- **Цитируют, но не называют.** Контент хороший, а имя в тексте не закреплено. Работайте над пунктами 13, 14, 16.
- **Называют, но не цитируют.** Имя известно по внешним источникам, а сайт источником не считается. Работайте над пунктами 8–10.
- **Нет ни того, ни другого.** Вас в этом канале нет: начинайте с пунктов 1–5.

Общепринятого бенчмарка «нормального mention rate» для российских отраслей нет. Ориентиры: ваш первый замер, положение среди конкурентов в том же пуле и соотношение двух метрик. Колебание на пару процентных пунктов это шум, тренд видно после трёх замеров подряд.

Проверочные запросы для самой страницы

ТЕСТ ИЗВЛЕКАЕМОСТИ

Вот текст страницы: [вставьте текст]. Ответь на вопрос «[вопрос клиента]» только по этому тексту. Каких фактов не хватило?

Если нейросеть отвечает общими словами или просит цифры, значит, конкретики на странице нет (пункты 8–10).

ГЛУБЖЕ ОБ ЭТОМ

Прогон 80–120 ответов раз в месяц утомляет. Его можно автоматизировать: собрать простого агента-аналитика, который берёт список вопросов, собирает ответы и присылает сводку. Как собрать такого агента в конструкторе без программиста (проект «еженедельный отчёт») и как считать его стоимость, разобрано в нашем гайде «Свой ИИ-агент за выходные»: termosbespalova.ru/gayd/ii-agent/, 490 ₽. Гайд не про GEO, но метод переносится на любую регулярную проверку.

ГЛАВА 4

Типичные ошибки

- **Закрывать всех ИИ-ботов одной строкой.** Обучающие и ответные краулеры разные. Запретить обучение и разрешить цитирование нормально, запретить всех значит выйти из ответов.
- **Закрывать YandexAdditional «на всякий случай».** Вместе с Нейро уходят быстрые ответы под поисковой строкой.
- **Начать с AEO, не имея SEO.** Страница вне индекса в ответ не попадёт.
- **Один замер вместо серии** и замер из своего аккаунта: рисуют ложный рост.
- **Менять список вопросов между замерами.** Добавили пять удачных запросов и получили рост, которого не было.
- **Ждать большого трафика.** Ответ нейросети часто не даёт клика, но формирует короткий список для выбора. Смотрите на упоминания и брендовый спрос, а не только на визиты.

ИТОГ

Карта результатов

Пройдите по списку, поставьте да (1 балл), частично (0,5), нет (0). Шкала личная, не отраслевой бенчмарк: главное, куда идти в первую очередь.

№	Проверка	Балл	Когда делать
1–3	Боты не закрыты, YandexAdditional открыт, хостинг не режет		в первый день
4–5	Индексация, стартовая точка в Вебмастере		неделя 1
6–7	llms.txt		неделя 2, гигиена
8–11	Ответные блоки, факты, подвопросы, сравнения		недели 2–6

12– 13	Разметка, факты о компании	недели 3–4
14– 16	Упоминания вне сайта	с недели 4, долго
17– 18	Даты и авторство	неделя 4
19– 20	Скорость и техника	по плану разработчика

ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ

Сначала то, что физически блокирует попадание в ответ (пункты 1–5), затем то, что влияет на выбор (8–11, 14–16). llms.txt и разметка это гигиена. Через месяц повторите замер по тому же списку вопросов. Быстрее чем за месяц осмысленной динамики не будет, устойчивая картина обычно видна через квартал.

ЧТО ДАЛЬШЕ

Если хочется идти глубже

Дальше тормозит обычно не знание, а рутина: писать тексты, гонять запросы, держать таблицу. Вот что советую взять в первую очередь.

490 ₽ · PDF, 57 стр.

Гайд «Промпты, которые работают: система и 60 готовых шаблонов»

Самый практичный следующий шаг. Пункты 8–11 и весь замер держатся на умении ставить модели задачу: переписать первый абзац под прямой ответ, составить сравнительную таблицу, проверить ответ на выдуманные факты. В гайде для этого формула запроса из семи элементов, работа с контекстом и файлами, итерации, проверка ответа и 60 готовых шаблонов в девяти группах, включая тексты и аналитику.

Чего там нет: про AEO и GEO в нём ни слова, он про сам навык.

termosbespalova.ru/gayd/promty/

Читайте также. «Свой ИИ-агент за выходные», 490 ₽: как собрать агента-аналитика для регулярных проверок и заявок, в конструкторе и на коде, termosbespalova.ru/gayd/ii-agent/. «Claude с нуля», 490 ₽: проекты, 18 сценариев, скиллы и Claude Code для тех, кто не пишет код, termosbespalova.ru/gayd/claude/.

Если руки не доходят

Бланк работает, но берёт время: доступ ботов, переписывание страниц, внешние упоминания, регулярные замеры. Если в команде некому вести это системно, работу можно передать.

Услуга «SEO и GEO-продвижение». Агентство «Термос Беспалова» ведёт органический трафик и видимость в ответах нейросетей как одну задачу: по механике это и есть одна задача. Аудит доступа краулеров, переработка ключевых страниц, работа с упоминаниями, замеры и отчёт. Подробности: termosbepalova.ru/seo-geo/

Консультация. Пришлите свою заполненную карту результатов. Разберём её вместе, скажем, с чего начать именно вам и что реально измерить в вашей нише. Пишите Артёму Беспалову в Telegram.

Записаться на консультацию: t.me/m/4lXnXleWOGly

termosbepalova.ru/seo-geo/

Термос Беспалова · Калининград · ИП Беспалов Артём Евгеньевич. Гайд носит информационный характер и не гарантирует попадание в ответы нейросетей. Правила платформ и доступность сервисов меняются: перед решениями сверяйте их с актуальной документацией.