

Исследование ИИ видимости в нише DIY

Какие бренды называют языковые ИИ-платформы, отвечая на нейтральные вопросы о ремонте, стройке и обустройстве дома. Доля голоса, тональность, различия между платформами и регионами.

9 ИИ-платформ · 9 сегментов DIY · 8 909 ответов.

9	9	5	8 909	151 575
ИИ-платформ	Сегментов DIY	Городов + РФ	Ответов ИИ	Упоминаний брендов

Дата материала: июль 2026

● ЗНАКОМСТВО

Денис Нарижный

Основатель «КручуВерчу», один из практикующих экспертов в SEO и системном интернет-маркетинге.

Эксперт в поисковом продвижении, PBN, ссылочных стратегиях, дроп-доменах и построении сеток сайтов под трафик и монетизацию. Работал с портфелем более **230 компаний** — банки, телеком-операторы, страховые, федеральные застройщики, агрегаторы и международные digital-сервисы.

СПИКЕР ВЕДУЩИХ КОНФЕРЕНЦИЙ

BROCONF

КИНЗА

РИФ

MAC Affiliate

Cyber Marketing

Даёт только практику: инструменты, схемы и решения из реальных проектов, а не теорию.



Денис Нарижный
CEO KW Group

● ЧТО АНАЛИЗИРОВАЛИ

Об исследовании

МАСШТАБ И МЕТОД

Мы задали 990 нейтральных пользовательских вопросов о DIY девяти языковым моделям и разместили, какие бренды они называют — без прямого упоминания в вопросе.

Почему без брендов в вопросе: если назвать бренд в промте, модель просто его повторит. Нам важно, кого ИИ вспоминает сам — это его «память» о рынке.

Почему 9 платформ: закрытые, открытые и российские модели обучены на разных данных и видят рынок по-разному. Одна платформа не отражает картину.

ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Измерить долю голоса брендов в ответах ИИ

1

Понять, какие платформы формируют разную выдачу

2

Оценить тональность и за что хвалят/ругают

3

Составить рейтинг видимости по ролям и сегментам

4

Сформировать топ брендов по видимости в ИИ

5

Параметры исследования

ПАРАМЕТРЫ

ИИ-платформ	9
Сегментов DIY	9
Городов + РФ	5+1
Уникальных промтов	990
Ответов ИИ	8 909
Ответов с брендами (97.8%)	8 710
Ответов без брендов (2.2%)	199
Суммарных упоминаний	151 575
Ссылок на источники	455
Уникальных брендов	13 391

9 ИИ-ПЛАТФОРМ

ChatGPT	закрытые
Claude	закрытые
Gemini	закрытые
Perplexity	закрытые
Grok	закрытые
DeepSeek	открытые
Qwen	открытые
Алиса	российские
GigaChat	российские

Закрытые — модели с закрытым кодом
Открытые — модели с открытым кодом
Российские — локальные модели для рунета

9 СЕГМЕНТОВ DIY

Инженерные системы
Инструмент
Крепёж
Сад и досуг
Сантехника
Стройматериалы
Товары для дома
Финишная отделка
Электрика

Товарные направления DIY-ритейла — полный цикл от черновых работ до финишной отделки.

5 ГОРОДОВ + РФ

Москва
Санкт-Петербург
Новосибирск
Екатеринбург
Казань
Без региона ★

5 крупнейших городов РФ по численности. Слой «без региона» — федеральный дефолт модели.

МЕТРИКИ

SoV — доля голоса	Видимость
BMР — упоминаемость	Видимость
Средняя позиция	Видимость
Тональность	Тон
Рекомендации	Тон
Атрибуты	Тон
CR3 / CR10	Срезы
Пересечение (Jaccard)	Срезы
Сегменты и города	Срезы

* Один ответ ИИ может называть несколько брендов. Тональность считается только по ответам с упоминанием.

Как читать метрики исследования

Видимость

SoV — Share of Voice

Доля упоминаний бренда среди всех.

SoV 10% = каждое десятое упоминание

BMR — Brand Mention Rate

Доля ответов, где бренд назван.

BMR 40% = в 4 ответах из 10

Средняя позиция

Каким по счёту назван бренд.

поз. 3 = обычно в начале

Тональность

Sentiment

Доля позитивных упоминаний.

≥80% сильный · <70% слабый

Рекомендации

Советует ИИ бренд или отговаривает.

recommended vs advised_against

Атрибуты

За что хвалят: цена, доставка.

+88% ассортимент = хвалят

Концентрация

CR3 / CR5 / CR10

Доля топ-3 / 5 / 10 брендов.

CR3 высокий = монополизация

Роль бренда

Ритейлер / маркетплейс / производитель.

SoV считается внутри роли

Сегментный срез

Матрица бренд × 9 сегментов.

лидер = ядро категории

Различия

Пересечение (Jaccard)

Пересечение наборов брендов у 2 платформ.

0 = разные миры · 1 = идентичны

Срез по платформе

SoV бренда у каждой из 9 моделей.

видно, где бренд виден сильнее

Региональный срез

Меняется ли выдача по городам.

стабильность = ИИ не различает город

● ПАРАМЕТРЫ ПРОМПТОВ

Как настроены запросы к ИИ

8 классов промтов	Информационные, инструктивные, ситуативные, рекомендательные, сравнительные, репутационные, расчётные и транзакционные вопросы. Зачем: покрыть весь путь покупателя — от «чем отличается анкер от дюбеля» до «где купить с самовывозом сегодня».
0.3 temperature	Параметр случайности ответа. Шкала: 0 (детерминированный) — 1-2 (творческий). Почему: низкое значение даёт стабильный ответ — результат не скачет от прогона к прогону.
Сбор через API	Все ответы получены через официальные API платформ, одинаковыми запросами. Зачем: единый канал и параметры для всех — условия сравнимы, результат воспроизводим.
4 000 max tokens	Максимальная длина ответа модели — единая для всех платформ. Зачем: одна модель не может дать развёрнутый ответ на 20 брендов, пока другая ограничена тремя. Все работают в одинаковых условиях.
География в промте	Региональные промты содержат город прямо в формулировке («...в Казани»), федеральные — без привязки. Зачем: так меряем, меняет ли модель выдачу под город, — в отдельном срезе по регионам.
Единый system prompt	Инструкция, задающая роль и формат ответа. Одинаковая для всех 9 платформ. Зачем: разные инструкции дали бы разницу инструкций, а не знаний моделей. Единый prompt изолирует одну переменную — саму модель.
Без брендов в промтах	В вопросах не назван ни один бренд. Только нейтральные формулировки: «какой перфоратор выбрать». Зачем: назови бренд — модель его повторит. Нам важно, кого ИИ называет сам.
990 промтов	540 без географической привязки + 450 региональных (90 канонов × 5 городов). На 9 платформ — 8 909 ответов. Зачем: большой объём и разбивка по классам дают устойчивую картину.

Как распределены 990 промтов

Каждый сегмент представлен одинаково — по **110 промтов**: 60 без региональной привязки (федеральный срез) и по 10 на каждый из 5 городов. Это даёт сбалансированную выборку и корректное сравнение сегментов и регионов между собой.

сегмент	без региона	москва	с.-петербург	новосибирск	екатеринбург	казань	итого
Инженерные системы	60	10	10	10	10	10	110
Инструмент	60	10	10	10	10	10	110
Крепёж	60	10	10	10	10	10	110
Сад и досуг	60	10	10	10	10	10	110
Сантехника	60	10	10	10	10	10	110
Стройматериалы	60	10	10	10	10	10	110
Товары для дома	60	10	10	10	10	10	110
Финишная отделка	60	10	10	10	10	10	110
Электрика	60	10	10	10	10	10	110
Итого	540	90	90	90	90	90	990

990

уникальных промтов — по 110 на каждый из 9 сегментов

540

федеральных (без региона) — базовый срез рынка

450

региональных — 90 на каждый из 5 городов

Два прохода: сбор и разметка

Данные проходят через два независимых этапа. Это разделяет «что сказала модель» и «какие бренды в этом есть».

ПРОХОД 1 · СБОР

Каждая из 9 платформ отвечает на 990 промтов через официальный API. Полный текст ответа сохраняется без изменений. Итог — 8 909 ответов.

Результат: 8 909 сырых ответов — корпус, который сам по себе является данными исследования.

ПРОХОД 2 · РАЗМЕТКА

Одна модель-экстрактор читает все ответы и извлекает бренды в структуру: название, роль, позиция, тональность, за что хвалят.

Зачем одна: единый экстрактор — одна линейка оценки для всех 9 платформ, иначе тональность несравнима.

Словарь нормализации, а не список поиска

Экстрактор извлекает **все** бренды, которые встретились в ответе. Словарь нужен, чтобы объединить разные написания одного бренда в одну сущность (например: ВИ.ру = ВсеИнструменты = vseinstrumenti.ru) и проставить роль. Бренд, которого нет в словаре, не теряется — он попадает в выдачу с пометкой «вне каталога». Так исследование фиксирует полную картину, включая бренды, которых мы не закладывали заранее.

Девять сегментов DIY

Детализация выборки по сегментам: сколько промтов задано, сколько ответов и упоминаний получено, доля ответов с брендом (BMR). Сегменты сбалансированы – по 110 промтов на каждый.

СЕГМЕНТ	ПРОМТОВ	ОТВЕТОВ	УПОМИНАНИЙ	С БРЕНДОМ	BMR %
Инженерные системы Отопление, водоснабжение, вентиляция, котлы и радиаторы	110	989	17 586	972	98.3
Инструмент Электро- и ручной инструмент: дрели, перфораторы, наборы	110	990	19 487	967	97.7
Крепёж Дюбели, анкера, саморезы, метизы	110	990	15 959	972	98.2
Сад и досуг Садовая техника, инвентарь, товары для дачи	110	990	16 340	965	97.5
Сантехника Смесители, ванны, унитазы, трубы и фитинги	110	990	16 663	962	97.2
Стройматериалы Газобетон, цемент, кирпич, сухие смеси	110	990	16 184	960	97.0
Товары для дома Хозтовары, освещение, текстиль, мелкая техника	110	990	16 643	975	98.5
Финишная отделка Напольные покрытия, плитка, обои, ЛКМ и клеи	110	990	15 341	968	97.8
Электрика Розетки, выключатели, автоматы, кабель, освещение	110	990	17 372	969	97.9
ИТОГО	990	8 989	151 575	8 710	97.8

Восемь видов запросов

Квоты заданы по частоте реальных форм вопросов в диалогах с ИИ: инструктивные и ситуативные — самые массовые живые формы (по 198 промтов), покупательские — рекомендательный, репутационный, транзакционный — измерительное ядро исследования (по 144), справочные формы — информационный, сравнительный, расчётный — встречаются реже (по 54). Итого 990; каждый промт задан всем 9 платформам — отсюда ответов в 9 раз больше.

Информационный

54 промтов · 486 ответов

Узнать факты, разобраться в теме

«Чем отличается перфоратор от ударной дрели?»

Инструктивный

198 промтов · 1 781 ответов

Как что-то сделать, пошаговый how-to

«Как выровнять стены под покраску своими руками?»

Ситуативный

198 промтов · 1 782 ответов

Задача из жизни, привязка к контексту

«Купил участок с заросшим газоном, техники нет — с чего начать?»

Рекомендательный

144 промтов · 1 296 ответов

Что выбрать, посоветуй вариант

«Посоветуй набор инструментов для новой квартиры»

Сравнительный

54 промтов · 486 ответов

Что лучше из двух-трёх вариантов

«Акриловая или чугунная ванна — что практичнее?»

Репутационный

144 промтов · 1 296 ответов

Насколько бренду/магазину можно доверять

«Стоит ли брать инструмент известного бренда или переплата?»

Расчётный

54 промтов · 486 ответов

Посчитать количество, стоимость, расход

«Комната 3,7×5,5 м — сколько ламината брать с запасом?»

Транзакционный

144 промтов · 1 296 ответов

Где купить, заказать, оформить

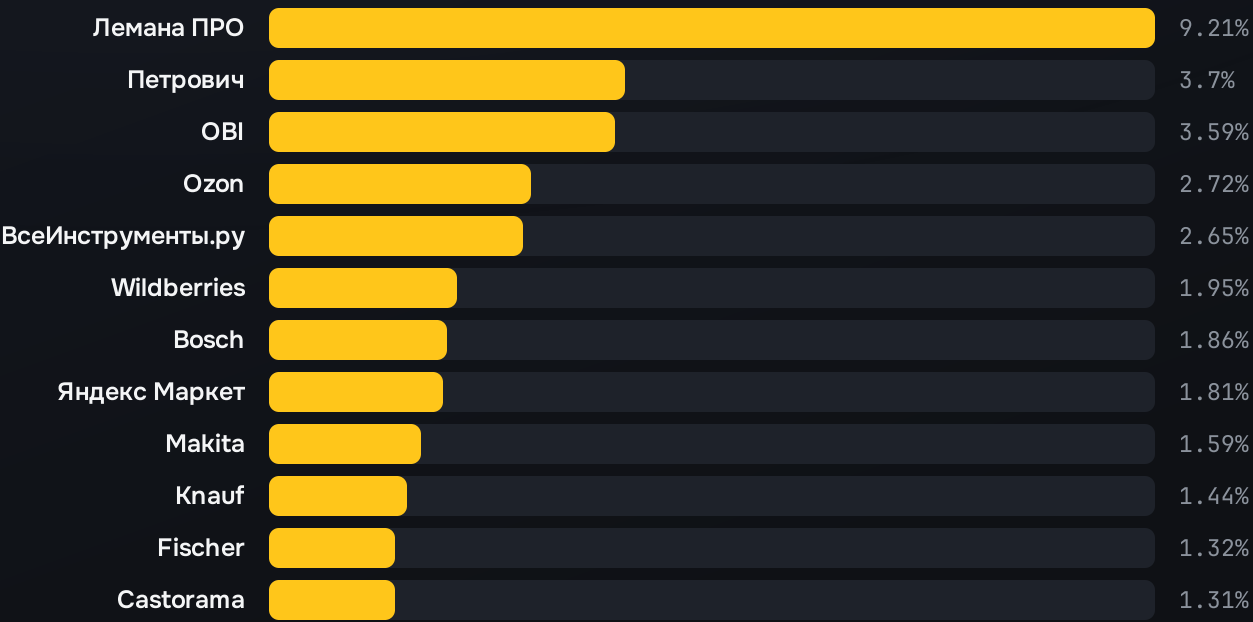
«Где выгодно купить электроинструмент с доставкой?»

● ЛАНДШАФТ

Узкое ядро, огромный хвост

13 391 уникальных брендов названо в 151 575 упоминаниях. Но выдача сконцентрирована: топ-3 бренда собирают 16.5% всех упоминаний, топ-10 — 30.5%.

ТОП-12 БРЕНДОВ · ДОЛЯ ГОЛОСА (SOV)



49.2%

упоминаний приходится на **топ-40 брендов** — ядро категории, которое ИИ называет чаще всего.

50.8%

на **хвост из 13 351 брендов**. Половина упоминаний размазана по тысячам редких имён.

Бренды на графике слева — это **ядро**. «**Хвост**» — все остальные 13 351 брендов, которые в топ не попали: каждый ИИ называет по паре раз за тысячи ответов. Поодиночке они незаметны, но в сумме дают половину всей выдачи. Вывод для бренда: пробиться в ядро трудно, зато попасть в хвост — реально, и это уже присутствие в ответах ИИ.

Субъекты рынка

Ритейлеры, маркетплейсы и производители занимают разные доли выдачи. Все бары — общий SoV (доля от всех 151 575 упоминаний), поэтому роли сопоставимы напрямую: у ритейла есть явный лидер, производители идут плотной группой.



Ключевое различие: у ритейла один бренд (Лемана ПРО, 9.21% всей выдачи) заметно оторван от остальных. У производителей лидер берёт лишь 1.86%, а первая пятёрка идёт вплотную — этот слой самый конкурентный, и попасть в него проще.

● ЧТО ПОКАЗАЛО ИССЛЕДОВАНИЕ

Шесть ключевых фактов

Коротко о главном — дальше каждый факт раскрыт в отдельном срезе: платформы, сегменты, тональность, регионы.

ЛАНДШАФТ

01

ИИ называет **13 391** уникальных брендов, но лишь 40 из них собирают половину всех упоминаний — остальные тысячи имён встречаются редко.

ПЛАТФОРМЫ

02

Разные ИИ называют во многом **разные бренды**: пересечение наборов 9–20%. Выбор платформы определяет выдачу.

ТОНАЛЬНОСТЬ

03

ИИ говорит о DIY-брендах в основном позитивно: **63.9%** упоминаний положительны, негатив лишь 4.6%.

РОЛИ

04

Ритейл (сети), маркетплейсы и производители ведут себя по-разному: у сетей есть явный лидер, у производителей — плотная конкуренция многих.

КАТАЛОГ

05

Кроме 127 известных брендов ИИ назвал ещё **13 264** — рынок в ответах моделей оказался кратно шире, чем ожидалось.

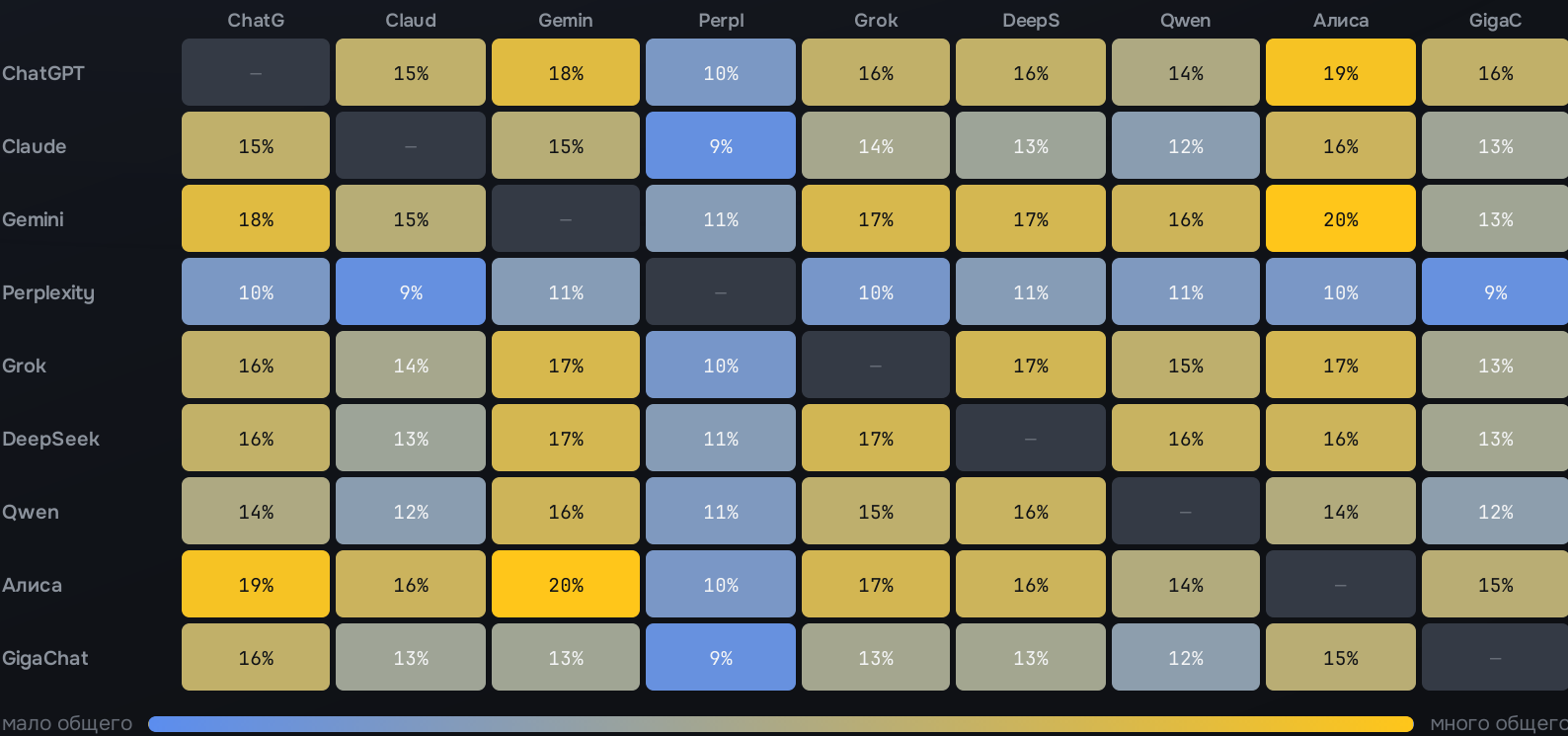
РЕПУТАЦИЯ

06

ИИ не нейтрален: одни бренды он **советует**, другие — **отговаривает** покупать. Это влияет на выбор.

Пересечение платформ

Насколько совпадают списки брендов у двух платформ. В каждой ячейке — **доля общих брендов** (процент): чем меньше, тем сильнее платформы расходятся в том, кого называют. Даже у самых похожих совпадение лишь ~20%, у самых далёких — 9%. Синие ячейки — платформы почти не пересекаются, жёлтые — совпадают заметно сильнее.



СРЕДНЕЕ ПЕРЕСЕЧЕНИЕ ПЛАТФОРМЫ

Perplexity	10%
GigaChat	13%
Claude	13%
Qwen	14%
Grok	15%
DeepSeek	15%
ChatGPT	16%
Gemini	16%
Алиса	16%

Perplexity формирует самый непохожий набор брендов — её среднее пересечение с другими платформами всего **10%**, дальше всех от остальных.

Один рынок — разная выдача

Доля голоса (SoV) каждого бренда у каждой платформы — процент от всех упоминаний этой платформы. Даже у общих лидеров вес заметно разнится: у одних моделей бренд в ядре, у других почти не звучит.

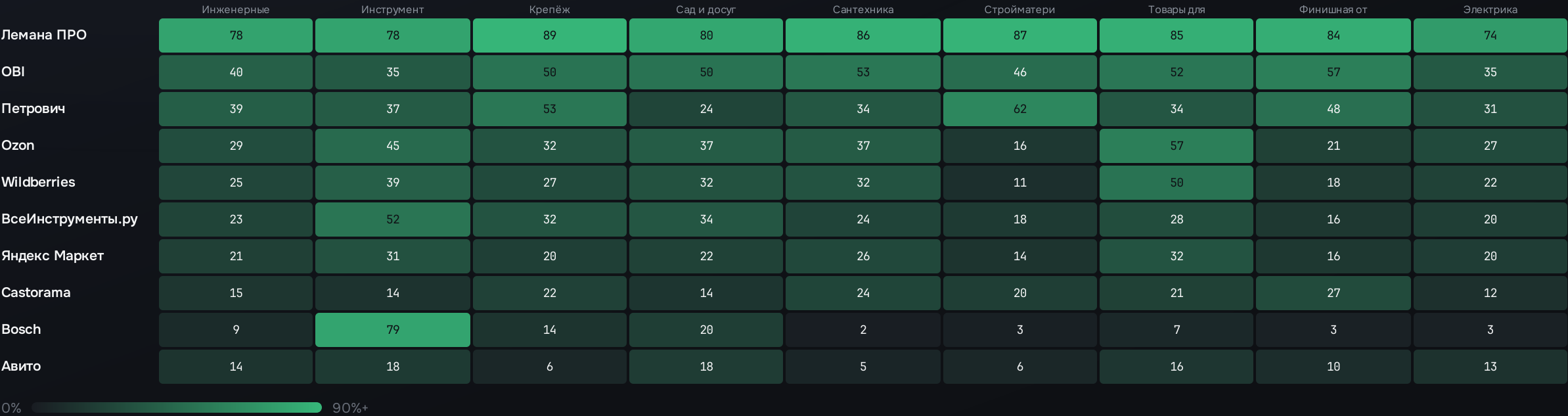


Число в ячейке — доля голоса бренда у платформы (%). Например, у Петровича сильный разброс: заметен у ChatGPT и Perplexity, почти отсутствует у Алисы. Это и есть расхождение платформ в конкретных цифрах.

● СЕГМЕНТЫ

Кто в каком сегменте силён

BMR — доля ответов сегмента, где назван бренд (%). Видно ядро каждой категории и то, что универсальных лидеров мало: одни бренды сильны в отделке, другие — в инструменте и электрике.



Лидер зависит от сегмента

Сводка по 9 сегментам: объём упоминаний, лидер категории и его доля голоса, тональность. В трёх сегментах впереди производители, в шести — сеть Лемана ПРО.

сегмент	упоминаний	лидер	sov	позитив
Инструмент	19 487	Bosch	10.5%	68%
Крепёж	15 959	Fischer	10.9%	70%
Электрика	17 372	Schneider Electric	7.6%	64%
Сантехника	16 663	Лемана ПРО	9.5%	67%
Стройматериалы	16 184	Лемана ПРО	10.6%	59%
Финишная отделка	15 341	Лемана ПРО	11.3%	64%
Инженерные системы	17 586	Лемана ПРО	7.8%	66%
Сад и досуг	16 340	Лемана ПРО	10.1%	57%
Товары для дома	16 643	Лемана ПРО	10.3%	59%

Вывод: производители лидируют в категориях с сильными продуктовыми брендами — инструмент (Bosch), крепёж (Fischer), электрика (Schneider Electric): там ИИ называет марку товара. В остальных шести сегментах — от стройматериалов до товаров для дома — впереди сеть: там ИИ отвечает «куда пойти», а не «что взять». Для бренда это значит: бороться за видимость нужно в своём сегменте, с учётом того, как ИИ мыслит категорию — маркой или магазином.

Где ИИ называет бренды охотнее

Сводка по 8 видам запросов. Бар — **BMR**: доля ответов, где назван хотя бы один бренд (шкала 0–100%). Чем ближе запрос к покупке, тем чаще ИИ называет конкретные бренды.

ВИД ЗАПРОСА	ДОЛЯ ОТВЕТОВ С БРЕНДОМ	BMR	УПОМИНАНИЙ
Транзакционный		100%	23 378
Рекомендательный		100%	24 527
Репутационный		99%	24 913
Сравнительный		98%	7 296
Инструктивный		99%	31 824
Ситуативный		99%	29 305
Расчётный		89%	5 591
Информационный		81%	4 741

Вывод: в транзакционных и рекомендательных запросах бренд есть почти всегда (BMR ~100%) — здесь ИИ прямо влияет на выбор покупателя. В справочных и расчётных брендов заметно меньше (BMR 81–89%): на вопрос «как сделать» или «сколько нужно» модель отвечает по сути, не называя магазинов. Работать над видимостью выгоднее в покупательских сценариях, а не в справочных.

Когда ИИ не называет бренды

2.2% ответов (199 из 8 909) не содержат ни одного бренда. Это не сбой, а поведение: на справочные вопросы модель отвечает по сути, без магазинов и марок.

ДОЛЯ БЕЗБРЕНДОВЫХ ПО ВИДАМ ЗАПРОСОВ



Остальные виды запросов — менее 2% безбрендовых ответов.

ДОЛЯ БЕЗБРЕНДОВЫХ ПО ПЛАТФОРМАМ



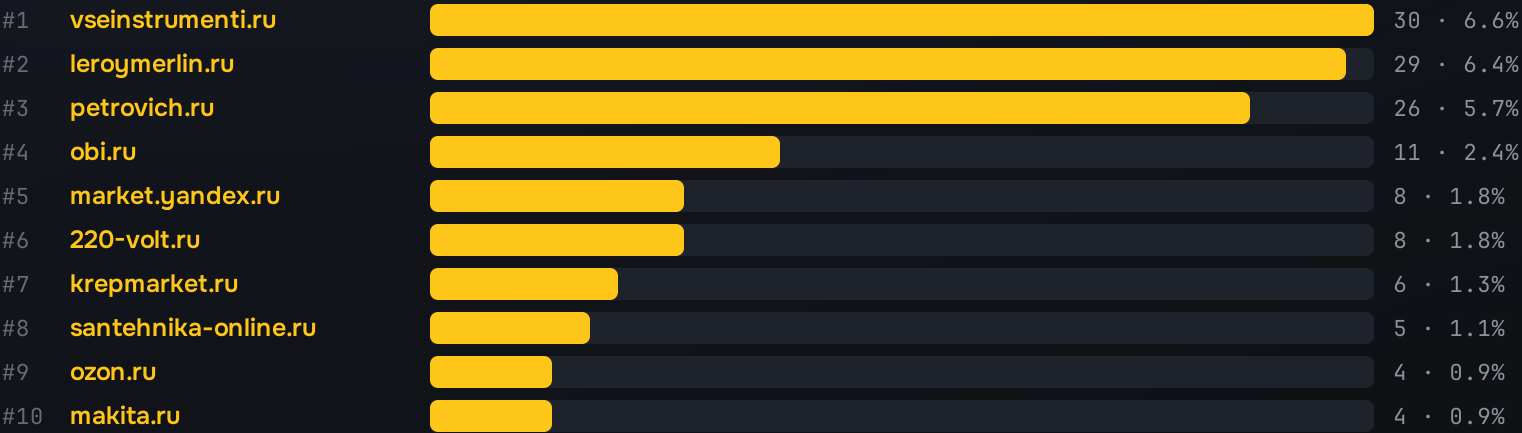
Gemini, Qwen, DeepSeek и Grok почти всегда называют хотя бы один бренд.

Что это значит: в информационных и расчётных запросах у брендов меньше всего шансов прозвучать — модель отвечает «как сделать» и «сколько нужно» без имён. Зона видимости для бренда — покупательские сценарии, где безбрендовых ответов почти нет.

Домены-источники

455 ссылок в 143 ответах. Ссылки на источники дают в основном платформы с доступом к вебу — Perplexity (51.6% всех ссылок), GigaChat и Gemini. Чат-модели отвечают без ссылок.

ТОП-10 ДОМЕНОВ



ССЫЛКИ ПО ПЛАТФОРМАМ

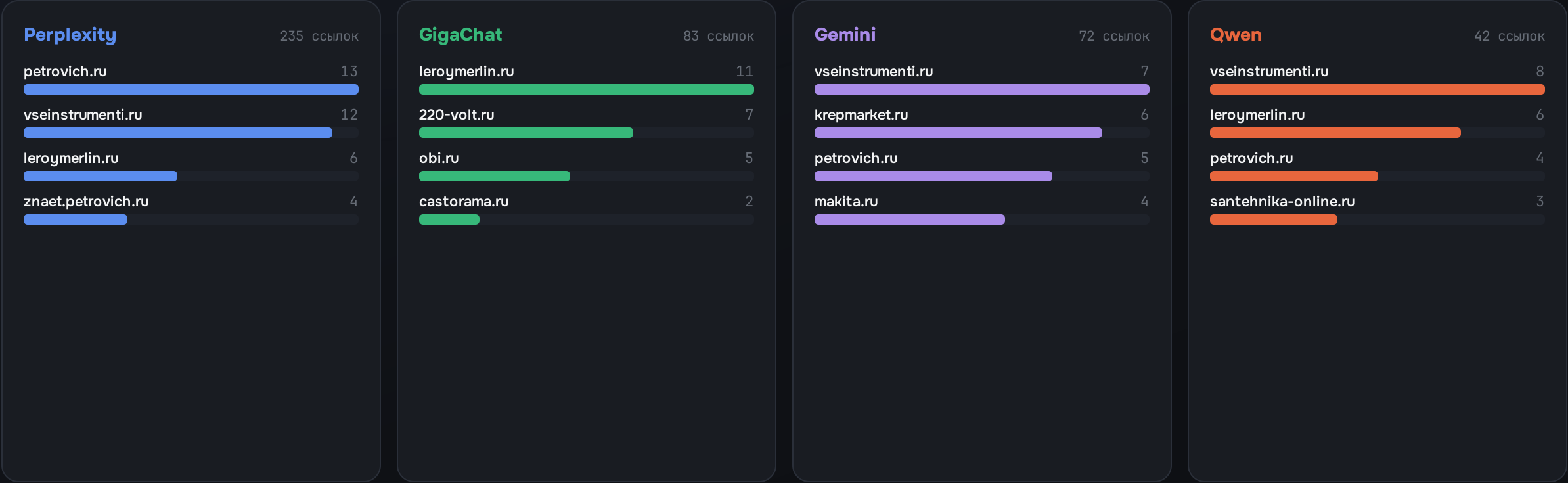
Perplexity	235	· 51.6%
GigaChat	83	· 18.2%
Gemini	72	· 15.8%
Qwen	42	· 9.2%
ChatGPT	12	· 2.6%

Чаще всего ИИ ссылается на **сайты ритейлеров** — vseinstrumenti.ru, leroymerlin.ru, petrovich.ru. В **100%** ответов со ссылкой на сайт бренда этот бренд упомянут: собственный контент напрямую конвертируется в видимость.

Объём ссылок ограничен: большинство чат-моделей не цитируют источники в ответах. Срез отражает поведение платформ, которые это делают.

У каждой модели свои источники

Топ-домены, на которые ссылается каждая платформа. Четыре модели дают 95% всех ссылок — и опираются на разные сайты: Perplexity чаще цитирует Петрович и ВсеИнструменты, GigaChat — Лемана ПРО и 220 Вольт, Gemini заметно ссылается на сайты производителей (makita.ru, baxi.ru).



Остальные платформы — ChatGPT, Claude, Алиса, DeepSeek — дали суммарно 23 ссылок; Grok в этом прогоне ссылок не приводил.

● КОНЦЕНТРАЦИЯ РЫНКА

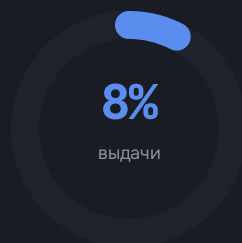
Где рынок закрыт, где открыт

Какую долю всей выдачи занимает каждая роль и насколько она сконцентрирована на лидере. Все проценты — от общего числа упоминаний, поэтому роли сопоставимы напрямую.



Ритейлеры

22.4% всей выдачи. Внутри — один явный лидер: Лемана ПРО (9.21%).



Маркетплейсы

7.6% всей выдачи. Небольшая группа известных площадок: Ozon, Wildberries, Маркет.



Производители

21.3% всей выдачи, но без явного лидера — десятки сопоставимых брендов.

Общая концентрация выдачи: **топ-3 бренда = 16.5%**, топ-5 = 21.9%, топ-10 = 30.5%. Ритейл и производители занимают сопоставимые доли выдачи (22.4% и 21.3%), но устроены противоположно: у ритейла — монополия лидера, у производителей — конкуренция многих. Новому бренду проще войти через слой производителей и нишевые сегменты.

Как ИИ говорит о брендах

Тон упоминаний: 63.9% позитивных, 31.5% нейтральных и лишь 4.6% негативных. Но платформы заметно различаются: Gemini — самая «восторженная», GigaChat — самый сдержанный.

ОБЩИЙ ТОН · 151 575 УПОМИНАНИЙ



Позитив	63.9%
Нейтрально	31.5%
Негатив	4.6%

ТОНАЛЬНОСТЬ ПО ПЛАТФОРМАМ · ДОЛЯ ПОЗИТИВА



Разброс позитива от 48% (GigaChat) до 77% (Gemini): «характер» выдачи о вашем бренде зависит от платформы.

О чём ИИ говорит, называя бренды

Каждое упоминание размечено по содержанию: о чём именно говорит модель. Паутина — объём упоминаний каждого аспекта. Чаще всего ИИ обсуждает качество товара, ассортимент и цену.



АСПЕКТ	УПОМИН.	НЕТТО+
качество товара	30 507	+77%
ассортимент	19 148	+88%
цена	17 403	+65%
доставка	7 256	+71%
наличие товара	4 696	+59%
сеть магазинов и самовывоз	4 234	+91%
консультации и экспертиза	3 381	+83%
возврат и гарантия	2 877	+49%
сайт и приложение	1 115	+89%
сопутствующие услуги	1 071	+90%

Нетто+ = доля похвал минус доля критики. Слабое место категории — возврат и гарантия (+49%). Шкала паутины сглажена (кв. корень) для читаемости малых аспектов; точные объёмы — в таблице.

Что ИИ советует, а что — нет

В транзакционных ответах модель не просто называет бренд, а даёт оценку: советует или предостерегает. Это прямое влияние на выбор пользователя в момент покупки.

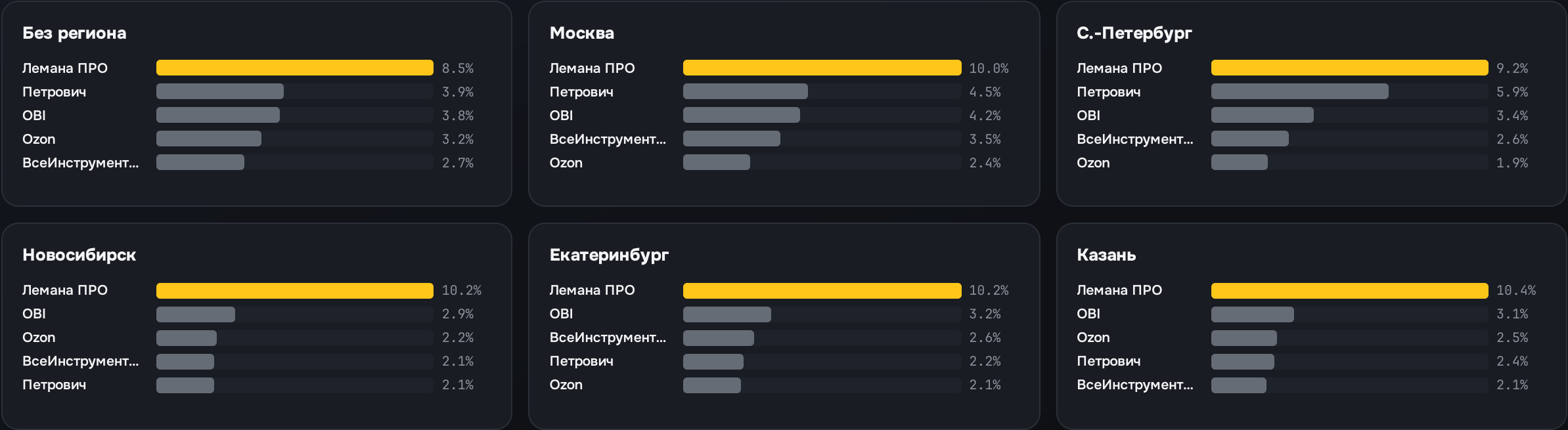


Вывод: производители инструмента и отделки чаще получают прямую рекомендацию, а часть маркетплейсов и площадок объявлений — предостережения (риски подделок, качества). Репутационный сигнал ИИ уже влияет на покупку.

● РЕГИОНЫ

ИИ почти не различает города

Мы задавали одни и те же вопросы с привязкой к пяти городам. Выдача оказалась устойчивой: лидер держит ~9–10% в каждом городе, состав топа меняется мало.



Что это значит: языковые модели пока слабо учитывают локальный контекст в DIY — они отвечают «федерально». Для брендов это значит, что региональная видимость в ИИ достигается не гео-привязкой запроса, а общей узнаваемостью.

● ВЫВОДЫ

Что это значит для видимости в ИИ

Выдача ИИ концентрирована

01

Топ-40 из 13 391 бренда собирают половину упоминаний. Видимость в ИИ — борьба за попадание в это ядро.

Платформа определяет, кого видят

02

Наборы брендов у моделей пересекаются лишь на 9–20%. Оптимизироваться нужно под конкретные платформы, а не «под ИИ вообще».

Лидер зависит от сегмента

03

Там, где сам товар — бренд (инструмент, крепёж, электрика), впереди производители: Bosch, Fischer, Schneider Electric. В остальных шести сегментах ИИ отвечает «куда пойти» — и лидирует сеть.

Брендов больше там, где покупка

04

В транзакционных запросах бренд есть почти в 100% ответов, в справочных — в 81–89%. Работать над видимостью выгоднее в покупательских сценариях.

Продвигаться проще производителям

05

Среди сетей и маркетплейсов выдача занята гигантами, потеснить их сложно. Среди производителей нет доминанта: лидер держит ~2% выдачи, десятки брендов идут вплотную — здесь попасть в ответы ИИ реально.

Видимость в ИИ — федеральная

06

Выдача почти не меняется по городам: лидер держит свою долю везде. Работает общая узнаваемость, а не гео-привязка запроса.

В выдаче не только гиганты

07

ИИ назвал 13 391 уникальный бренд, включая нишевых и региональных игроков. Малый бренд уже может звучать в ответах ИИ — вопрос лишь в частоте и контексте упоминаний.

ИИ раздаёт рекомендации и предостережения

08

Одни бренды ИИ активно советует (до 88% упоминаний), от других отговаривает (до 46%). Тональность в ответах ИИ — новая зона репутационной работы.

● КОНТАКТЫ

Спасибо за внимание



ПОГНАЛИ НА «БОЛЬШОЙ НАРИЖНИК»!

Карты, деньги, два стола

1 500 маркетологов и SEO-специалистов · 12 докладов: InHouse SEO, Hard SEO, GEO, Black SEO

2 ноября 2026 · LOFT HALL#10, Москва · meetup.kruchu-werchu.ru



Telegram-канал

t.me/Kruchu_Werchu

SEO-практика, инсайды, кейсы и анонсы ивентов



YouTube

[@SEODEN_KW](https://www.youtube.com/@SEODEN_KW)

Доклады, интервью, разборы по SEO и GEO

Контакты

НАШИ ИССЛЕДОВАНИЯ
lab.kruchu-werchu.ru

САЙТ
kruchu-werchu.ru

ПОЧТА
info@kruchu-werchu.ru

ТЕЛЕФОН
+7 (495) 320-45-95

НАД ИССЛЕДОВАНИЕМ РАБОТАЛА КОМАНДА КРУЧУВЕРЧУ

Сбор и анализ данных, методология, визуализация и подготовка исследования.



Адамов Роман

SEO-аналитик КручуВерчу