

Продвижение в нейросетях: как сделать сайт источником ответов ИИ в 2026 году

16.10.2026 · PDF-версия статьи с сайта cms.dolinalis.ru

Классическое продвижение сайта строится вокруг поисковой выдачи: вы оптимизируете страницы под ключевые запросы, наращиваете ссылочный профиль и ждёте роста позиций. В 2026 году к этому каналу добавился ещё один — ответы нейросетей. ChatGPT, Perplexity, Алиса AI и другие ассистенты с поиском всё чаще становятся первой точкой входа, где пользователь получает готовый ответ, а не список ссылок. Если вашего сайта в этом ответе нет, вы теряете трафик, даже когда позиции в Яндексe и Google в порядке.

Что такое GEO и AEO и чем они отличаются от SEO

SEO (Search Engine Optimization) — оптимизация сайта под поисковые системы: чтобы страница попадала в топ по релевантным запросам.

GEO (Generative Engine Optimization) — оптимизация под генеративные поисковые системы: чтобы нейросеть использовала ваш контент при формировании ответа и, желательно, сослалась на источник.

AEO (Answer Engine Optimization) — более узкая задача: сделать фрагменты страницы пригодными для прямого цитирования в качестве короткого ответа.

На практике GEO и AEO — это не замена SEO, а надстройка. Базовые вещи (быстрый сайт, чистая структура, индексируемость) остаются обязательными: если страницу не может разобрать поисковый робот, нейросеть её тоже не увидит.

Наблюдение из практики: какие абзацы нейросети забирают

В октябре 2026 года вышло наблюдение о том, как Perplexity выбирает фрагменты текста для ответов. Проверялась гипотеза, что мешают «пустые» начала абзацев вроде «это», «он» или «поэтому». Заметной разницы между взятыми и пропущенными абзацами не оказалось. А вот длина повлияла: нейросеть чаще брала абзацы примерно от 30 слов.

Причина простая. Генеративная система выдёргивает со страницы не всю статью, а один-два фрагмента, и они должны быть понятны без соседних абзацев. Отсюда практический вывод: пишите самодостаточные блоки. Абзац, который начинается с местоимения и без контекста теряет смысл, бесполезен и для читателя, и для алгоритма.

Проверка на самодостаточность: скопируйте абзац отдельно от статьи. Если смысл сохранился — фрагмент готов к цитированию нейросетью.

Как нейросети связывают бренд с ответом

С выходом GPT-6 (анонс от 7 октября 2026 года) ChatGPT научился отвечать не только текстом, но и диаграммами, формами и кнопками. Правила отбора брендов для таких элементов OpenAI не опубликовала.

Единственная рабочая версия опирается на документацию товарных карточек ChatGPT Shopping: преимущество получают сайты, данные с которых легко извлечь и структурировать.

Это значит, что ставку стоит делать на машинночитаемость. Конкретные шаги:

1. **Разметка Schema.org.** Для товаров — Product, для инструкций — HowTo, для вопросов — FAQPage, для компании — Organization. Разметка помогает системам понять, что именно содержит страница.
2. **Факты вместо оценок.** «Доставка 2 дня по Москве» цитируется лучше, чем «мы быстро доставляем».
3. **Единые данные о компании.** Название, адрес, контакты и описание должны совпадать на сайте, в карточках и справочниках — расхождения сбивают связывание бренда.
4. **Открытый доступ.** Если контент закрыт скриптом или отдаётся только после сложного взаимодействия, у нейросети нет шансов его прочитать.

Почему прямой URL и серверный рендеринг важны для видимости

Отдельная техническая тема — как контент попадает в индекс. В Next.js App Router, например, карточку каталога можно открывать как модальное окно поверх списка. Если состояние окна хранится только в useState, адрес страницы не меняется, а поисковый робот видит лишь исходный список. Прямую ссылку на объект получить нельзя, и detail-страница в индекс не попадает.

Решение — Parallel Routes и Intercepting Routes: один и тот же URL открывается как модальное окно при клиентском переходе из списка и как обычная страница при прямом запросе или перезагрузке. Так вы сохраняете удобный интерфейс и одновременно отдаёте поисковикам и нейросетям отдельную страницу с собственным адресом. Тот же принцип работает в любой SPA: если контент не имеет своего URL и не рендерится на сервере, он невидим для внешних систем.

Что показывает пет-проект: трафик из поиска есть, а цели не совпали

В октябре 2026 года автор опубликовал ретроспективу проекта, который собирает публичные Telegram-каналы российских стримеров в одну ленту. Итоги за три месяца: 260 коммитов, 450 каналов, более 60 тысяч постов в базе, около 4 тысяч страниц в поиске Яндекса и доход от рекламы 1–2 рубля в день.

Главный вывод не про технологии, а про аудиторию. Люди приходили на сайт не за тем, ради чего он создавался. Это типичная ситуация для информационных проектов: страницы индексируются, трафик идёт, но конверсия в нужное действие не складывается, потому что запрос пользователя отличается от задумки автора. Для продвижения это означает необходимость регулярно сверять реальные поисковые запросы и поведение посетителей с гипотезами.

Практический чек-лист продвижения в нейросетях

- Проверьте, доступны ли ключевые страницы без JavaScript и авторизации.
- Убедитесь, что у каждой значимой сущности есть собственный URL.
- Разметьте страницы через Schema.org: Product, FAQPage, HowTo, Organization.
- Перепишите ключевые абзацы так, чтобы каждый был понятен в отрыве от статьи.
- Добавьте конкретику: числа, сроки, характеристики, версии, даты.
- Сведите данные о компании к единому виду на всех площадках.

- Задайте своим брендовым и продуктовым запросам вопросы в ChatGPT, Perplexity и Алисе AI и посмотрите, ссылаются ли они на вас.
- Повторяйте проверку раз в месяц: правила отбора источников меняются вместе с моделями.

Итог

Продвижение в 2026 году — это работа на двух фронтах одновременно. Классическое SEO отвечает за видимость в поисковой выдаче, GEO и AEO — за попадание в ответы нейросетей. Общая база у них одна: понятная структура, машинночитаемая разметка, самодостаточные фрагменты текста и конкретные факты. Начните с технической доступности страниц и разметки — это самые быстрые улучшения, которые дают эффект в обоих каналах.

Источник: <http://taskchat.ru/prodvizhenie-v-neyrosetyah-kak-sdelat-sayt-istochnikom-otvetov-ii-v-2026-godu>