

GEO и PR

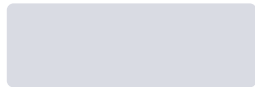


Сергей Денисенко
PR-директор

AI в России: масштаб

Месячный охват AI в России среди аудитории 12+

8%



февраль 2025

32%



февраль 2026

34%

аудитории
электронной
торговли
используют AI

~10%

запросов к Алисе AI в
апреле 2026 — про
поиск, выбор и
покупку товаров

Три столпа GEO

1

Сайт компании

- Техническая оптимизация
- Трастовость

2

SEO

- На сайте компании
- На сторонних ресурсах
- Прямой трафик из нейросетей

3

PR

- Влияние на выдачу и тональность
- Видимость и доля голоса
- Смысловой трафик из нейросетей

GEO через PR

01

Промпты = интенды

02

Доля в ответах по интендам к конкурентам (SoV)

03

Видимость и позиция бренда в выдаче ИИ

04

Источники информации для ИИ

Промпты

01

150

промπτов

02

6

атрибутов бренда
ключевые сообщения в PR

03

10

AI-систем

Источники GEO

ТОП для всех промптов

vc.ru

klerk.ru

t-j.ru

tadviser.ru

sostav.ru

expertology.ru

Алиса в Поиске

vc.ru

dzen.ru

dom.mail.ru

klerk.ru

Нейросети обращаются к узкоспециализированным медиа

ТОП цитируемых тем

AI цитирует **редакционные** рейтинги, новости и инструкции
Коммерческие размещения **>0,1%**

Примеры материалов

Наборы
инструмента:
рейтинг 15
комплектов

Где искать
поставщиков:
Россия и зарубежье

Как изменились
B2B-продажи в
e-commerce

Мировой рынок
ИБП: данные и
аналитика

Ключевые выводы

01

AI обращается к отраслевым источникам (особенно в b2b-темах)

02

Нейросети могут обращаться к материалам, где нет упоминания бренда или конкурентов

03

Контент должен быть прикладным и экспертным

04

Работа пиарщика становится максимально диверсифицированной и фокусной

05

Контент, сгенерированный AI, плохо считается самими AI

!

Промпты, которые пишет сам бренд, субъективны: никто пока не может в реальности сказать, какие запросы делает пользователь/клиент

**Спасибо
за внимание!**



Подписывайтесь на мой тг-канал

Денисен&Co
<https://t.me/pyardi>