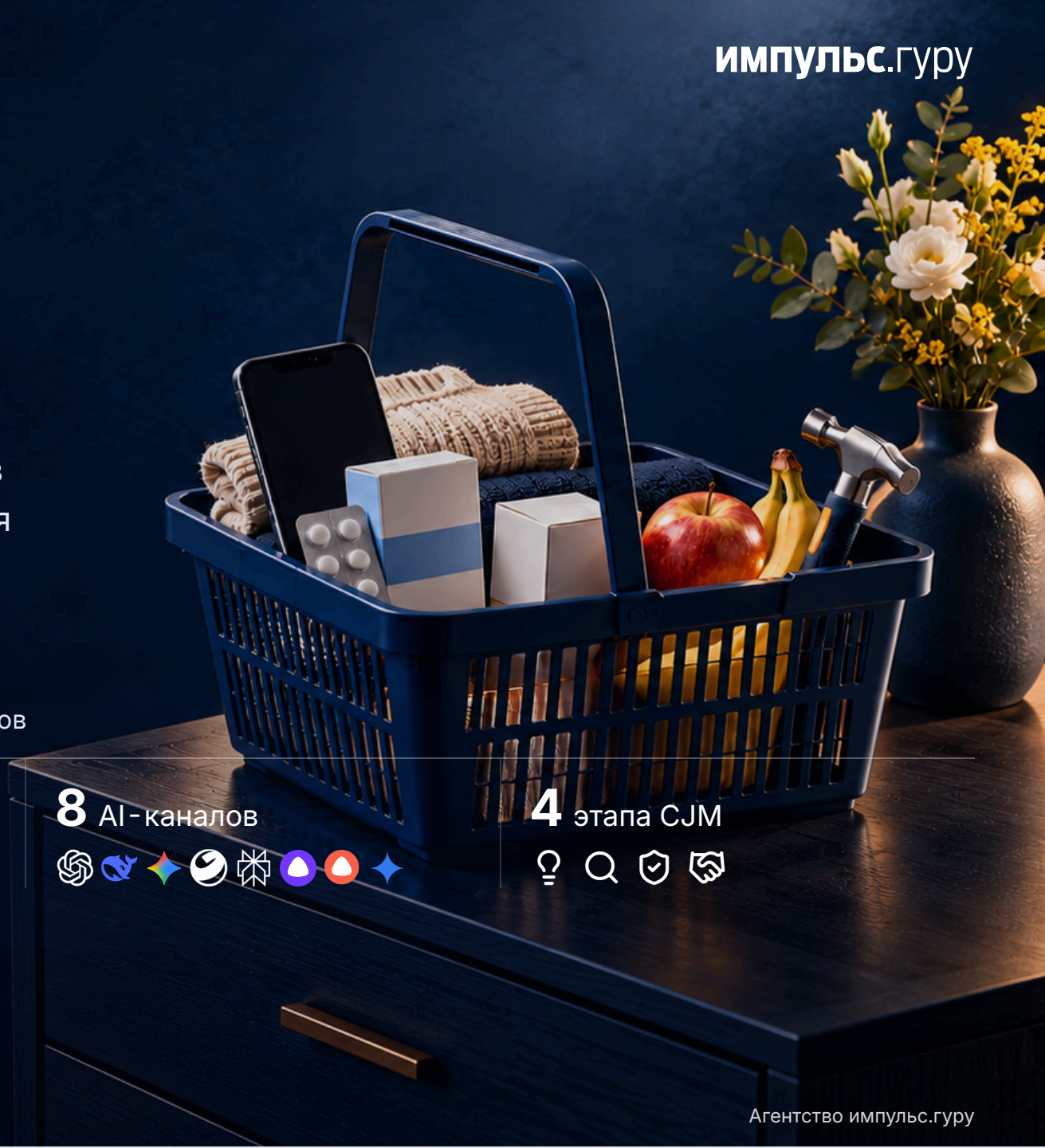
GEO-исследование

Ритейл в ответах нейросетей

Узнайте, какие бренды, магазины и сервисы попадают в ответы нейросетей и AI-поиска, какие сайты становятся источниками и как меняется картина на пути к покупке.



10 направлений: от электроники и товаров для дома до аптек и зоотоваров

2 190
запросов

16 150
ответов

8 AI-каналов

4 этапа CJM

Что показал замер

Ключевые инсайты

инсайт 01

Сайт бренда не всегда есть в источниках

90,0%

ответов AI-моделей с упоминанием Samsung и сохранёнными источниками не содержат samsung.com: 72 из 80.

инсайт 02

Маркетплейс и зоосеть идут рядом

65,6%

ответов AI-моделей на 15 запросов о выборе продавца зоотоваров называют Ozon: 59 из 90. «Четыре Лапы» упомянуты в **55,6%** ответов (50 из 90).

инсайт 03

Видимость магазина зависит от этапа

44,4%

ответов о выборе продавца стройматериалов называют «Лемана ПРО»: 96 из 216. При выборе товара доля составляет **2,0%** (15 из 738).

инсайт 04

Бренды часто соседствуют в ответе

87,5%

ответов моделей о выборе продавца техники с DNS также называют М.Видео: 105 из 120. Проверяйте, какие бренды встречаются вместе.

инсайт 05

Сайт в источниках без названия бренда

98,5%

ответов Алисы AI на поиске с dns-shop.ru среди источников не называют DNS в основном тексте: 64 из 65. Проверяйте бренд и источники отдельно.

инсайт 06

Один бренд виден в моделях по-разному

36,1%

ответов DeepSeek о продуктах называют ВкусВилл: 75 из 208. У GigaChat это **1,9%** (4 из 208) на тех же запросах.

CJM

Ритейл начинается с конкретной задачи

01

Потребность

Задача, бюджет и ориентиры

Электроника
Определить тип техники под задачу и бюджет.

Продукты
Продумать меню и состав корзины на неделю.

Цветы и подарки
Выбрать формат подарка с учётом повода и получателя.

Аптеки и здоровье
Определить, какие товары нужны для ухода и самочувствия.

02

Выбор товара

Параметры и сравнение товаров

Зоотовары
Подобрать размер шлейки и тип амуниции для собаки.

DIY
Подобрать совместимые материалы и рассчитать объём.

Ювелирные изделия
Определить размер кольца, металл и вставку.

Электроника и техника
Сравнить характеристики и совместимость устройств.

03

Выбор продавца

Наличие и условия продавца

Одежда и обувь
Сравнить магазины по наличию размеров и условиям примерки.

Мебель и товары для дома
Выбрать продавца по цене, наличию и условиям доставки.

Алкоголь и напитки
Сравнить винотеки по ассортименту и месту получения.

Зоотовары
Сравнить ассортимент, наличие корма и сроки доставки.

04

Покупка

Оформление и получение

Аптеки
Оформить заказ назначенного препарата и получить его в аптеке.

DIY
Согласовать доставку стройматериалов, подъезд и подъём.

Продукты
Выбрать слот, согласовать замены и получить заказ.

Одежда и обувь
Оформить заказ и выбрать доставку или самовывоз.

Вывод: анализируйте ответы и их источники с учётом особенностей каждого этапа CJM и направления ритейла.

Как устроен замер

CJM как основа исследования

Мы распределили поисковые запросы и промпты по направлениям ритейла и этапам пути покупателя. Затем проверили, какие бренды и сайты появляются в ответах AI и поисковых AI-блоках.

Входные данные

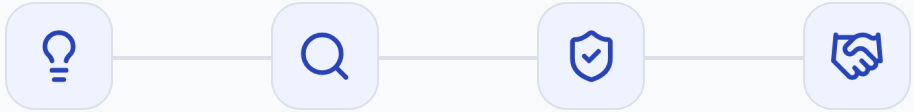
SEO-спрос
Поисковые фразы о товарах и магазинах

Карта CJM
Четыре этапа пути покупателя

Бизнес-направления
Десять категорий ритейла

GEO-промпты
Вопросы для AI по сценариям покупки

Этапы CJM



Что измеряем на каждом этапе

AI SOV
Взвешенная видимость

Видимость
Доля ответов с названием

SOV
Доля среди упоминаний

Позиция
Место внутри ответа

Источники
Домен в списке источников

Каналы замера

AI-модели

- **ChatGPT**
- **DeepSeek**
- **Gemini**
- **GigaChat**
- **Perplexity**
- **Алиса AI** (ex. YandexGPT)

AI-выдача в поиске

- **Алиса AI на поиске**
- **Google AI Overview**

Подробная методология в веб-версии исследования

Вся ниша

Retail

Выберите направление, чтобы перейти к его исследованию.

Другие направления →



Электроника и техника



DIY и стройматериалы



Мебель и товары для дома



Одежда и обувь



Ювелирные изделия

Выбор продавца

Доля ответов с лидером по AI SOV

Электроника · DNS 120 / 270 ответов	**44,4%**
DIY · Лемана ПРО 96 / 216 ответов	**44,4%**
Дом · Лемана ПРО 55 / 174 ответов	**31,6%**
Одежда · Wildberries 79 / 192 ответов	**41,1%**
Украшения · Соколов 33 / 143 ответов	**23,1%**

Вся ниша

Retail

Выберите направление, чтобы перейти к его исследованию.

← Первые направления



Продукты и доставка еды



Алкоголь и напитки



Цветы и подарки



Зоотовары



Аптеки и здоровье

Выбор продавца

Доля ответов с лидером по AI SOV

Продукты · ВкусВилл 59 / 210 ответов	**28,1%**
Напитки · Ароматный Мир 37 / 125 ответов	**29,6%**
Подарки · Flowwow 58 / 204 ответов	**28,4%**
Зоотовары · Четыре Лапы 50 / 90 ответов	**55,6%**
Аптеки · Аптека.ру 27 / 96 ответов	**28,1%**

Бизнес-направление

Электроника и техника



Покупатели сравнивают характеристики техники и условия по
Проверяют наличие, гарантию и доставку.

Лидер по AI SOV в AI-моделях

DNS **2,0%**

Лидер по AI SOV в Алисе
поиске

Android

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

DNS **2,7%**

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	50,2%
Google AI Overview	96,9%

CJM

01 Потребность
Задача и бюджет

02 Выбор товара
Характеристики

03 Выбор продавца
Наличие и гарантия

04 Покупка
Оплата и доставка

AI-модели и поиск

Электроника и техника: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	DNS	2,0%	18,6%	5,3%	3,6	264
02	М.Видео	1,8%	16,2%	4,7%	3,5	245
03	Ситилинк	1,2%	13,6%	3,9%	4,3	195
04	Samsung	1,1%	18,5%	5,3%	3,8	79
05	Яндекс Маркет	1,0%	14,5%	4,2%	5,7	192
06	Xiaomi	1,0%	15,3%	4,4%	4,1	6
07	Ozon	0,9%	13,0%	3,7%	5,5	141
08	Apple	0,8%	13,1%	3,8%	3,7	14
09	Android	0,8%	12,9%	3,7%	3,6	0
10	Эльдорадо	0,6%	8,9%	2,6%	4,6	24

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание DNS и сайт в источниках

В 140 ответах назвали DNS и указали источники:

118 ответов
сайт DNS есть в источниках

22 ответов
сайта DNS в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы об электронике и технике.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	DNS	1,8%	3,2%	1,9%	4,0%	0,3%	0,9%
02	М.Видео	2,2%	4,1%	1,9%	2,2%	0,4%	0,8%
03	Ситилинк	1,5%	2,7%	0,7%	0,2%	0,4%	1,7%
04	Samsung	0,5%	1,8%	0,8%	1,4%	0,7%	1,0%
05	Яндекс Маркет	1,0%	1,4%	1,1%	0,9%	0,3%	1,5%
06	Xiaomi	0,9%	1,4%	0,5%	1,3%	0,6%	1,1%
07	Ozon	0,8%	1,6%	1,0%	0,7%	0,1%	1,0%
08	Apple	0,3%	1,4%	1,0%	0,3%	0,7%	0,8%
09	Android	0,7%	1,2%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
10	Эльдорадо	0,1%	2,0%	0,6%	1,6%	0,1%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В DeepSeek М.Видео и Ситилинк встречаются в 69 ответах каждый.

4,1% М.Видео

2,7% Ситилинк

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Электроника и техника».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1392 ответа AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	DNS	2,0%	17,4%	5,7%	3,6
02	М.Видео	1,9%	16,2%	5,3%	3,4
03	Ситилинк	1,2%	13,1%	4,3%	4,3
04	Samsung	1,0%	15,5%	5,0%	3,8
05	Яндекс Маркет	1,0%	13,7%	4,5%	6,0
06	Xiaomi	1,0%	12,4%	4,0%	4,1
07	Ozon	0,9%	12,9%	4,2%	5,7
08	Эльдорадо	0,8%	10,8%	3,5%	4,6
09	Apple	0,8%	10,7%	3,5%	3,8
10	Android	0,7%	10,8%	3,5%	3,4

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Электроника и техника

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Электроника и техника», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

	Бренд	Потребность 258 ответов	Выбор товара 606 ответов	Выбор продавца 270 ответов	Покупка 258 ответов
01	DNS	<0,1%	0,2%	6,7%	3,5%
02	М.Видео	<0,1%	0,1%	6,4%	3,4%
03	Ситилинк	<0,1%	0,2%	3,2%	2,8%
04	Samsung	0,1%	1,1%	1,7%	1,3%
05	Яндекс Маркет	<0,1%	0,2%	2,1%	3,0%
06	Xiaomi	0,1%	0,8%	0,9%	2,2%
07	Ozon	<0,1%	0,1%	1,9%	2,5%
08	Эльдорадо	<0,1%	0,1%	2,7%	1,2%
09	Apple	0,3%	0,6%	1,5%	0,8%
10	Android	0,2%	0,6%	0,1%	2,1%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV DNS составляет 0,2%, а на этапе «Выбор продавца» — 6,7%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Электроника и техника».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 88 ответов	Gemini 61 ответ	Perplexity 222 ответа	Алиса AI (ex. YandexGPT) 171 ответ
Магазины и сети	56,8%	57,4%	48,6%	38,0%
Сообщества и соцсети	9,1%	57,4%	55,9%	52,6%
Медиа и издания	15,9%	32,8%	51,8%	30,4%
Маркетплейсы	21,6%	50,8%	18,5%	21,1%
Сервисы и площадки	22,7%	34,4%	12,6%	6,4%
Производители и бренды	6,8%	8,2%	27,0%	3,5%
Госорганы и организации	5,7%	9,8%	6,3%	2,3%
Площадки объявлений	0,0%	4,9%	7,7%	1,2%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Магазины и сети» встречаются в 35 из 61 ответов (57,4%) в срезе «Gemini».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

Электроника и техника

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам об электронике и технике в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

50,2%

114 из 227 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

96,9%

220 из 227 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске

Фрагмент ответа

Запрос: ssd сравнить

Сравнивать SSD действительно имеет смысл — и я подскажу, на что смотреть, чтобы не запутаться. Обычно речь идёт не просто в целом «какой лучше», а в том, какой вариант подойдёт именно под ваши задачи. Я подобрала ключевые параметры для сравнения. 1. Интерфейс Это часто главный критерий. SATA. Ограничивает скорость. Даже современная версия SATA III на практике даёт максимум около 550 МБ/с. Такие SSD часто встречаются в форм-факторе 2,5" или в виде M.2-модулей с ключами B+M (но есть и чисто SATA-M.2 без NVMe). NVMe. Подключается напрямую к шине PCIe. Здесь пропускная способность гораздо выше: PCIe 3.0 x4 — порядка 3500 МБ/с, PCIe 4.0 x4 — около 7000 МБ/с, а PCIe 5.0 — свыше 14 000 МБ/с. NVMe выигрывает в сценариях, где нагрузка «кормит» диск данными параллельно: работа с большими файлами (видео, 3D-модели), виртуальные машины, активная многозадачность....

Google · режим ИИ

Фрагмент ответа

Запрос: ssd сравнить

Сравнение SSD-накопителей строится на нескольких ключевых параметрах: интерфейсе подключения, форм-факторе, типе памяти и ресурсе . 1. Интерфейс и скорость SATA III (до 560–600 МБ/с) Где применяется: Старые ПК, ноутбуки без поддержки M.2. Плюсы: Универсальная совместимость. Минусы: Сильно ограничен по скорости по меркам современных задач. Айтитело.ру PCIe Gen 3 ×4 (NVMe) (до 3,5 ГБ/с) Где применяется: Бюджетные и среднебюджетные сборки прошлого поколения. Айтитело.ру PCIe Gen 4 ×4 (NVMe) (до 7 ГБ/с) Где применяется: Современный мейнстрим для игровых ПК и рабочих станций. Айтитело.ру PCIe Gen 5 ×4 (NVMe) (до 14 ГБ/с) Где применяется: Энтузиастские сборки, топовые десктопы. Минусы: Высокий нагрев, требуют качественного охлаждения. Айтитело.ру 2. Типы флеш-памяти (NAND) Тип Бит на ячейку Ресурс (циклы P/E) Особенности SLC 1 50 000 – 100 000 Максимальная скорость и долговечность (используется в кэше)....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Электроника и техника: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах об электронике и технике и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Android	1,8%	22,7%	7,2%	2,6	0
02	Huawei	1,6%	24,4%	7,8%	2,6	4
03	Apple	1,4%	18,5%	5,9%	2,8	1
04	Samsung	1,1%	20,2%	6,4%	3,6	12
05	Sony	1,0%	14,3%	4,5%	2,3	0
06	Xiaomi	1,0%	20,2%	6,4%	3,2	1
07	Windows	0,9%	10,9%	3,5%	3,8	—
08	Google	0,7%	10,9%	3,5%	3,3	0
09	PlayStation	0,7%	10,1%	3,2%	2,7	4
10	Honor	0,5%	7,6%	2,4%	2,7	1

Показать места 11–20 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Samsung есть в источниках к 12 ответам:

3 ответа
бренд в ответе, сайт в источниках

9 ответов
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

Электроника и техника

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах об электронике и технике.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	DNS	0,0%	2,7%
02	Apple	1,4%	1,1%
03	Samsung	1,1%	1,3%
04	Xiaomi	1,0%	1,2%
05	М.Видео	0,1%	1,7%
06	Huawei	1,6%	0,7%
07	Android	1,8%	0,6%
08	Ситилинк	0,0%	1,4%
09	Яндекс Маркет	0,1%	1,3%
10	Sony	1,0%	0,6%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

1,8% Android

1,6% Huawei

Android назван в 27 ответах, Huawei — в 29.

Электроника и техника

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах об электронике и технике.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	DNS	0,0%	2,7%
02	М.Видео	0,1%	1,7%
03	Ситилинк	0,0%	1,4%
04	Яндекс Маркет	0,1%	1,3%
05	Ozon	0,1%	1,0%
06	Технопарк	0,0%	0,5%
07	Dr.Head	0,0%	0,3%
08	Мегамаркет	0,0%	0,3%
09	Холодильник.ру	0,3%	0,1%
10	МТС	0,2%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,3% Холодильник.ру

0,2% МТС

Холодильник.ру назван в 1 ответе, МТС — в 4. SOV рассчитан внутри группы.

Электроника и техника

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах об электронике и технике.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

341 ответ

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	DNS	1,8%	23,8%	4,6%	3,8
02	Apple	1,2%	22,9%	4,4%	3,5
03	Samsung	1,2%	30,8%	6,0%	3,8
04	Xiaomi	1,1%	27,6%	5,3%	4,0
05	М.Видео	1,1%	16,4%	3,2%	3,8
06	Huawei	1,0%	22,9%	4,4%	3,9
07	Android	1,0%	21,1%	4,1%	4,1
08	Ситилинк	0,9%	15,2%	3,0%	4,5
09	Яндекс Маркет	0,9%	17,9%	3,5%	4,8
10	Sony	0,8%	17,3%	3,4%	4,0

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Электроника и техника

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах об электронике и технике.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 58 ответов	Выбор товара 179 ответов	Выбор продавца 55 ответов	Покупка 49 ответов
01 DNS	3,6%	0,3%	3,4%	3,0%
02 Apple	1,4%	0,7%	1,3%	2,8%
03 Samsung	1,0%	1,1%	1,3%	1,7%
04 Xiaomi	1,2%	1,0%	0,9%	1,7%
05 М.Видео	1,5%	0,4%	2,5%	1,8%
06 Huawei	0,9%	1,1%	0,6%	1,6%
07 Android	1,2%	0,9%	0,5%	1,8%
08 Ситилинк	1,5%	0,2%	1,7%	2,1%
09 Яндекс Маркет	0,9%	0,4%	1,0%	2,1%
10 Sony	0,6%	0,7%	0,7%	1,0%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV DNS: 0,3% на этапе «Выбор товара» и 3,4% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов об электронике и технике.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 117 ответов	Google AI Overview 168 ответов
Магазины и сети	82,1%	66,7%
Сообщества и соцсети	76,9%	43,5%
Маркетплейсы	62,4%	50,6%
Медиа и издания	68,4%	32,7%
Сервисы и площадки	23,1%	11,3%
Производители и бренды	17,9%	13,1%
Госорганы и организации	5,1%	1,2%
Площадки объявлений	5,1%	1,2%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Магазины и сети» встречаются в 96 из 117 ответов (82,1%) в срезе «Алиса AI на поиске». Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Электроника и техника

AI SOV 01

Лидеры различаются по каналам

2,0% AI SOV DNS в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Android, а в Google AI Overview лидирует DNS.

Сравните карточки техники и обзоры по одним и тем же моделям.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

44,4% ответов моделей на этапе выбора продавца называют DNS

DNS встречается в 120 из 270 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 28 из 606 (4,6%).

Добавьте ответы о характеристиках, совместимости, гарантии и доставке.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

18,7% ответов моделей с источниками содержат vc.ru

Домен указан в 118 из 631 ответов с источниками. На этапе выбора товара vc.ru встречается в 73 из 258.

Проверьте, как характеристики и опыт использования представлены на vc.ru.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

50,2% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 114 из 227 запросов. У Google AI Overview это 220 из 227 (96,9%).

Проверьте поисковые AI-ответы по выбору устройств и продавцов.

Бизнес-направление

DIY и стройматериалы

Покупатели подбирают стройматериалы под задачу и объём р
Сравнивают магазины, наличие и условия доставки.



Лидер по AI SOV в AI-моделях

Лемана ПРО 2,6%

Лидер по AI SOV в Алисе
поиске

Dali

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Лемана ПРО 2,1%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	47,7%
Google AI Overview	97,0%

CJM

01 Потребность
Задача и объём

02 Выбор товара
Материалы и свойства

03 Выбор продавца
Магазин и наличие

04 Покупка
Заказ и доставка

AI-модели и поиск

DIY и стройматериалы: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Лемана ПРО	2,4%	15,2%	11,8%	1,9	180
02	Петрович	1,4%	10,3%	8,0%	2,4	221
03	Ozon	1,1%	11,6%	9,0%	3,6	168
04	ВсеИнструменты	0,8%	8,6%	6,6%	3,2	237
05	OBI	0,7%	6,6%	5,1%	3,1	2
06	Яндекс Маркет	0,7%	8,6%	6,6%	4,9	95
07	Wildberries	0,4%	6,9%	5,4%	5,4	50
08	Tikkurila	0,3%	3,0%	2,3%	2,3	0
09	Castorama	0,3%	3,7%	2,9%	4,3	0
10	Ceresit	0,2%	1,7%	1,3%	1,9	0

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Лемана ПРО и сайт в источниках

В 107 ответах назвали Лемана ПРО и указали источники:

93 ответов
сайт Лемана ПРО есть в источниках

14 ответов
сайта Лемана ПРО в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы о DIY и стройматериалах.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Лемана ПРО	0,2%	7,0%	3,1%	3,7%	0,0%	1,9%
02	Петрович	2,3%	2,0%	1,3%	0,0%	2,4%	1,3%
03	Ozon	2,0%	1,2%	1,1%	2,0%	0,2%	0,5%
04	ВсеИнструменты	0,2%	1,4%	1,0%	0,0%	0,3%	2,0%
05	OBI	0,0%	2,6%	0,1%	2,6%	0,0%	0,0%
06	Яндекс Маркет	1,1%	1,0%	0,7%	0,8%	0,0%	0,7%
07	Wildberries	0,0%	0,9%	0,4%	1,1%	0,0%	0,2%
08	Tikkurila	0,3%	0,4%	0,1%	0,6%	0,2%	0,2%
09	Castorama	0,0%	1,3%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%
10	Ceresit	0,0%	0,4%	0,1%	0,0%	0,3%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В DeepSeek Ozon и Wildberries встречаются в 47 ответах каждый.

1,2% Ozon

0,9% Wildberries

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «DIY и стройматериалы».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1440 ответов AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Лемана ПРО	2,6%	15,1%	11,9%	2,0
02	Петрович	1,6%	11,3%	8,9%	2,4
03	Ozon	1,2%	11,2%	8,8%	4,0
04	OBI	0,9%	8,2%	6,4%	3,1
05	ВсеИнструменты	0,8%	6,6%	5,2%	3,8
06	Яндекс Маркет	0,7%	9,4%	7,4%	5,3
07	Wildberries	0,4%	7,4%	5,8%	5,8
08	Castorama	0,3%	4,7%	3,6%	4,3
09	Tikkurila	0,3%	2,7%	2,1%	2,3
10	DNS	0,2%	2,4%	1,9%	3,8

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

DIY и стройматериалы

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «DIY и стройматериалы», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

	Бренд	Потребность 198 ответов	Выбор товара 738 ответов	Выбор продавца 216 ответов	Покупка 288 ответов
01	Лемана ПРО	0,0%	0,2%	8,0%	6,6%
02	Петрович	0,0%	0,1%	4,7%	4,0%
03	Ozon	0,0%	<0,1%	2,5%	3,9%
04	OBI	0,0%	<0,1%	3,0%	2,1%
05	ВсеИнструменты	0,0%	0,0%	2,4%	2,3%
06	Яндекс Маркет	0,0%	<0,1%	2,1%	1,9%
07	Wildberries	0,0%	<0,1%	1,0%	1,4%
08	Castorama	0,0%	<0,1%	0,8%	0,9%
09	Tikkurila	0,0%	0,2%	0,5%	0,7%
10	DNS	0,0%	<0,1%	0,4%	0,9%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Лемана ПРО составляет 0,2%, а на этапе «Выбор продавца» — 8,0%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «DIY и стройматериалы».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 55 ответов	Gemini 75 ответов	Perplexity 126 ответов	Алиса AI (ex. YandexGPT) 111 ответов
Магазины и сети	16,4%	69,3%	52,4%	59,5%
Маркетплейсы	67,3%	42,7%	28,6%	28,8%
Сообщества и соцсети	3,6%	40,0%	39,7%	39,6%
Сервисы и площадки	40,0%	16,0%	8,7%	0,0%
Медиа и издания	0,0%	4,0%	25,4%	4,5%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	4,8%	2,7%
Производители и бренды	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%
Госорганы и организации	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Магазины и сети» встречаются в 52 из 75 ответов (69,3%) в срезе «Gemini».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

DIY и стройматериалы

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам о DIY и стройматериалах в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

47,7%

113 из 237 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

97,0%

229 из 236 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске — Фрагмент ответа

Запрос: анкерный болт

Анкерный болт — это крепёжное изделие, предназначенное для фиксации конструкций в плотных строительных основаниях: бетоне, кирпиче, натуральном камне. Его принцип работы основан на создании надёжного сцепления за счёт расширения рабочей части в просверленном отверстии. evraz.market Устройство Анкерный болт обычно состоит из двух основных частей: Нераспорная часть — это резьбовой стержень (болт или шпилька) с головкой или конусообразным хвостовиком. Распорная часть — втулка, гильза или муфта с продольными прорезями, которая при монтаже расширяется и фиксируется в материале основания. Принцип действия При затягивании гайки или вкручивании болта распорная часть анкера деформируется и распирается в стенках отверстия, создавая прочное сцепление с материалом. В зависимости от типа анкера фиксация может также осуществляться за счёт упора или адгезии (сцепления с затвердевшим химическим составом)....

Google · режим ИИ — Фрагмент ответа

Запрос: анкерный болт

Анкерный болт (от нем. Anker — якорь) — это высокопрочный металлический крепежный элемент, который надежно фиксирует тяжелые конструкции в твердых полнотелых основаниях (бетон, камень, полнотелый кирпич) за счет расширения (распора) своей внутренней части . ООО «Строймашсервис +2 Подробнее ознакомиться с классификацией крепежа можно на странице обзора Креп-Комп или изучить ассортимент в каталоге Стройбат . Принцип работы При затягивании гайки, болта или ударе по стержню клиновидная или конусная часть анкера сдвигается и распирает внешнюю гильзу (втулку). Гильза плотно упирается в стенки отверстия в материале, создавая мощное сопротивление на вырывание (силу трения и упора). Крепко Основные виды анкерных болтов С гайкой (распорный): классический и самый распространенный вариант с резьбовой шпилькой и распорной втулкой с прорезями. Клиновой: предназначен для особо тяжелых нагрузок в плотном бетоне....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

DIY и стройматериалы: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах о DIY и стройматериалах и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Dali	0,3%	3,4%	8,2%	1,8	0
02	Ceresit	0,3%	2,6%	6,1%	1,0	0
03	КНАУФ	0,2%	3,4%	8,2%	1,8	4
04	Dulux	0,2%	2,6%	6,1%	1,7	0
05	Bosch	0,2%	1,7%	4,1%	1,0	0
06	Ozon	0,2%	1,7%	4,1%	1,0	33
07	Ресанта	0,2%	1,7%	4,1%	1,0	—
08	Wildberries	0,1%	1,7%	4,1%	1,5	23
09	Сбер	0,1%	1,7%	4,1%	1,5	—
10	Makita	0,1%	2,6%	6,1%	2,3	0

Показать места 11–20 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Петрович есть в источниках к 41 ответам:

0 ответов
бренд в ответе, сайт в источниках

41 ответ
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

DIY и стройматериалы

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах о DIY и стройматериалах.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Лемана ПРО	0,0%	2,1%
02	Ozon	0,2%	1,4%
03	ВсеИнструменты	0,1%	1,2%
04	Петрович	0,1%	0,9%
05	Яндекс Маркет	0,1%	0,6%
06	Ceresit	0,3%	0,3%
07	Dali	0,3%	0,2%
08	Tikkurila	0,1%	0,3%
09	Wildberries	0,1%	0,2%
10	КНАУФ	0,2%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,3% Dali

0,3% Ceresit

Dali назван в 4 ответах, Ceresit — в 3.

DIY и стройматериалы

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах о DIY и стройматериалах.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Лемана ПРО	0,0%	2,1%
02	Ozon	0,2%	1,4%
03	ВсеИнструменты	0,1%	1,2%
04	Петрович	0,1%	0,9%
05	Яндекс Маркет	0,1%	0,6%
06	Wildberries	0,1%	0,2%
07	Сантехника.ру	0,0%	0,2%
08	Santehnika-Online	0,0%	0,2%
09	Стройкомплект	0,0%	0,2%
10	Бигам	0,0%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,2% Ozon

0,1% Wildberries

Ozon назван в 2 ответах, Wildberries — в 2. SOV рассчитан внутри группы.

DIY и стройматериалы

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах о DIY и стройматериалах.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

348 ответов

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Лемана ПРО	1,4%	15,2%	11,4%	1,6
02	Ozon	1,0%	13,2%	9,9%	2,0
03	ВсеИнструменты	0,8%	16,7%	12,4%	2,4
04	Петрович	0,7%	6,3%	4,7%	2,0
05	Яндекс Маркет	0,4%	5,2%	3,9%	1,9
06	Ceresit	0,3%	3,4%	2,6%	1,5
07	Dali	0,2%	3,4%	2,6%	2,0
08	Tikkurila	0,2%	4,0%	3,0%	2,5
09	Wildberries	0,2%	4,9%	3,6%	3,1
10	КНАУФ	0,2%	3,7%	2,8%	2,2

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

DIY и стройматериалы

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах о DIY и стройматериалах.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 47 ответов	Выбор товара 208 ответов	Выбор продавца 37 ответов	Покупка 56 ответов
01 Лемана ПРО	0,9%	0,6%	4,7%	2,6%
02 Ozon	1,1%	0,4%	2,1%	2,2%
03 ВсеИнстру менты	0,7%	0,7%	1,8%	0,9%
04 Петрович	0,4%	0,3%	2,0%	1,5%
05 Яндекс Маркет	0,5%	0,3%	0,7%	0,7%
06 Ceresit	0,5%	0,2%	0,4%	0,7%
07 Dali	0,2%	0,2%	0,5%	0,2%
08 Tikkurila	0,1%	0,1%	0,3%	0,6%
09 Wildberries	0,1%	0,1%	0,4%	0,4%
10 КНАУФ	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Лемана ПРО: 0,6% на этапе «Выбор товара» и 4,7% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов о DIY и стройматериалах.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 102 ответа	Google AI Overview 112 ответов
Магазины и сети	82,4%	74,1%
Маркетплейсы	46,1%	46,4%
Сообщества и соцсети	52,0%	17,9%
Сервисы и площадки	27,5%	7,1%
Медиа и издания	8,8%	2,7%
Производители и бренды	3,9%	1,8%
Площадки объявлений	2,0%	0,0%
Госорганы и организации	0,0%	0,9%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Магазины и сети» встречаются в 84 из 102 ответов (82,4%) в срезе «Алиса AI на поиске». Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: DIY и стройматериалы

AI SOV 01

Лидеры различаются по каналам

2,6% AI SOV Лемана ПРО в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Dali, а в Google AI Overview лидирует Лемана ПРО.

Разделите мониторинг производителей материалов и магазинов.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

44,4% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Лемана ПРО

Лемана ПРО встречается в 96 из 216 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 15 из 738 (2,0%).

Добавьте расчёт расхода, условия применения и наличие материалов.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

17,8% ответов моделей с источниками содержат vseinstrumenti.ru

Домен указан в 120 из 674 ответов с источниками. На этапе выбора товара vseinstrumenti.ru встречается в 55 из 302.

Проверьте карточки и инструкции на vseinstrumenti.ru и на своём сайте.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

47,7% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 113 из 237 запросов. У Google AI Overview это 229 из 236 (97,0%).

Проверяйте запросы о подборе, расходе и доставке стройматериалов.

Бизнес-направление

Мебель и товары для дома



Покупатели выбирают мебель и товары для дома по размерам, материалам и цене. Сравнивают продавцов, сборку и доставку.

Лидер по AI SOV в AI-моделях

Ozon 1,9%

Лидер по AI SOV в Алисе AI на поиске

Авито

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Яндекс Маркет 1,4%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	39,5%
Google AI Overview	94,7%

CJM

01 Потребность
Задача и бюджет

02 Выбор товара
Размеры и материалы

03 Выбор продавца
Продавец и сборка

04 Покупка
Заказ и доставка

AI-модели и поиск

Мебель и товары для дома: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Ozon	1,7%	14,4%	10,4%	2,9	197
02	Яндекс Маркет	1,2%	13,6%	9,7%	3,8	161
03	Лемана ПРО	1,1%	9,8%	7,1%	3,1	77
04	Hoff	1,1%	9,1%	6,6%	3,0	188
05	Wildberries	0,9%	10,5%	7,6%	3,9	87
06	IKEA	0,7%	5,4%	3,9%	3,5	2
07	Аскона	0,4%	4,1%	3,0%	2,5	59
08	Диван.ру	0,3%	2,6%	1,9%	3,1	80
09	Авито	0,3%	3,4%	2,4%	5,9	34
10	Ormatek	0,3%	2,3%	1,6%	2,7	20

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Ozon и сайт в источниках

В 119 ответах назвали Ozon и указали источники:

113 ответов
сайт Ozon есть в источниках

6 ответов
сайта Ozon в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

Мебель и товары для дома

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы о мебели и товарах для дома.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Ozon	3,1%	3,2%	2,0%	1,9%	0,1%	1,1%
02	Яндекс Маркет	2,3%	1,8%	1,6%	0,8%	0,0%	1,1%
03	Лемана ПРО	0,1%	3,4%	1,2%	1,2%	0,0%	1,3%
04	Hoff	1,3%	2,9%	1,0%	0,3%	0,9%	0,8%
05	Wildberries	0,6%	2,1%	1,2%	1,8%	0,0%	0,5%
06	IKEA	0,1%	1,9%	0,2%	3,3%	0,0%	0,0%
07	Аскона	0,1%	1,0%	0,4%	0,2%	0,6%	0,2%
08	Диван.ру	0,1%	0,5%	0,4%	0,1%	0,7%	0,3%
09	Авито	0,0%	0,4%	0,1%	0,5%	0,5%	0,3%
10	Ormatek	0,2%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,6%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В DeepSeek Аскона и Столплит встречаются в 18 ответах каждый.

1,0% Аскона

0,5% Столплит

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Мебель и товары для дома».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1398 ответов AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ozon	1,9%	14,6%	10,3%	3,2
02	Яндекс Маркет	1,3%	13,3%	9,4%	4,2
03	Hoff	1,2%	9,5%	6,7%	3,2
04	Лемана ПРО	1,2%	10,3%	7,3%	3,4
05	Wildberries	1,0%	11,1%	7,8%	4,2
06	IKEA	0,9%	6,7%	4,7%	3,5
07	Аскона	0,4%	3,2%	2,3%	3,0
08	Диван.ру	0,4%	2,7%	1,9%	3,4
09	М.Видео	0,3%	2,4%	1,7%	4,1
10	Авито	0,3%	4,0%	2,8%	6,0

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Мебель и товары для дома

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Мебель и товары для дома», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 216 ответов	Выбор товара 726 ответов	Выбор продавца 174 ответа	Покупка 282 ответа
01 Ozon	<0,1%	0,2%	3,9%	6,4%
02 Яндекс Маркет	0,1%	0,2%	3,5%	3,6%
03 Hoff	<0,1%	0,2%	3,8%	3,2%
04 Лемана ПРО	<0,1%	0,1%	4,2%	3,2%
05 Wildberries	<0,1%	0,1%	1,9%	3,7%
06 IKEA	0,1%	0,2%	3,0%	2,2%
07 Аскона	0,0%	0,2%	0,9%	0,9%
08 Диван.ру	0,0%	0,2%	0,9%	0,8%
09 М.Видео	0,0%	<0,1%	1,0%	0,7%
10 Авито	<0,1%	<0,1%	0,7%	0,9%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Ozon составляет 0,2%, а на этапе «Выбор продавца» — 3,9%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Мебель и товары для дома».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 69 ответов	Gemini 81 ответ	Perplexity 192 ответа	Алиса AI (ex. YandexGPT) 127 ответов
Магазины и сети	27,5%	65,4%	57,3%	49,6%
Маркетплейсы	73,9%	45,7%	27,6%	37,8%
Сообщества и соцсети	0,0%	48,1%	37,0%	37,0%
Сервисы и площадки	40,6%	23,5%	13,5%	6,3%
Медиа и издания	1,4%	3,7%	17,7%	1,6%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	10,4%	3,1%
Производители и бренды	0,0%	2,5%	3,6%	0,8%
Госорганы и организации	1,4%	0,0%	2,6%	0,0%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Маркетплейсы» встречаются в 51 из 69 ответов (73,9%) в срезе «ChatGPT».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам о мебели и товарах для дома в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

39,5%

90 из 228 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

94,7%

215 из 227 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске — Фрагмент ответа

Запрос: размер ковра

Выбор размера ковра зависит от площади и формы комнаты, расстановки мебели и вашей задачи: создать акцент, зонировать пространство или закрыть весь пол. Стандартные размеры Ковры условно делят на три группы по площади: Маленькие — до 3 м2. Примеры: 60×110 см, 80×150 см, 120×170 см. Используются как прикроватные коврики, для акцента у камина или кресла. Средние — от 3 до 6 м2. Примеры: 140×200 см, 160×230 см, 200×300 см. Подходят для выделения зоны отдыха в гостиной или столовой. Большие — от 6 м2 и более. Примеры: 240×340 см, 300×400 см, 400×500 см и более. Закрывают значительную часть пола или весь пол, часто с отступом от стен. Для квадратных, круглых и овальных ковров стандартные размеры привязаны к площади прямоугольных из той же группы. Типовая ширина ковровых дорожек — 80, 100, 120 или 150 см....

Google · режим ИИ — Фрагмент ответа

Запрос: размер ковра

Стандартные раз меры ковров делятся на три основные категории по площади и назначению : Категории размеров Маленькие ковры (до 120×170 см / до 3 м2): 60×110 см, 80×150 см, 90×150 см, 120×170 см. Используются как прикроватные коврики, под кресла, рабочие столы или у камина. Ами Ковры +4 Средние ковры (от 140×200 до 200×300 см / 3–7,5 м2): 140×200 см, 150×200 см, 160×230 см, 200×300 см (самый популярный размер — 200×300 см или 2×3 м). Подходят для зонирования и средних комнат. +3 Большие ковры (от 240×340 см и выше): 240×340 см, 250×350 см, 300×400 см, 400×500 см. Предназначены для просторных гостиных, спален и больших залов. +1 Ковровые дорожки : ширина от 70 до 100 см, длина до 5 метров (для коридоров, прихожих, лестниц и кухонь) . Хит ковры +2 Формы ковров Прямоугольные : классический вариант для большинства комнат....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Мебель и товары для дома: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах о мебели и товарах для дома и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01 Авито	0,5%	2,1%	8,7%	1,0	10
02 Каширский двор	0,4%	1,1%	4,3%	1,0	—
03 Ozon	0,2%	3,2%	13,0%	1,7	33
04 Tefal	0,2%	2,1%	8,7%	1,0	2
05 Мегамаркет	0,2%	2,1%	8,7%	1,0	—
06 Аскона	0,2%	2,1%	8,7%	1,5	8
07 Яндекс Маркет	0,1%	3,2%	13,0%	3,0	37
08 Citilux	0,1%	1,1%	4,3%	1,0	—
09 Ormatek	0,1%	1,1%	4,3%	1,0	5
10 Wildberries	0,1%	1,1%	4,3%	1,0	31

Показать места 11–15 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Яндекс Маркет есть в источниках к 37 ответам:

3 ответа
бренд в ответе, сайт в источниках

34 ответа
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

Мебель и товары для дома

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах о мебели и товарах для дома.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Яндекс Маркет	0,1%	1,4%
02	Ozon	0,2%	1,3%
03	Лемана ПРО	0,0%	0,9%
04	Аскона	0,2%	0,7%
05	Hoff	0,0%	0,6%
06	Wildberries	0,1%	0,5%
07	Диван.ру	0,0%	0,4%
08	Мегамаркет	0,2%	0,3%
09	Tefal	0,2%	0,2%
10	INMYROOM	0,0%	0,3%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,5% Авито

0,4% Каширский двор

Авито назван в 2 ответах, Каширский двор — в 1.

Мебель и товары для дома

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах о мебели и товарах для дома.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Яндекс Маркет	0,1%	1,4%
02	Ozon	0,2%	1,3%
03	Лемана ПРО	0,0%	0,9%
04	Аскона	0,2%	0,7%
05	Hoff	0,0%	0,6%
06	Wildberries	0,1%	0,5%
07	Диван.ру	0,0%	0,4%
08	Мегамаркет	0,2%	0,3%
09	INMYROOM	0,0%	0,3%
10	Ormatek	0,1%	0,3%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,5% Авито

0,4% Каширский двор

Авито назван в 2 ответах, Каширский двор — в 1. SOV рассчитан внутри группы.

Мебель и товары для дома

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах о мебели и товарах для дома.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

314 ответов

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Яндекс Маркет	1,0%	14,6%	11,5%	1,9
02	Ozon	1,0%	13,7%	10,8%	1,6
03	Лемана ПРО	0,6%	7,6%	6,0%	1,3
04	Аскона	0,5%	8,3%	6,5%	1,8
05	Hoff	0,4%	7,3%	5,8%	2,0
06	Wildberries	0,4%	8,0%	6,3%	2,4
07	Диван.ру	0,3%	2,2%	1,8%	1,3
08	Мегамаркет	0,3%	4,1%	3,3%	2,2
09	Tefal	0,2%	2,9%	2,3%	1,8
10	INMYROOM	0,2%	2,5%	2,0%	1,6

Показать места 11–20 ↓

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Мебель и товары для дома

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах о мебели и товарах для дома.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 41 ответ	Выбор товара 195 ответов	Выбор продавца 28 ответов	Покупка 50 ответов
01 Яндекс Маркет	0,3%	0,6%	1,9%	2,6%
02 Ozon	1,4%	0,6%	2,9%	1,1%
03 Лемана ПРО	0,9%	0,2%	1,4%	1,7%
04 Аскона	0,4%	0,4%	1,7%	0,7%
05 Hoff	0,3%	0,4%	0,7%	0,6%
06 Wildberries	0,7%	0,2%	1,2%	0,5%
07 Диван.ру	0,0%	0,1%	0,6%	1,0%
08 Мегамаркет	<0,1%	0,2%	0,1%	0,9%
09 Tefal	0,2%	0,2%	0,1%	0,7%
10 INMYROOM	0,0%	0,2%	0,6%	0,4%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Яндекс Маркет: 0,6% на этапе «Выбор товара» и 1,9% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

Мебель и товары для дома

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов о мебели и товарах для дома.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 89 ответов	Google AI Overview 107 ответов
Магазины и сети	65,2%	50,5%
Маркетплейсы	57,3%	57,0%
Сообщества и соцсети	57,3%	26,2%
Сервисы и площадки	23,6%	6,5%
Площадки объявлений	11,2%	0,0%
Медиа и издания	3,4%	3,7%
Производители и бренды	2,2%	3,7%
Госорганы и организации	2,2%	0,9%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Магазины и сети» встречаются в 58 из 89 ответов (65,2%) в срезе «Алиса AI на поиске». Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Мебель и товары для дома

AI SOV 01

Лидеры различаются по каналам

1,9% AI SOV Ozon в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Авито, а в Google AI Overview лидирует Яндекс Маркет.

Сравнивайте присутствие магазина и площадок по запросам о мебели.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

31,6% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Лемана ПРО

Лемана ПРО встречается в 55 из 174 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 9 из 726 (1,2%).

Укажите размеры, материалы, сборку и доставку в карточках мебели.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

20,2% ответов моделей с источниками содержат hoff.ru

Домен указан в 129 из 640 ответов с источниками. На этапе выбора товара hoff.ru встречается в 62 из 300.

Сверьте характеристики и условия доставки на hoff.ru со своими карточками.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

39,5% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 90 из 228 запросов. У Google AI Overview это 215 из 227 (94,7%).

Проверяйте запросы о размерах, материалах и сборке мебели.

Бизнес-направление

Одежда и обувь

Покупатели выбирают одежду и обувь по размеру, составу и ст
Сравнивают магазины, примерку и возврат.



Лидер по AI SOV в AI-моделях

Ozon 1,5%

Лидер по AI SOV в Алисе AI
поиске

Levi's 0

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Ozon 1,9%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	26,5%
Google AI Overview	92,2%

CJM

01 Потребность
Повод и бюджет

02 Выбор товара
Размер и состав

03 Выбор продавца
Магазин и примерка

04 Покупка
Доставка и возврат

AI-модели и поиск

Одежда и обувь: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Ozon	1,5%	17,2%	7,5%	5,5	143
02	Wildberries	1,3%	15,1%	6,6%	5,8	79
03	Lamoda	0,9%	12,7%	5,5%	6,6	127
04	Спортмастер	0,8%	7,6%	3,3%	4,5	89
05	Яндекс Маркет	0,8%	8,6%	3,8%	6,1	95
06	Stockmann	0,5%	5,3%	2,3%	4,0	93
07	Авиапарк	0,5%	5,1%	2,2%	5,6	0
08	Детский мир	0,4%	2,7%	1,2%	2,9	27
09	Zara	0,4%	3,9%	1,7%	4,7	2
10	ЦУМ	0,4%	4,3%	1,9%	6,2	24

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Ozon и сайт в источниках

В 134 ответах назвали Ozon и указали источники:

120 ответов
сайт Ozon есть в источниках

14 ответов
сайта Ozon в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы об одежде и обуви.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Ozon	2,0%	1,4%	0,8%	2,0%	0,4%	2,3%
02	Wildberries	0,7%	1,6%	1,0%	3,1%	0,0%	1,7%
03	Lamoda	2,1%	1,1%	0,8%	1,3%	0,4%	0,3%
04	Спортмастер	0,6%	1,3%	0,5%	1,4%	0,3%	1,0%
05	Яндекс Маркет	1,1%	0,5%	0,3%	0,4%	0,0%	2,5%
06	Stockmann	0,1%	0,4%	0,3%	0,0%	1,2%	1,2%
07	Авиапарк	0,3%	2,0%	0,8%	0,0%	0,1%	0,1%
08	Детский мир	0,3%	0,9%	0,3%	1,1%	0,2%	0,2%
09	Zara	0,1%	0,9%	0,1%	1,8%	0,0%	0,0%
10	ЦУМ	0,2%	1,3%	0,2%	0,7%	0,1%	0,1%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В GigaChat Яндекс Маркет и Детский мир встречаются в 14 ответах каждый.

0,4% Яндекс Маркет

1,1% Детский мир

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

Одежда и обувь

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Одежда и обувь».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1428 ответов AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ozon	1,5%	16,9%	7,4%	6,2
02	Wildberries	1,3%	15,1%	6,6%	6,4
03	Lamoda	1,0%	13,5%	5,9%	7,0
04	Спортмастер	0,8%	7,0%	3,1%	5,1
05	Яндекс Маркет	0,8%	8,5%	3,7%	7,0
06	Авиапарк	0,6%	5,9%	2,6%	5,5
07	Stockmann	0,5%	4,7%	2,0%	4,5
08	Детский мир	0,5%	2,9%	1,3%	3,1
09	Zara	0,5%	4,4%	1,9%	4,8
10	Nike	0,4%	5,0%	2,2%	4,8

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Одежда и обувь

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Одежда и обувь», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 186 ответов	Выбор товара 774 ответа	Выбор продавца 192 ответа	Покупка 276 ответов
01 Ozon	<0,1%	0,4%	3,1%	4,4%
02 Wildberries	<0,1%	0,3%	3,4%	3,8%
03 Lamoda	0,1%	0,2%	1,7%	3,4%
04 Спортмастер	0,0%	0,1%	2,2%	2,5%
05 Яндекс Маркет	0,0%	0,1%	2,8%	1,7%
06 Авиапарк	0,0%	<0,1%	2,0%	1,5%
07 Stockmann	0,0%	<0,1%	1,9%	1,4%
08 Детский мир	0,0%	0,1%	1,3%	1,3%
09 Zara	0,1%	0,2%	1,2%	1,1%
10 Nike	0,0%	0,4%	0,4%	0,9%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Ozon составляет 0,4%, а на этапе «Выбор продавца» — 3,1%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Одежда и обувь».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 60 ответов	Gemini 51 ответ	Perplexity 174 ответа	Алиса AI (ex. YandexGPT) 135 ответов
Маркетплейсы	78,3%	52,9%	44,3%	44,4%
Сообщества и соцсети	3,3%	39,2%	28,2%	46,7%
Сервисы и площадки	35,0%	45,1%	21,3%	3,7%
Магазины и сети	5,0%	29,4%	27,0%	10,4%
Медиа и издания	1,7%	29,4%	21,3%	8,1%
Госорганы и организации	0,0%	9,8%	9,8%	3,0%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	8,0%	2,2%
Производители и бренды	0,0%	0,0%	0,6%	0,7%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Маркетплейсы» встречаются в 47 из 60 ответов (78,3%) в срезе «ChatGPT».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам об одежде и обуви в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

26,5%

62 из 234 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

92,2%

213 из 231 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске

Фрагмент ответа

Запрос: проверить амортизацию кроссовок

Проверить амортизацию кроссовок можно несколькими способами — от простого тактильного теста до анализа ощущений после тренировки. Тактильный тест Надавите большим пальцем на боковую поверхность средней части подошвы (не на ту, что соприкасается с землёй). Если подошва хорошо продавливается и видны мелкие складочки — амортизация в порядке. Если поверхность жёсткая, неподатливая — материал потерял эластичность, и ударная нагрузка будет передаваться сильнее. Тест на ровной поверхности (Tabletop test) Поставьте кроссовки на ровный жёсткий стол на уровне глаз и осмотрите их сзади, сбоку и спереди. Если обувь стоит строго вертикально, подошва плотно прилегает к столешнице всей плоскостью — амортизация работает стабильно. Если пятка завалена вбок, подошва изогнута винтом, кроссовок качается от лёгкого прикосновения — пена сжалась неравномерно, амортизация работает плохо....

Google · режим ИИ

Фрагмент ответа

Запрос: проверить амортизацию кроссовок

Проверить амортизацию и степень износа беговых кроссовок можно самостоятельно с помощью простых тестов или обратившись к специалистам . Runlab +2 Домашние способы проверки Тест на жесткость и скручивание: Возьмите кроссовок в руки и попробуйте согнуть его пополам и скрутить по оси. Новая пара пружинит и сопротивляется; изношенная сгибается легко и вяло, почти без сопротивления. Первый Беговой Проверка подошвы пальцами: Надавите большими пальцами на боковую часть средней подошвы (из пеноматериала EVA). Если пена кажется дубовой, продавливается с трудом или на ней видны глубокие горизонтальные заломы и трещины — пузырьки воздуха внутри лопнули и амортизация утрачена. Осмотр на ровной поверхности: Поставьте обе кроссовки рядом на твердый стол и посмотрите на них сзади и сбоку на уровне глаз....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Одежда и обувь: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах об одежде и обуви и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Levi's	0,6%	6,1%	16,0%	1,2	—
02	Кант	0,5%	1,5%	4,0%	1,0	—
03	Лента	0,5%	4,5%	12,0%	1,0	0
04	Ozon	0,3%	3,0%	8,0%	1,5	5
05	Wildberries	0,3%	3,0%	8,0%	1,5	4
06	Samsung	0,2%	3,0%	8,0%	2,0	0
07	Apple	0,2%	1,5%	4,0%	1,0	0
08	Columbia	0,2%	1,5%	4,0%	1,0	—
09	Outventure	0,2%	1,5%	4,0%	1,0	—
10	Соколов	0,2%	1,5%	4,0%	1,0	1

Показать места 11–17 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Яндекс Маркет есть в источниках к 15 ответам:

1 ответ
бренд в ответе, сайт в источниках

14 ответов
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

Одежда и обувь

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах об одежде и обуви.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Ozon	0,3%	1,9%
02	Wildberries	0,3%	1,1%
03	Спортмастер	0,0%	1,0%
04	Яндекс Маркет	0,1%	0,8%
05	Stockmann	0,0%	0,7%
06	Lamoda	0,0%	0,5%
07	Rendez-Vous	0,0%	0,4%
08	Levi's	0,6%	0,2%
09	Gloria Jeans	0,0%	0,3%
10	Детский мир	0,0%	0,3%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,6% Levi's

0,5% Кант

Levi's назван в 4 ответах, Кант — в 1.

Одежда и обувь

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах об одежде и обуви.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Ozon	0,3%	1,9%
02	Wildberries	0,3%	1,1%
03	Спортмастер	0,0%	1,0%
04	Яндекс Маркет	0,1%	0,8%
05	Stockmann	0,0%	0,7%
06	Lamoda	0,0%	0,5%
07	Rendez-Vous	0,0%	0,4%
08	Levi's	0,6%	0,2%
09	Gloria Jeans	0,0%	0,3%
10	Детский мир	0,0%	0,3%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,6% Levi's

0,5% Лента

Levi's назван в 4 ответах, Лента — в 3. SOV рассчитан внутри группы.

Одежда и обувь

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах об одежде и обуви.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

283 ответа

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ozon	1,5%	18,7%	8,1%	2,2
02	Wildberries	0,9%	15,5%	6,7%	2,5
03	Спортмастер	0,7%	10,6%	4,6%	2,3
04	Яндекс Маркет	0,6%	9,5%	4,1%	2,5
05	Stockmann	0,5%	8,5%	3,7%	2,8
06	Lamoda	0,4%	8,5%	3,7%	3,2
07	Rendez-Vous	0,3%	4,9%	2,1%	2,6
08	Levi's	0,3%	3,5%	1,5%	1,7
09	Gloria Jeans	0,2%	3,9%	1,7%	2,9
10	Детский мир	0,2%	2,1%	0,9%	1,5

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Одежда и обувь

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах об одежде и обуви.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 29 ответов	Выбор товара 171 ответ	Выбор продавца 30 ответов	Покупка 53 ответа
01 Ozon	1,5%	0,4%	2,6%	4,5%
02 Wildberries	1,3%	0,3%	3,0%	1,5%
03 Спортмастер	1,0%	0,2%	1,0%	2,1%
04 Яндекс Маркет	0,2%	0,4%	1,4%	1,2%
05 Stockmann	0,2%	0,3%	2,2%	0,5%
06 Lamoda	0,4%	0,2%	0,5%	1,0%
07 Rendez-Vous	0,2%	0,1%	1,8%	0,4%
08 Levi's	0,0%	0,2%	0,7%	0,3%
09 Gloria Jeans	0,1%	<0,1%	0,6%	0,8%
10 Детский мир	0,2%	<0,1%	0,3%	0,9%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Ozon: 0,4% на этапе «Выбор товара» и 2,6% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

Одежда и обувь

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов об одежде и обуви.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 60 ответов	Google AI Overview 128 ответов
Маркетплейсы	41,7%	52,3%
Сообщества и соцсети	61,7%	33,6%
Магазины и сети	30,0%	24,2%
Сервисы и площадки	23,3%	10,2%
Госорганы и организации	20,0%	2,3%
Медиа и издания	10,0%	7,0%
Площадки объявлений	1,7%	0,8%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Сообщества и соцсети» встречаются в 37 из 60 ответов (61,7%) в срезе «Алиса AI на поиске».
Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Одежда и обувь

AI SOV 01

Лидеры различаются по каналам

1,5% AI SOV Ozon в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Levi's, а в Google AI Overview лидирует Ozon.

Сравните видимость бренда и площадки по одежде и обуви.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

41,1% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Wildberries

Wildberries встречается в 79 из 192 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 27 из 774 (3,5%).

Укажите состав, размерную сетку, примерку и возврат.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

16,1% ответов моделей с источниками содержат lamoda.ru

Домен указан в 98 из 608 ответов с источниками. На этапе выбора товара lamoda.ru встречается в 37 из 295.

Проверьте полноту карточек и размерных сеток на lamoda.ru.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

26,5% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 62 из 234 запросов. У Google AI Overview это 213 из 231 (92,2%).

Проверяйте поисковые ответы о размере, составе и уходе за вещами.

Бизнес-направление

Ювелирные изделия

Покупатели выбирают украшения по металлу, камням и бюджет
Проверяют продавца, пробу и условия покупки.



Лидер по AI SOV в AI-моделях

Соколов 1,6%

Лидер по AI SOV в Алисе AI
поиске

Соколов 0,

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Соколов 1,8%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске 37,5%

Google AI Overview 94,4%

CJM

01 Потребность
Повод и бюджет

02 Выбор товара
Металл и камни

03 Выбор продавца
Магазин и проба

04 Покупка
Покупка и гарантия

AI-модели и поиск

Ювелирные изделия: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Соколов	1,6%	10,0%	7,6%	1,8	106
02	Sunlight	1,1%	9,7%	7,3%	2,5	153
03	585 Золотой	0,9%	7,3%	5,5%	2,4	135
04	Adamas	0,9%	6,2%	4,7%	2,8	19
05	Ozon	0,6%	7,6%	5,7%	5,4	75
06	AllTime	0,4%	3,8%	2,9%	3,6	162
07	ЦУМ	0,4%	2,9%	2,2%	4,4	0
08	Wildberries	0,3%	5,7%	4,3%	6,7	32
09	MIUZ Diamonds	0,3%	4,3%	3,3%	3,6	74
10	Casio	0,3%	3,0%	2,2%	2,5	2

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Соколов и сайт в источниках

В 82 ответах назвали Соколов и указали источники:

66 ответов
сайт Соколов есть в источниках

16 ответов
сайта Соколов в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы о ювелирных изделиях.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Соколов	0,3%	5,3%	1,0%	0,0%	1,0%	1,9%
02	Sunlight	1,0%	2,2%	1,6%	0,0%	0,1%	1,3%
03	585 Золотой	1,2%	0,8%	0,7%	0,0%	1,1%	2,1%
04	Adamas	0,0%	2,0%	0,7%	2,9%	0,0%	0,5%
05	Ozon	1,0%	0,6%	0,2%	0,7%	0,1%	1,0%
06	AllTime	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%	0,9%	0,6%
07	ЦУМ	0,1%	1,0%	0,1%	1,3%	0,1%	0,0%
08	Wildberries	0,3%	0,6%	0,2%	0,6%	0,0%	0,7%
09	MIUZ Diamonds	0,1%	0,8%	0,5%	0,0%	0,2%	0,5%
10	Casio	0,4%	0,6%	0,1%	0,5%	0,3%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В DeepSeek ЦУМ и Бронницы встречаются в 22 ответах каждый.

1,0% ЦУМ

0,6% Бронницы

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Ювелирные изделия».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1331 ответ AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Соколов	1,6%	8,6%	6,6%	1,9
02	Sunlight	1,0%	8,2%	6,2%	2,8
03	Adamas	1,0%	7,2%	5,5%	2,8
04	585 Золотой	1,0%	6,7%	5,1%	2,6
05	Ozon	0,6%	7,4%	5,6%	6,1
06	ЦУМ	0,4%	3,4%	2,6%	4,4
07	Wildberries	0,4%	6,3%	4,8%	7,1
08	AllTime	0,4%	3,3%	2,5%	4,3
09	Casio	0,4%	3,0%	2,3%	2,5
10	MIUZ Diamonds	0,3%	4,1%	3,1%	4,3

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Ювелирные изделия

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Ювелирные изделия», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 72 ответа	Выбор товара 852 ответа	Выбор продавца 143 ответа	Покупка 264 ответа
01 Соколов	0,0%	0,4%	3,7%	4,7%
02 Sunlight	0,0%	0,1%	2,5%	3,5%
03 Adamas	0,0%	0,1%	1,6%	3,9%
04 585 Золотой	0,0%	0,2%	2,0%	3,4%
05 Ozon	0,0%	0,1%	1,3%	2,0%
06 ЦУМ	0,0%	<0,1%	1,8%	1,2%
07 Wildberries	0,0%	0,1%	1,0%	1,2%
08 AllTime	0,0%	<0,1%	1,2%	1,3%
09 Casio	<0,1%	0,3%	0,3%	0,8%
10 MIUZ Diamonds	0,0%	<0,1%	1,0%	1,1%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Соколов составляет 0,4%, а на этапе «Выбор продавца» — 3,7%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Ювелирные изделия».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 40 ответов	Gemini 76 ответов	Perplexity 136 ответов	Алиса AI (ex. YandexGPT) 108 ответов
Магазины и сети	30,0%	53,9%	48,5%	40,7%
Сообщества и соцсети	2,5%	42,1%	16,9%	35,2%
Маркетплейсы	47,5%	13,2%	17,6%	31,5%
Сервисы и площадки	45,0%	25,0%	13,2%	5,6%
Медиа и издания	0,0%	14,5%	22,1%	4,6%
Госорганы и организации	0,0%	5,3%	8,1%	0,9%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	3,7%	1,9%
Производители и бренды	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Магазины и сети» встречаются в 41 из 76 ответов (53,9%) в срезе «Gemini».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам о ювелирных изделиях в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

37,5%

81 из 216 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

94,4%

204 из 216 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске

Фрагмент ответа

Запрос: длина цепочки 45 или 50

Выбор между цепочками длиной 45 и 50 см зависит от нескольких факторов: обхвата шеи, типа одежды, с которой вы планируете носить украшение, и личных предпочтений. Обе длины считаются универсальными, но создают разный визуальный эффект. Длина 45 см Эту длину часто называют «принцесса» . Она ложится точно на уровень ключиц или чуть ниже. Считается самым нейтральным и универсальным вариантом, который подходит большинству. Плюсы: Хорошо смотрится с разными вырезами — круглым, V-образным. Подходит для ношения как самостоятельно, так и с небольшой подвеской. Визуально удлиняет шею. Когда выбрать: если вы часто носите одежду с высоким воротом (водолазки, свитеры с горлом) или хотите, чтобы цепочка была удобной основой для кулона. Длина 50 см Такую длину иногда называют «матинэ» . Она опускается на 3–5 см ниже ключиц, уводя украшение в зону декольте....

Google · режим ИИ

Фрагмент ответа

Запрос: длина цепочки 45 или 50

Выбор между длиной 45 см и 50 см зависит от того, кому предназначено украшение и с какой одеждой его планируется носить : Sunlight +1 Длина 45 см Где располагается: ложится в районе ключиц или чуть выше (аккуратно подчёркивает шею). Кому подходит: хрупким, стройным девушкам, подросткам или мужчинам астенического телосложения. С чем носить: с открытыми вырезами, рубашками или лёгкими топами, а также с небольшими кулонами и крестиками. +6 Длина 50 см Где располагается: чуть ниже линии ключиц (универсальная посадка). Кому подходит: большинству женщин (считается самым популярным и безопасным размером для подарка), а также мужчинам средней комплекции или для плотного прилегания к шее. Goldsmith.store +3 С чем носить: подходит практически под любой образ — хорошо смотрится как с повседневной одеждой (свитера, водолазки), так и поверх ткани или с более крупными подвесками....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Ювелирные изделия: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах о ювелирных изделиях и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Соколов	0,8%	7,1%	28,6%	1,7	19
02	Ozon	0,1%	2,4%	9,5%	2,0	7
03	585 Золотой	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	23
04	Casio	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	0
05	Honor	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	0
06	Redmi	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	—
07	Rolex	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	—
08	Swarovski	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	0
09	Аргента	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	—
10	Бронницы	0,1%	1,2%	4,8%	1,0	5

Показать места 11–15 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

585 Золотой есть в источниках к 23 ответам:

1 ответ
бренд в ответе, сайт в источниках

22 ответа
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

Ювелирные изделия

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах о ювелирных изделиях.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Соколов	0,8%	1,8%
02	Sunlight	0,0%	1,6%
03	585 Золотой	0,1%	0,9%
04	Ozon	0,1%	0,7%
05	MIUZ Diamonds	0,0%	0,5%
06	Бронницы	0,1%	0,4%
07	AllTime	0,0%	0,5%
08	Яндекс Маркет	0,1%	0,3%
09	585 Gold	0,0%	0,3%
10	Аргента	0,1%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,8% Соколов

0,1% Ozon

Соколов назван в 6 ответах, Ozon — в 2.

Ювелирные изделия

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах о ювелирных изделиях.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Соколов	0,8%	1,8%
02	Sunlight	0,0%	1,6%
03	585 Золотой	0,1%	0,9%
04	Ozon	0,1%	0,7%
05	Бронницы	0,1%	0,4%
06	AllTime	0,0%	0,5%
07	Яндекс Маркет	0,1%	0,3%
08	585 Gold	0,0%	0,3%
09	Аргента	0,1%	0,2%
10	Ярмарка Мастеров	0,0%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,8% Соколов

0,1% Ozon

Соколов назван в 6 ответах, Ozon — в 2. SOV рассчитан внутри группы.

Ювелирные изделия

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах о ювелирных изделиях.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

295 ответов

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Соколов	1,6%	16,3%	12,2%	1,5
02	Sunlight	1,2%	16,3%	12,2%	1,8
03	585 Золотой	0,7%	10,2%	7,7%	2,0
04	Ozon	0,5%	8,5%	6,4%	2,5
05	MIUZ Diamonds	0,4%	5,4%	4,1%	1,4
06	Бронницы	0,3%	5,8%	4,3%	2,2
07	AllTime	0,3%	6,1%	4,6%	1,9
08	Яндекс Маркет	0,3%	3,4%	2,6%	1,6
09	585 Gold	0,2%	3,4%	2,6%	2,5
10	Аргента	0,2%	2,4%	1,8%	2,3

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Ювелирные изделия

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах о ювелирных изделиях.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 20 ответов	Выбор товара 200 ответов	Выбор продавца 28 ответов	Покупка 47 ответов
01 Соколов	1,1%	0,5%	4,1%	4,8%
02 Sunlight	1,4%	0,6%	0,5%	3,7%
03 585 Золотой	0,0%	0,3%	0,7%	2,5%
04 Ozon	0,8%	0,2%	1,2%	1,3%
05 MIUZ Diamonds	0,0%	0,3%	1,7%	0,2%
06 Бронницы	0,0%	0,2%	0,4%	0,9%
07 AllTime	0,2%	0,3%	0,0%	0,5%
08 Яндекс Маркет	0,0%	0,3%	0,0%	0,5%
09 585 Gold	0,1%	<0,1%	1,4%	0,5%
10 Аргента	0,6%	<0,1%	0,8%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Соколов: 0,5% на этапе «Выбор товара» и 4,1% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов о ювелирных изделиях.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 74 ответа	Google AI Overview 111 ответов
Магазины и сети	60,8%	62,2%
Сообщества и соцсети	50,0%	18,9%
Маркетплейсы	24,3%	26,1%
Сервисы и площадки	25,7%	10,8%
Медиа и издания	9,5%	4,5%
Госорганы и организации	5,4%	2,7%
Площадки объявлений	9,5%	0,0%
Производители и бренды	1,4%	0,9%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Магазины и сети» встречаются в 69 из 111 ответов (62,2%) в срезе «Google AI Overview». Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Ювелирные изделия

AI SOV 01

Один лидер в трёх каналах

1,6% AI SOV Соколов в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Соколов, а в Google AI Overview лидирует Соколов.

Проверяйте бренд по отдельности в моделях и поисковых системах.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

23,1% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Соколов

Соколов встречается в 33 из 143 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 16 из 852 (1,9%).

Укажите металл, пробу, вставки, размеры и условия гарантии.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

15,2% ответов моделей с источниками содержат alltime.ru

Домен указан в 90 из 592 ответов с источниками. На этапе выбора товара alltime.ru встречается в 55 из 350.

Сверьте описания украшений и характеристики на alltime.ru.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

37,5% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 81 из 216 запросов. У Google AI Overview это 204 из 216 (94,4%).

Проверяйте запросы о пробе, размерах и подлинности украшений.

Бизнес-направление

Продукты и доставка еды



Покупатели выбирают продукты и готовую еду по составу, цен
свежести. Сравнивают магазины и интервалы доставки.

Лидер по AI SOV в AI-моделях

ВкусВилл 1,6%

Лидер по AI SOV в Алисе
поиске

ВкусВилл

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

ВкусВилл 1,2%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске 55,2%

Google AI Overview 96,1%

CJM

01 Потребность
Корзина и бюджет

02 Выбор товара
Состав и свежесть

03 Выбор продавца
Магазин и доставка

04 Покупка
Заказ и получение

AI-модели и поиск

Продукты и доставка еды: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	ВкусВилл	1,5%	13,9%	7,2%	3,7	113
02	Перекрёсток	1,1%	11,4%	5,9%	3,8	97
03	Купер	0,9%	10,7%	5,5%	4,8	19
04	Яндекс Еда	0,9%	7,0%	3,6%	3,4	31
05	Яндекс Лавка	0,8%	9,5%	4,9%	4,4	42
06	Ашан	0,8%	8,3%	4,3%	4,2	27
07	Самокат	0,8%	10,4%	5,4%	5,0	9
08	Лента	0,6%	9,4%	4,9%	4,6	66
09	Ozon	0,6%	6,8%	3,5%	4,3	77
10	Delivery Club	0,5%	4,7%	2,5%	4,4	0

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание ВкусВилл и сайт в источниках

В 100 ответах назвали ВкусВилл и указали источники:

55 ответов
сайт ВкусВилл есть в источниках

45 ответов
сайта ВкусВилл в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

Продукты и доставка еды

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы о продуктах и доставке еды.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	ВкусВилл	1,0%	4,1%	1,0%	0,1%	0,8%	2,3%
02	Перекрёсток	1,3%	2,0%	0,4%	0,9%	1,7%	0,7%
03	Купер	0,1%	2,4%	0,8%	1,7%	0,5%	0,4%
04	Яндекс Еда	0,3%	1,8%	1,1%	0,7%	0,5%	0,6%
05	Яндекс Лавка	0,9%	1,2%	1,0%	0,9%	0,3%	1,0%
06	Ашан	0,1%	1,8%	0,5%	1,6%	0,6%	1,0%
07	Самокат	0,8%	1,7%	0,6%	1,1%	0,5%	0,6%
08	Лента	0,4%	1,4%	0,5%	0,6%	1,0%	0,3%
09	Ozon	0,7%	0,5%	0,8%	0,7%	0,0%	0,9%
10	Delivery Club	0,0%	1,2%	0,3%	2,0%	0,1%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В GigaChat Ашан и METRO встречаются в 19 ответах каждый.

1,6% Ашан

0,9% METRO

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

Продукты и доставка еды

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Продукты и доставка еды».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1248 ответов AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	ВкусВилл	1,6%	13,9%	7,0%	3,8
02	Перекрёсток	1,2%	11,9%	5,9%	3,8
03	Купер	1,0%	11,6%	5,8%	5,0
04	Ашан	1,0%	8,8%	4,4%	4,2
05	Самокат	0,9%	11,3%	5,6%	5,2
06	Яндекс Лавка	0,9%	9,7%	4,8%	4,7
07	Яндекс Еда	0,8%	6,7%	3,4%	3,6
08	Лента	0,7%	10,0%	5,0%	4,8
09	Delivery Club	0,6%	5,7%	2,8%	4,4
10	Азбука Вкуса	0,6%	6,6%	3,3%	4,7

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Продукты и доставка еды

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Продукты и доставка еды», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

	Бренд	Потребность 90 ответов	Выбор товара 660 ответов	Выбор продавца 210 ответов	Покупка 288 ответов
01	ВкусВилл	0,2%	0,5%	3,5%	2,9%
02	Перекрёсток	<0,1%	0,5%	1,5%	2,8%
03	Купер	0,5%	0,4%	1,8%	1,8%
04	Ашан	0,1%	0,3%	1,8%	2,1%
05	Самокат	0,2%	0,6%	1,8%	1,2%
06	Яндекс Лавка	0,1%	0,4%	2,0%	1,5%
07	Яндекс Еда	0,1%	0,4%	1,9%	1,3%
08	Лента	0,1%	0,2%	1,1%	1,7%
09	Delivery Club	0,1%	0,3%	1,3%	1,0%
10	Азбука Вкуса	0,1%	<0,1%	1,3%	1,6%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV ВкусВилл составляет 0,5%, а на этапе «Выбор продавца» — 3,5%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Продукты и доставка еды».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 55 ответов	Gemini 71 ответ	Perplexity 184 ответа	Алиса AI (ex. YandexGPT) 116 ответов
Сообщества и соцсети	1,8%	60,6%	29,3%	41,4%
Сервисы и площадки	50,9%	32,4%	28,8%	14,7%
Магазины и сети	36,4%	26,8%	22,3%	28,4%
Госорганы и организации	10,9%	18,3%	32,6%	13,8%
Медиа и издания	0,0%	31,0%	33,2%	7,8%
Маркетплейсы	20,0%	25,4%	15,8%	12,9%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	6,0%	0,0%
Производители и бренды	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Сообщества и соцсети» встречаются в 43 из 71 ответов (60,6%) в срезе «Gemini». Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

Продукты и доставка еды

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам о продуктах и доставке еды в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

55,2%

112 из 203 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

96,1%

195 из 203 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске — Фрагмент ответа

Запрос: виды молока

Видов молока действительно много — их можно классифицировать по разным признакам: по животному-производителю, по способу обработки, по белковому составу. Давайте рассмотрим основные группы. moloko.group По животному-производителю Здесь речь о том, от какого животного получено молоко. Коровье — самое распространённое, богато белком, жирами, лактозой, кальцием и витаминами. Козье — отличается лучшей усвояемостью из-за мелких жировых глобул, реже вызывает аллергию. Овечье — отличается повышенным содержанием белка и жира, часто используется для производства сыров (например, рокфора и пекорино). Буйволиное — имеет густую, сливочную консистенцию и высокую жирность, богато витаминами A и D. Верблюжье — имеет слегка солоноватый вкус, ценится за высокое содержание витамина C, железа и калия, часто используется в странах Ближнего Востока. Кобылье — отличается сладковатым вкусом, используется для приготовления кумыса — кисломолочного напитка....

Google · режим ИИ — Фрагмент ответа

Запрос: виды молока

Молоко дел ится на несколько основных категорий в зависимости от происхождения, способа обработки и состава . Экскурсия на фабрику мороженого Чистая Линия 🍦 По происхождению (от каких животных) Коровье — самое распространенное, бывает разной жирности и степени обработки. Козье — имеет более мелкие жировые частицы, лучше усваивается и богаче витамином A, кальцием и магнием. Овечье — более густое и жирное, часто используется для производства сыров и брынзы. Буйволиное — густое, сливочное, с высоким содержанием жира и белка, идеально для моцареллы. Кобылье — легкое, с рекордным содержанием витамина C, служит основой для кумыса. Верблюжье — обладает специфическим солоноватым вкусом и ароматом. Чистая Линия +2 По способу промышленной обработки Пастеризованное — прогрето до 75–80 °C для уничтожения опасных бактерий (хранится недолго)....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Продукты и доставка еды: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах о продуктах и доставке еды и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01 ВкусВилл	1,4%	7,8%	15,0%	2,1	34
02 Яндекс Еда	1,0%	4,3%	8,3%	2,2	8
03 Авито	0,6%	1,7%	3,3%	1,0	4
04 ПростоЕда	0,5%	2,6%	5,0%	2,7	—
05 Перекрёсток	0,5%	2,6%	5,0%	1,7	15
06 BeFit	0,5%	2,6%	5,0%	2,0	—
07 Купер	0,4%	2,6%	5,0%	3,7	4
08 Grow Food	0,4%	1,7%	3,3%	1,0	—
09 JustFood	0,4%	3,4%	6,7%	3,0	—
10 Flowwow	0,3%	0,9%	1,7%	1,0	1

Показать места 11–20 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

ВкусВилл есть в источниках к 34 ответам:

7 ответов
бренд в ответе, сайт в источниках

27 ответов
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

Продукты и доставка еды

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах о продуктах и доставке еды.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	ВкусВилл	1,4%	1,2%
02	Яндекс Еда	1,0%	1,0%
03	Яндекс Лавка	0,3%	1,0%
04	Перекрёсток	0,5%	0,7%
05	Ozon	0,0%	1,0%
06	Купер	0,4%	0,7%
07	Самокат	0,1%	0,8%
08	BeFit	0,5%	0,4%
09	Яндекс Маркет	0,0%	0,6%
10	Лента	0,1%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

1,4% ВкусВилл

1,0% Яндекс Еда

ВкусВилл назван в 9 ответах, Яндекс Еда — в 5.

Продукты и доставка еды

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах о продуктах и доставке еды.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	ВкусВилл	1,4%	1,2%
02	Яндекс Еда	1,0%	1,0%
03	Яндекс Лавка	0,3%	1,0%
04	Перекрёсток	0,5%	0,7%
05	Ozon	0,0%	1,0%
06	Купер	0,4%	0,7%
07	Самокат	0,1%	0,8%
08	BeFit	0,5%	0,4%
09	Яндекс Маркет	0,0%	0,6%
10	Лента	0,1%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

1,4% ВкусВилл

1,0% Яндекс Еда

ВкусВилл назван в 9 ответах, Яндекс Еда — в 5. SOV рассчитан внутри группы.

Продукты и доставка еды

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах о продуктах и доставке еды.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

316 ответов

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	ВкусВилл	1,2%	13,6%	8,3%	3,3
02	Яндекс Еда	1,0%	8,2%	5,0%	2,5
03	Яндекс Лавка	0,7%	8,5%	5,2%	3,0
04	Перекрёсток	0,6%	9,8%	6,0%	3,9
05	Ozon	0,6%	7,6%	4,6%	2,6
06	Купер	0,6%	7,0%	4,2%	3,3
07	Самокат	0,6%	6,6%	4,1%	3,6
08	BeFit	0,5%	4,7%	2,9%	2,1
09	Яндекс Маркет	0,4%	4,7%	2,9%	2,2
10	Лента	0,4%	7,0%	4,2%	3,6

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Продукты и доставка еды

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах о продуктах и доставке еды.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 23 ответа	Выбор товара 191 ответ	Выбор продавца 44 ответа	Покупка 58 ответов
01 ВкусВилл	0,9%	0,4%	3,2%	2,6%
02 Яндекс Еда	1,6%	0,2%	3,1%	1,9%
03 Яндекс Лавка	1,2%	0,2%	1,9%	1,4%
04 Перекрёсток	0,3%	0,3%	1,7%	1,0%
05 Ozon	0,0%	0,3%	1,3%	1,4%
06 Купер	1,1%	0,2%	2,0%	0,4%
07 Самокат	0,8%	0,3%	1,6%	0,4%
08 BeFit	1,0%	0,2%	1,1%	0,5%
09 Яндекс Маркет	0,0%	0,1%	0,9%	1,1%
10 Лента	0,4%	0,1%	0,6%	0,9%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV ВкусВилл: 0,4% на этапе «Выбор товара» и 3,2% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов о продуктах и доставке еды.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 105 ответов	Google AI Overview 120 ответов
Сообщества и соцсети	63,8%	34,2%
Магазины и сети	51,4%	26,7%
Госорганы и организации	41,0%	18,3%
Маркетплейсы	19,0%	27,5%
Сервисы и площадки	24,8%	18,3%
Медиа и издания	30,5%	10,8%
Площадки объявлений	3,8%	1,7%
Производители и бренды	1,9%	1,7%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Сообщества и соцсети» встречаются в 67 из 105 ответов (63,8%) в срезе «Алиса AI на поиске».
Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Продукты и доставка еды

AI SOV 01

Один лидер в трёх каналах

1,6% AI SOV ВкусВилл в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует ВкусВилл, а в Google AI Overview лидирует ВкусВилл.

Сопоставьте видимость магазина и его ассортимента в разных системах.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

28,1% ответов моделей на этапе выбора продавца называют ВкусВилл

ВкусВилл встречается в 59 из 210 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 44 из 660 (6,7%).

Добавьте состав, свежесть, наличие и условия доставки продуктов.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

12,5% ответов моделей с источниками содержат gastronom.ru

Домен указан в 71 из 569 ответов с источниками. На этапе выбора товара gastronom.ru встречается в 63 из 280.

Проверьте, какие материалы и рецепты ссылаются на gastronom.ru.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

55,2% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 112 из 203 запросов. У Google AI Overview это 195 из 203 (96,1%).

Проверяйте запросы о составе, свежести и доставке продуктов.

Бизнес-направление

Алкоголь и напитки



Покупатели выбирают напитки по вкусу, составу и бюджету. Сравнивают ассортимент магазинов и способы покупки.

Лидер по AI SOV в AI-моделях

Ароматный Мир 1,3%

Лидер по AI SOV в Алисе AI на поиске

Baileys 0,

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Winelab 1,3%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	46,5%
Google AI Overview	97,0%

CJM

01 Потребность
Повод и бюджет

02 Выбор товара
Вкус и состав

03 Выбор продавца
Магазин и наличие

04 Покупка
Покупка и получение

AI-модели и поиск

Алкоголь и напитки: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Ароматный Мир	1,1%	11,7%	5,8%	3,3	123
02	Красное&Белое	0,9%	8,3%	4,1%	3,5	28
03	Ozon	0,9%	8,6%	4,3%	4,2	97
04	Перекрёсток	0,8%	9,2%	4,5%	4,3	45
05	Winelab	0,8%	8,6%	4,3%	3,4	39
06	Decanter	0,7%	5,7%	2,8%	2,7	—
07	Winestyle	0,6%	5,8%	2,9%	5,2	102
08	Лента	0,6%	8,9%	4,4%	4,7	67
09	SimpleWine	0,6%	6,3%	3,1%	4,2	107
10	Яндекс Маркет	0,6%	7,1%	3,5%	5,5	57

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Ароматный Мир и сайт в источниках

В 63 ответах назвали Ароматный Мир и указали источники:

56 ответов
сайт Ароматный Мир есть в источниках

7 ответов
сайта Ароматный Мир в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы об алкоголе и напитках.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Ароматный Мир	0,6%	2,9%	1,4%	1,8%	0,4%	0,9%
02	Красное&Белое	0,2%	3,8%	0,9%	0,5%	0,1%	0,3%
03	Ozon	1,2%	0,8%	0,5%	1,1%	0,1%	1,5%
04	Перекрёсток	0,6%	1,7%	0,5%	1,3%	0,8%	0,5%
05	Winelab	0,4%	1,9%	1,6%	0,0%	0,0%	0,8%
06	Decanter	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	2,1%	2,6%
07	Winestyle	0,1%	1,1%	0,7%	0,1%	0,0%	2,7%
08	Лента	0,6%	1,2%	0,4%	0,7%	0,7%	0,4%
09	SimpleWine	1,5%	1,0%	0,8%	0,0%	0,3%	0,4%
10	Яндекс Маркет	0,6%	0,6%	0,2%	0,8%	0,0%	1,4%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В DeepSeek Красное&Белое и Перекрёсток встречаются в 50 ответах каждый.

3,8% Красное&Белое

1,7% Перекрёсток

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

Алкоголь и напитки

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Алкоголь и напитки».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1208 ответов AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ароматный Мир	1,3%	12,4%	6,0%	3,5
02	Перекрёсток	0,9%	10,1%	4,9%	4,5
03	Красное&Белое	0,9%	8,3%	4,0%	3,9
04	Ozon	0,9%	8,5%	4,1%	4,7
05	Decanter	0,8%	5,5%	2,6%	2,5
06	Winelab	0,8%	8,3%	4,0%	3,6
07	Winestyle	0,7%	6,0%	2,9%	5,6
08	Лента	0,7%	9,9%	4,8%	4,9
09	Абрау-Дюрсо	0,6%	4,0%	1,9%	2,4
10	SimpleWine	0,6%	6,0%	2,9%	4,8

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Алкоголь и напитки

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Алкоголь и напитки», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 85 ответов	Выбор товара 726 ответов	Выбор продавца 125 ответов	Покупка 272 ответа
01 Ароматный Мир	0,0%	0,3%	3,3%	3,1%
02 Перекрёсток	0,0%	0,3%	1,1%	2,8%
03 Красное&Белое	0,0%	0,4%	1,3%	2,5%
04 Ozon	0,0%	0,2%	1,5%	2,6%
05 Decanter	0,0%	0,1%	2,7%	1,9%
06 Winelab	0,0%	0,3%	1,5%	1,7%
07 Winestyle	0,0%	0,2%	1,0%	2,2%
08 Лента	0,0%	0,3%	1,2%	1,6%
09 Абрау-Дюрсо	0,0%	0,4%	0,1%	1,7%
10 SimpleWine	0,0%	0,1%	2,4%	1,3%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Ароматный Мир составляет 0,3%, а на этапе «Выбор продавца» — 3,3%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Алкоголь и напитки».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 59 ответов	Gemini 70 ответов	Perplexity 155 ответов	Алиса AI (ex. YandexGPT) 109 ответов
Магазины и сети	35,6%	57,1%	38,7%	52,3%
Маркетплейсы	30,5%	15,7%	29,0%	21,1%
Медиа и издания	5,1%	14,3%	35,5%	14,7%
Сообщества и соцсети	0,0%	48,6%	9,0%	22,0%
Госорганы и организации	6,8%	20,0%	26,5%	8,3%
Сервисы и площадки	32,2%	15,7%	10,3%	7,3%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	1,3%	0,9%
Производители и бренды	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Магазины и сети» встречаются в 40 из 70 ответов (57,1%) в срезе «Gemini».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам об алкоголе и напитках в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

46,5%

92 из 198 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

97,0%

191 из 197 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске

Фрагмент ответа

Запрос: брют сахар

Брют — это не сорт винограда и не способ производства, а категория сладости игристых вин, которая указывает на минимальное содержание остаточного сахара. Слово происходит от французского brut , что означает «сырой», «необработанный» или «сухой». Сколько сахара в брюте? По международной классификации, в брюте содержится от 6 до 12 граммов сахара на литр . Это количество позволяет сохранить сухость вина, но при этом добавляет лёгкую фруктовую мягкость, создавая баланс с кислотностью. Разновидности брюта по уровню сахара Внутри категории «брют» выделяют несколько подкатегорий, которые различаются по количеству остаточного сахара: Brut Nature (Zero Dosage, Pas Dosé) — до 3 граммов сахара на литр. В такое вино не добавляют сахар на этапе производства, поэтому весь сахар — остаточный, из винограда. Extra Brut — от 0 до 6 граммов сахара на литр. Это очень сухое игристое вино с выраженной кислотностью....

Google · режим ИИ

Фрагмент ответа

Запрос: брют сахар

Брют — это категория сухого игристого вина (включая шампанское) с минимальным содержанием сахара. Википедия +1 Классификация по содержанию сахара: Брют натюр / Зеро дозаж (Brut Nature / Zero Dosage): не более 3 г/л (доля ≤ 0,3%) Экстра брют (Extra Brut): от 0 до 6 г/л (доля 0,3–0,6%) Классический брют (Brut): до 12 г/л по европейским стандартам (и до 15 г/л по российским ГОСТам, доля 0,6–1,5%) Шампанерия «Золотая Балка +3 Дополнительные сведения о напитке можно прочитать в статье на Википедии о брюте или в материале Luding Academy о маркировке игристых вин. Википедия Брют — Википедия Шампанское брют — сухое игристое вино (франц. brut — сухой), низкое содержание сахара и алкоголя (9—13°). Виды по сахару: - класси... Брют: игристое вино с низким содержанием сахара Термин, который используют для игристых вин. Это сухое вино, остаточного сахара в котором не более 12 граммов на литр....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Алкоголь и напитки: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах об алкоголе и напитках и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Baileys	0,5%	5,2%	13,2%	1,2	0
02	IRecommend	0,3%	1,0%	2,6%	1,0	—
03	Winemore	0,3%	1,0%	2,6%	1,0	—
04	Cointreau	0,3%	4,2%	10,5%	1,5	—
05	АнтиКонтрафакт Алко	0,3%	3,1%	7,9%	1,0	—
06	Luding	0,3%	2,1%	5,3%	1,5	26
07	Chivas Regal	0,2%	2,1%	5,3%	1,0	—
08	Winestyle	0,2%	2,1%	5,3%	2,0	31
09	Абрау-Дюрсо	0,2%	2,1%	5,3%	1,0	0
10	Mango	0,2%	3,1%	7,9%	2,3	—

Показать места 11–20 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Winestyle есть в источниках к 31 ответам:

2 ответа
бренд в ответе, сайт в источниках

29 ответов
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах об алкоголе и напитках.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Winelab	0,0%	1,3%
02	Ozon	0,0%	1,1%
03	Красное&Белое	0,0%	1,0%
04	Ароматный Мир	0,0%	0,9%
05	Яндекс Маркет	0,0%	0,8%
06	SimpleWine	0,0%	0,7%
07	Luding	0,3%	0,5%
08	Decanter	0,1%	0,6%
09	Bristol	0,0%	0,6%
10	Перекрёсток	0,0%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,5% Baileys

0,3% IRecommend

Baileys назван в 5 ответах, IRecommend — в 1.

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах об алкоголе и напитках.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Winelab	0,0%	1,3%
02	Ozon	0,0%	1,1%
03	Красное&Белое	0,0%	1,0%
04	Ароматный Мир	0,0%	0,9%
05	Яндекс Маркет	0,0%	0,8%
06	SimpleWine	0,0%	0,7%
07	Luding	0,3%	0,5%
08	Decanter	0,1%	0,6%
09	Bristol	0,0%	0,6%
10	Перекрёсток	0,0%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,3% Winemore

0,3% Luding

Winemore назван в 1 ответе, Luding — в 2. SOV рассчитан внутри группы.

Алкоголь и напитки

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах об алкоголе и напитках.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

293 ответа

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Winelab	0,9%	9,9%	5,4%	2,5
02	Ozon	0,7%	8,9%	4,8%	2,4
03	Красное&Белое	0,6%	8,2%	4,5%	2,2
04	Ароматный Мир	0,6%	8,9%	4,8%	2,3
05	Яндекс Маркет	0,5%	7,5%	4,1%	2,3
06	SimpleWine	0,5%	7,2%	3,9%	2,4
07	Luding	0,4%	5,8%	3,2%	2,4
08	Decanter	0,4%	6,8%	3,7%	3,1
09	Bristol	0,4%	7,5%	4,1%	3,3
10	Перекрёсток	0,4%	5,5%	3,0%	2,8

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Алкоголь и напитки

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах об алкоголе и напитках.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 25 ответов	Выбор товара 201 ответ	Выбор продавца 21 ответ	Покупка 46 ответов
01 Winelab	0,4%	0,3%	1,1%	3,6%
02 Ozon	0,0%	0,3%	0,8%	2,9%
03 Красное&Белое	0,3%	0,2%	1,1%	2,7%
04 Ароматный Мир	0,1%	0,2%	1,0%	2,6%
05 Яндекс Маркет	0,6%	0,3%	0,4%	1,7%
06 SimpleWine	0,4%	0,2%	2,3%	0,9%
07 Luding	0,7%	0,1%	1,1%	1,4%
08 Decanter	0,0%	0,3%	1,5%	0,6%
09 Bristol	0,5%	0,1%	0,2%	1,8%
10 Перекрёсток	0,7%	0,1%	0,1%	1,3%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Winelab: 0,3% на этапе «Выбор товара» и 1,1% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов об алкоголе и напитках.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 92 ответа	Google AI Overview 126 ответов
Магазины и сети	59,8%	56,3%
Сообщества и соцсети	52,2%	26,2%
Маркетплейсы	23,9%	25,4%
Медиа и издания	35,9%	4,0%
Госорганы и организации	25,0%	8,7%
Сервисы и площадки	21,7%	9,5%
Площадки объявлений	2,2%	0,0%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Магазины и сети» встречаются в 55 из 92 ответов (59,8%) в срезе «Алиса AI на поиске». Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Алкоголь и напитки

AI SOV 01

Лидеры различаются по каналам

1,3% AI SOV Ароматный Мир в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Baileys, а в Google AI Overview лидирует Winelab.

Сравните присутствие производителей напитков и торговых сетей.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

29,6% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Ароматный Мир

Ароматный Мир встречается в 37 из 125 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 28 из 726 (3,9%).

Укажите вкус, состав, объём и наличие в карточках напитков.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

27,6% ответов моделей с источниками содержат decanter.ru

Домен указан в 148 из 537 ответов с источниками. На этапе выбора товара decanter.ru встречается в 75 из 306.

Проверьте, какие обзоры и подборки на decanter.ru попадают в источники.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

46,5% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 92 из 198 запросов. У Google AI Overview это 191 из 197 (97,0%).

Проверяйте запросы о вкусе, составе и выборе напитков.

Бизнес-направление

Цветы и подарки



Покупатели выбирают цветы и подарки по поводу и бюджету. Сравнивают продавцов, оформление и сроки доставки.

Лидер по AI SOV в AI-моделях

Flowwow **2,3%**

Лидер по AI SOV в Алисе поиске

Flowwow

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Flowwow **2,4%**

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	34,2%
Google AI Overview	92,9%

CJM

01 Потребность
Повод и бюджет

02 Выбор товара
Состав подарка

03 Выбор продавца
Продавец и сроки

04 Покупка
Заказ и доставка

AI-модели и поиск

Цветы и подарки: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Flowwow	2,2%	13,7%	11,2%	1,8	179
02	Ozon	1,6%	12,2%	10,0%	2,7	119
03	Wildberries	0,9%	9,0%	7,4%	3,5	57
04	Яндекс Маркет	0,7%	8,2%	6,7%	3,9	74
05	Русский Букет	0,5%	4,2%	3,4%	2,5	61
06	Цветочный мир	0,4%	2,0%	1,6%	1,7	—
07	Florist.ru	0,4%	2,5%	2,1%	2,4	32
08	Roza4u	0,3%	2,1%	1,7%	2,2	63
09	FloMarket	0,3%	2,3%	1,9%	1,9	61
10	Цветочный ряд	0,2%	2,5%	2,0%	3,9	—

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Flowwow и сайт в источниках

В 120 ответах назвали Flowwow и указали источники:

112 ответов
сайт Flowwow есть в источниках

8 ответов
сайта Flowwow в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы о цветах и подарках.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Flowwow	2,3%	4,1%	3,3%	0,4%	1,6%	2,1%
02	Ozon	2,9%	2,6%	1,4%	1,5%	0,2%	1,9%
03	Wildberries	0,7%	1,9%	0,9%	1,3%	0,0%	1,0%
04	Яндекс Маркет	1,0%	1,1%	0,7%	0,4%	0,1%	0,9%
05	Русский Букет	0,1%	1,1%	0,3%	0,0%	0,3%	1,3%
06	Цветочный мир	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%
07	Florist.ru	0,2%	0,9%	0,0%	0,9%	0,2%	0,3%
08	Roza4u	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,9%	1,1%
09	FloMarket	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	1,2%	0,2%
10	Цветочный ряд	0,0%	1,6%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В Gemini Русский Букет и Flawery встречаются в 11 ответах каждый.

0,3% Русский Букет

0,4% Flawery

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Цветы и подарки».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1236 ответов AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Flowwow	2,3%	13,6%	10,7%	2,0
02	Ozon	1,8%	12,3%	9,7%	2,9
03	Wildberries	1,0%	9,3%	7,4%	3,7
04	Яндекс Маркет	0,7%	8,3%	6,6%	4,4
05	Русский Букет	0,5%	4,3%	3,4%	2,6
06	Цветочный мир	0,5%	2,4%	1,9%	1,7
07	Florist.ru	0,4%	2,8%	2,2%	2,4
08	Roza4u	0,3%	2,1%	1,7%	2,2
09	Цветочный ряд	0,3%	3,0%	2,4%	3,9
10	Мосцветторг	0,3%	2,8%	2,2%	2,8

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Цветы и подарки

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Цветы и подарки», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 138 ответов	Выбор товара 594 ответа	Выбор продавца 204 ответа	Покупка 300 ответов
01 Flowwow	0,0%	0,8%	5,1%	4,5%
02 Ozon	0,0%	0,8%	2,8%	3,8%
03 Wildberries	0,0%	0,5%	1,4%	2,0%
04 Яндекс Маркет	0,0%	0,2%	1,2%	1,6%
05 Русский Букет	<0,1%	0,3%	1,0%	0,9%
06 Цветочный мир	0,0%	<0,1%	1,3%	1,0%
07 Florist.ru	0,0%	0,3%	0,6%	0,7%
08 Roza4u	0,0%	<0,1%	0,9%	0,8%
09 Цветочный ряд	0,0%	0,1%	0,6%	0,6%
10 Мосцветторг	0,0%	<0,1%	0,7%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Flowwow составляет 0,8%, а на этапе «Выбор продавца» — 5,1%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Цветы и подарки».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 76 ответов	Gemini 81 ответ	Perplexity 167 ответов	Алиса AI (ex. YandexGPT) 111 ответов
Маркетплейсы	68,4%	71,6%	47,9%	44,1%
Магазины и сети	7,9%	42,0%	58,1%	35,1%
Сервисы и площадки	50,0%	24,7%	24,6%	9,9%
Сообщества и соцсети	1,3%	50,6%	17,4%	27,0%
Медиа и издания	0,0%	23,5%	12,0%	2,7%
Госорганы и организации	1,3%	3,7%	10,2%	1,8%
Площадки объявлений	0,0%	2,5%	6,0%	4,5%
Производители и бренды	0,0%	0,0%	0,6%	0,9%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Маркетплейсы» встречаются в 58 из 81 ответов (71,6%) в срезе «Gemini».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам о цветах и подарках в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

34,2%

68 из 199 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

92,9%

183 из 197 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске

Фрагмент ответа

Запрос: цветы на юбилей

Выбор цветов на юбилей зависит от пола, возраста и личных предпочтений юбиляра. Главное — соблюсти баланс между торжественностью и уместностью. Для женщины-юбиляра Здесь уместны элегантные и пышные композиции. Розы. Классический вариант. Красные символизируют страсть и любовь, белые — чистоту и нежность, розовые — молодость и свежесть. На круглые даты часто выбирают 51 розу или 101 розу. Пионы. Подчёркивают женственность и роскошь. Гортензии. Добавляют объём и воздушность. Хризантемы. Строгий и стильный выбор, особенно светлых оттенков. Орхидеи. Подходят творческим натурам. Для молодой девушки можно выбрать композицию в ярких (красных, оранжевых) или пастельных тонах (белых, розовых, нежно-сиреневых)....

Google · режим ИИ

Фрагмент ответа

Запрос: цветы на юбилей

Показать все Выбор букета на ю билей зависит от возраста, пола именинника и формата торжества . Популярные варианты по возрасту и поводу 45–50 лет: Благородные и выразительные цветы — розы, орхидеи, лилии, гортензии, каллы или пионы. Для 50-летних юбилеев часто выбирают композиции в пастельных или золотистых тонах. +1 60 лет и старше: Пышные и объемные букеты — хризантемы (кустовые и одноголовые), крупные розы, ирисы или дельфиниумы. +1 Маме или близкой женщине: Нежные пастельные оттенки, кустовые розы, альстромерии или сборные композиции в подарочной корзине / шляпной коробке. +1 Мужчине на юбилей: Сдержанные и строгие букеты вертикальной формы — синие ирисы, бордовые розы, зеленые хризантемы или дельфиниумы (без обильного декора и блесток)....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Цветы и подарки: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах о цветах и подарках и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Flowwow	0,6%	2,7%	20,0%	1,0	14
02	Delivery Club	0,5%	1,4%	10,0%	1,0	0
03	FloMarket	0,2%	1,4%	10,0%	1,0	2
04	Mango	0,2%	1,4%	10,0%	1,0	—
05	Ozon	0,2%	1,4%	10,0%	1,0	20
06	Windows	0,2%	1,4%	10,0%	1,0	—
07	Семицветик	0,1%	1,4%	10,0%	2,0	—
08	Яндекс Маркет	0,1%	1,4%	10,0%	2,0	13
09	Wildberries	0,1%	1,4%	10,0%	3,0	14

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Ozon есть в источниках к 20 ответам:

1 ответ
бренд в ответе, сайт в источниках

19 ответов
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

Цветы и подарки

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах о цветах и подарках.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Flowwow	0,6%	2,4%
02	Ozon	0,2%	1,2%
03	Яндекс Маркет	0,1%	0,8%
04	FloMarket	0,2%	0,5%
05	Wildberries	0,1%	0,6%
06	Русский Букет	0,0%	0,5%
07	Flor2u	0,0%	0,4%
08	Семицветик	0,1%	0,2%
09	Roza4u	0,0%	0,2%
10	Flawery	0,0%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,6% Flowwow

0,5% Delivery Club

Flowwow назван в 2 ответах, Delivery Club — в 1.

Цветы и подарки

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах о цветах и подарках.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Flowwow	0,6%	2,4%
02	Ozon	0,2%	1,2%
03	Яндекс Маркет	0,1%	0,8%
04	FloMarket	0,2%	0,5%
05	Wildberries	0,1%	0,6%
06	Русский Букет	0,0%	0,5%
07	Flor2u	0,0%	0,4%
08	Семицветик	0,1%	0,2%
09	Roza4u	0,0%	0,2%
10	Flawery	0,0%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,6% Flowwow

0,5% Delivery Club

Flowwow назван в 2 ответах, Delivery Club — в 1. SOV рассчитан внутри группы.

Цветы и подарки

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах о цветах и подарках.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

264 ответа

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Flowwow	1,9%	14,0%	13,8%	1,3
02	Ozon	0,9%	11,7%	11,6%	1,6
03	Яндекс Маркет	0,6%	7,6%	7,5%	1,3
04	FloMarket	0,4%	3,4%	3,4%	1,4
05	Wildberries	0,4%	7,6%	7,5%	2,1
06	Русский Букет	0,4%	3,8%	3,7%	1,7
07	Flor2u	0,3%	3,4%	3,4%	2,0
08	Семицветик	0,2%	3,8%	3,7%	1,3
09	Roza4u	0,2%	1,9%	1,9%	1,8
10	Flawery	0,2%	2,3%	2,2%	1,8

Показать места 11–20 ↓

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Цветы и подарки

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах о цветах и подарках.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 29 ответов	Выбор товара 138 ответов	Выбор продавца 40 ответов	Покупка 57 ответов
01 Flowwow	0,2%	0,6%	4,0%	4,4%
02 Ozon	1,0%	0,5%	1,4%	1,5%
03 Яндекс Маркет	0,0%	0,6%	0,6%	1,0%
04 FloMarket	0,0%	0,3%	0,7%	0,8%
05 Wildberries	0,4%	0,2%	1,2%	0,4%
06 Русский Букет	0,0%	0,3%	0,8%	0,3%
07 Flor2u	0,0%	0,2%	0,6%	0,5%
08 Семицветик	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%
09 Roza4u	0,0%	<0,1%	0,5%	0,4%
10 Flawery	0,0%	0,1%	0,5%	0,1%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Flowwow: 0,6% на этапе «Выбор товара» и 4,0% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов о цветах и подарках.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 64 ответа	Google AI Overview 105 ответов
Маркетплейсы	53,1%	46,7%
Магазины и сети	42,2%	41,9%
Сообщества и соцсети	59,4%	27,6%
Сервисы и площадки	34,4%	19,0%
Медиа и издания	12,5%	8,6%
Госорганы и организации	9,4%	2,9%
Площадки объявлений	9,4%	0,0%
Производители и бренды	3,1%	1,9%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Сообщества и соцсети» встречаются в 38 из 64 ответов (59,4%) в срезе «Алиса AI на поиске».
Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Цветы и подарки

AI SOV 01

Один лидер в трёх каналах

2,3% AI SOV Flowwow в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Flowwow, а в Google AI Overview лидирует Flowwow.

Сравните свою видимость с площадками доставки цветов и подарков.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

28,4% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Flowwow

Flowwow встречается в 58 из 204 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 32 из 594 (5,4%).

Укажите состав букета, размер, сроки и зону доставки.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

24,4% ответов моделей с источниками содержат flowwow.com

Домен указан в 143 из 585 ответов с источниками. На этапе выбора товара flowwow.com встречается в 45 из 258.

Проверьте описание, фотографии и условия доставки на flowwow.com.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

34,2% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 68 из 199 запросов. У Google AI Overview это 183 из 197 (92,9%).

Проверяйте запросы о поводе, составе букета и сроках доставки.

Бизнес-направление

Зоотовары

Покупатели выбирают товары для животных по назначению, составу и размеру. Сравнивают зоомагазины, цены и доставку



Лидер по AI SOV в AI-моделях

Ozon 2,7%

Лидер по AI SOV в Алисе AI на поиске

Royal Canin

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Ozon 2,4%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	49,7%
Google AI Overview	95,3%

CJM

01 Потребность
Потребность питомца

02 Выбор товара
Состав и размер

03 Выбор продавца
Зоомагазин и цена

04 Покупка
Заказ и доставка

AI-модели и поиск

Зоотовары: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Ozon	2,5%	21,0%	9,7%	3,3	276
02	Четыре Лапы	2,0%	17,1%	7,9%	3,4	257
03	Яндекс Маркет	1,2%	15,9%	7,3%	4,6	207
04	Wildberries	1,2%	13,7%	6,3%	4,4	117
05	Zoozavr	1,1%	11,8%	5,4%	3,9	213
06	Бетховен	0,8%	9,2%	4,2%	4,1	92
07	Petshop	0,7%	8,9%	4,1%	5,2	103
08	Royal Canin	0,6%	7,0%	3,2%	3,2	11
09	Ferplast	0,4%	3,7%	1,7%	4,0	0
10	Magizoo	0,3%	3,9%	1,8%	3,9	127

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Ozon и сайт в источниках

В 182 ответах назвали Ozon и указали источники:

168 ответов
сайт Ozon есть в источниках

14 ответов
сайта Ozon в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

Зоотовары

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы о зоотоварах.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Ozon	3,9%	3,7%	2,9%	2,5%	0,7%	2,8%
02	Четыре Лапы	0,7%	3,9%	2,4%	2,7%	0,9%	3,7%
03	Яндекс Маркет	1,3%	1,5%	1,5%	1,1%	0,1%	2,2%
04	Wildberries	0,4%	2,1%	1,7%	2,7%	0,0%	1,3%
05	Zoozavr	0,1%	1,4%	0,6%	2,4%	1,1%	2,5%
06	Бетховен	0,0%	3,6%	1,0%	0,6%	0,0%	0,7%
07	Petshop	0,1%	1,3%	0,5%	0,9%	0,2%	0,8%
08	Royal Canin	0,4%	0,9%	0,2%	0,5%	0,6%	0,8%
09	Ferplast	0,2%	0,6%	0,1%	0,0%	0,6%	0,6%
10	Magizoo	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	1,5%	0,4%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В DeepSeek Четыре Лапы и Яндекс Маркет встречаются в 59 ответах каждый.

3,9% Четыре Лапы

1,5% Яндекс Маркет

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Зоотовары».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1212 ответов AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ozon	2,7%	21,0%	9,7%	3,5
02	Четыре Лапы	2,4%	18,4%	8,5%	3,3
03	Wildberries	1,4%	14,9%	6,9%	4,7
04	Zoozavr	1,4%	13,4%	6,2%	3,9
05	Яндекс Маркет	1,3%	16,0%	7,4%	5,2
06	Бетховен	1,0%	10,6%	4,9%	4,2
07	Petshop	0,6%	9,2%	4,3%	5,8
08	Royal Canin	0,5%	6,2%	2,9%	3,4
09	Magizoo	0,4%	4,0%	1,9%	3,9
10	Ferplast	0,4%	3,4%	1,6%	4,8

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Зоотовары

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Зоотовары», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

	Бренд	Потребность 198 ответов	Выбор товара 636 ответов	Выбор продавца 90 ответов	Покупка 288 ответов
01	Ozon	0,0%	0,3%	7,6%	8,4%
02	Четыре Лапы	0,0%	0,1%	8,3%	7,2%
03	Wildberries	0,0%	0,1%	3,4%	4,5%
04	Zoozavr	0,0%	0,1%	5,6%	3,7%
05	Яндекс Маркет	0,0%	0,1%	4,4%	3,8%
06	Бетховен	0,0%	<0,1%	3,4%	3,0%
07	Petshop	0,0%	0,1%	1,8%	1,9%
08	Royal Canin	0,1%	0,3%	0,7%	1,3%
09	Magizoo	0,0%	0,0%	1,8%	0,9%
10	Ferplast	0,0%	0,3%	0,8%	0,6%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Ozon составляет 0,3%, а на этапе «Выбор продавца» — 7,6%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Зоотовары».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 48 ответов	Gemini 85 ответов	Perplexity 187 ответов	Алиса AI (ex. YandexGPT) 164 ответа
Магазины и сети	12,5%	58,8%	57,2%	48,2%
Маркетплейсы	93,8%	51,8%	36,4%	46,3%
Сообщества и соцсети	0,0%	62,4%	32,6%	35,4%
Производители и бренды	2,1%	11,8%	21,9%	5,5%
Медиа и издания	0,0%	8,2%	26,7%	1,8%
Сервисы и площадки	20,8%	12,9%	5,9%	2,4%
Госорганы и организации	0,0%	2,4%	7,0%	0,6%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Маркетплейсы» встречаются в 45 из 48 ответов (93,8%) в срезе «ChatGPT».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам о зоотоварах в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

49,7%

97 из 195 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

95,3%

184 из 193 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске

Фрагмент ответа

Запрос: домик для кошки

Домик для кошки — это не просто предмет интерьера, а её личное пространство, где она может уединиться, отдохнуть и почувствовать себя в безопасности. Правильно подобранный домик снижает стресс у питомца и помогает сохранить мебель. Виды домиков для кошек Домики различаются по конструкции, функциональности и способу размещения. Закрытые домики (будки). Напоминают небольшую коробку с входом, идеально подходят для кошек, которые любят прятаться и чувствовать себя в безопасности. Часто внутри есть мягкая подстилка или подушка. Открытые лежаки. Это мягкие подстилки с бортиками, которые можно разместить на полу, подоконнике или полке. Подходят для активных и любопытных питомцев, которые любят наблюдать за происходящим вокруг. Гамаки. Подвесные конструкции, которые крепятся к батарее, подоконнику или специальной стойке. Они напоминают кошкам гнёздышко на дереве и часто становятся любимым местом отдыха. Многоуровневые комплексы....

Google · режим ИИ

Фрагмент ответа

Запрос: домик для кошки

Выбор домика для кошки зависит от характера питомца, его размера и бюджета . Виды домиков и комплексов Мягкие лежанки и домики-трансформеры: Подходят для спокойных, любящих тепло кошек. Часто делаются из поролона и плюша. Домики с когтеточкой: Совмещают спальное место и зону для заточки когтей (обмотка из сизаля или джута). Популярные варианты можно найти в каталоге Зоозавр . Игровые комплексы и многоуровневые дома: Подходят для активных котов и семей с несколькими питомцами. Экологичные дизайнерские решения: Например, мебель из натурального дерева от бренда КотаМ или уютные пространства от мастерской Мы Бобры . На что обратить внимание при выборе Размер: Домик должен соответствовать габаритам кошки — она должна свободно разворачиваться внутри и вытягиваться на лежанке. Материалы: Лучше выбирать натуральные (хлопковый канат, дерево, безопасные ткани) без резкого химического запаха....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Зоотовары: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах о зоотоварах и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Royal Canin	0,9%	8,7%	13,6%	1,2	0
02	Ferplast	0,6%	5,8%	9,1%	1,0	0
03	Grandorf	0,6%	7,8%	12,1%	1,8	0
04	Foresto	0,4%	4,9%	7,6%	1,6	—
05	Apicenna	0,2%	3,9%	6,1%	2,2	—
06	Барс (АВЗ)	0,2%	4,9%	7,6%	2,8	5
07	Pro Plan	0,2%	4,9%	7,6%	3,0	6
08	Farmina	0,1%	2,9%	4,5%	2,3	0
09	RolfClub	0,1%	1,9%	3,0%	2,5	—
10	Felix	0,1%	1,9%	3,0%	2,0	—

Показать места 11–20 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Pro Plan есть в источниках к 6 ответам:

1 ответ
бренд в ответе, сайт в источниках

5 ответов
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах о зоотоварах.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Ozon	0,0%	2,4%
02	Яндекс Маркет	0,0%	1,4%
03	Petshop	0,0%	1,0%
04	Grandorf	0,6%	0,7%
05	Royal Canin	0,9%	0,5%
06	Wildberries	0,0%	0,7%
07	Четыре Лапы	0,0%	0,7%
08	Ferplast	0,6%	0,3%
09	Farmina	0,1%	0,4%
10	Foresto	0,4%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,9% Royal Canin

0,6% Ferplast

Royal Canin назван в 9 ответах, Ferplast — в 6.

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах о зоотоварах.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Ozon	0,0%	2,4%
02	Яндекс Маркет	0,0%	1,4%
03	Petshop	0,0%	1,0%
04	Wildberries	0,0%	0,7%
05	Четыре Лапы	0,0%	0,7%
06	Zoozavr	0,0%	0,4%
07	Бетховен	0,0%	0,4%
08	Детский мир	0,0%	0,2%
09	Magizoo	0,0%	0,2%
10	Мегамаркет	0,0%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,1% Самокат

0,0% Zoozavr

Самокат назван в 1 ответе, Zoozavr — в 1. SOV рассчитан внутри группы.

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах о зоотоварах.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

294 ответа

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ozon	1,6%	21,1%	9,6%	2,1
02	Яндекс Маркет	0,9%	15,6%	7,1%	2,3
03	Petshop	0,7%	7,5%	3,4%	2,4
04	Grandorf	0,7%	10,5%	4,8%	2,6
05	Royal Canin	0,7%	10,5%	4,8%	2,8
06	Wildberries	0,5%	8,8%	4,0%	2,6
07	Четыре Лапы	0,5%	11,9%	5,4%	3,6
08	Ferplast	0,4%	4,8%	2,2%	1,8
09	Farmina	0,3%	7,5%	3,4%	3,1
10	Foresto	0,3%	4,1%	1,8%	1,7

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Зоотовары

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах о зоотоварах.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 47 ответов	Выбор товара 183 ответа	Выбор продавца 15 ответов	Покупка 49 ответов
01 Ozon	0,6%	0,5%	6,4%	5,1%
02 Яндекс Маркет	0,3%	0,5%	2,8%	2,5%
03 Petshop	0,4%	0,1%	0,6%	3,2%
04 Grandorf	0,4%	0,5%	2,2%	1,1%
05 Royal Canin	0,8%	0,5%	0,7%	1,2%
06 Wildberries	0,1%	0,1%	2,4%	1,6%
07 Четыре Лапы	0,5%	0,2%	1,5%	1,3%
08 Ferplast	0,4%	0,3%	0,0%	0,8%
09 Farmina	0,4%	0,1%	0,6%	0,7%
10 Foresto	0,3%	0,3%	1,1%	0,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Ozon: 0,5% на этапе «Выбор товара» и 6,4% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов о зоотоварах.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 101 ответ	Google AI Overview 123 ответа
Маркетплейсы	72,3%	68,3%
Магазины и сети	75,2%	46,3%
Сообщества и соцсети	63,4%	35,0%
Производители и бренды	12,9%	10,6%
Сервисы и площадки	17,8%	4,1%
Медиа и издания	12,9%	3,3%
Госорганы и организации	5,9%	2,4%
Площадки объявлений	2,0%	0,8%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Магазины и сети» встречаются в 76 из 101 ответов (75,2%) в срезе «Алиса AI на поиске». Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Зоотовары

AI SOV 01

Лидеры различаются по каналам

2,7% AI SOV Ozon в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Royal Canin, а в Google AI Overview лидирует Ozon.

Разделите мониторинг зоосетей, маркетплейсов и производителей кормов.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

55,6% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Четыре Лапы

Четыре Лапы встречается в 50 из 90 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 6 из 636 (0,9%).

Укажите назначение, состав, возраст и размер питомца.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

30,8% ответов моделей с источниками содержат ozon.ru

Домен указан в 173 из 562 ответов с источниками. На этапе выбора товара ozon.ru встречается в 58 из 268.

Проверьте карточки зоотоваров и отзывы покупателей на ozon.ru.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

49,7% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 97 из 195 запросов. У Google AI Overview это 184 из 193 (95,3%).

Проверяйте запросы о составе, дозировке и выборе зоомагазина.

Бизнес-направление

Аптеки и здоровье

Покупатели выбирают аптечные товары и средства ухода по назначению и составу. Сравнивают продавцов, наличие и получение заказа.



Лидер по AI SOV в AI-моделях

Ozon 2,2%

Лидер по AI SOV в Алисе поиске

Optimum Nutrition 0,3

Лидер по AI SOV в Google AI Overview

Ozon 1,5%

Доля AI-блока

Алиса AI на поиске	46,9%
Google AI Overview	96,4%

CJM

01 Потребность
Потребность и цель

02 Выбор товара
Состав и назначение

03 Выбор продавца
Аптека и наличие

04 Покупка
Заказ и получение

AI-модели и поиск

Аптеки и здоровье: бренды и источники

Какие бренды AI-модели и поисковая AI-выдача называют в ответах и чьи сайты указывают в источниках.

	Бренд	AI SOV	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Ozon	2,0%	17,0%	9,3%	3,4	185
02	Яндекс Маркет	1,0%	12,5%	6,9%	5,0	123
03	Аптека.ру	0,9%	8,2%	4,5%	4,5	126
04	Wildberries	0,9%	11,6%	6,4%	4,8	56
05	Столички	0,8%	7,6%	4,2%	3,9	90
06	ГорЗдрав	0,8%	7,3%	4,0%	3,8	69
07	Ригла	0,6%	6,0%	3,3%	3,6	36
08	Uteka	0,6%	4,2%	2,3%	3,9	115
09	Здравсити	0,5%	6,6%	3,6%	5,3	60
10	ЕАптека	0,4%	5,8%	3,2%	5,2	60

Показать ещё 10 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Упоминание Ozon и сайт в источниках

В 139 ответах назвали Ozon и указали источники:

124 ответов
сайт Ozon есть в источниках

15 ответов
сайта Ozon в источниках нет

Проверяйте, назван ли бренд и какие сайты указаны среди источников.

AI-модели

Бренды: сравнение по AI-моделям

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию в ответах на одинаковые запросы об аптеках и здоровье.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	ChatGPT	DeepSeek	Gemini	GigaChat	Perplexity	Алиса AI (ex. YandexGPT)
01	Ozon	3,6%	2,2%	2,5%	2,1%	0,6%	2,4%
02	Яндекс Маркет	0,7%	1,2%	1,3%	1,1%	0,1%	2,2%
03	Аптека.ру	1,6%	1,5%	0,8%	1,1%	0,5%	1,0%
04	Wildberries	0,3%	1,6%	1,3%	1,9%	0,0%	1,2%
05	Столички	0,2%	1,4%	0,3%	2,2%	0,1%	1,4%
06	ГорЗдрав	0,1%	2,7%	0,6%	0,1%	0,6%	1,1%
07	Ригла	0,3%	2,3%	0,9%	0,3%	0,5%	0,1%
08	Uteka	0,0%	0,4%	0,5%	0,1%	0,7%	2,1%
09	Здравсити	0,0%	1,0%	0,2%	1,6%	0,4%	0,3%
10	ЕАптека	0,6%	0,6%	0,8%	0,1%	0,2%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: средний балл по ответам на одинаковые запросы с учётом позиции, ссылки, интента и веса модели.

AI SOV

Одинаковая видимость, разный AI SOV

В DeepSeek La Roche-Posay и Bioderma встречаются в 11 ответах каждый.

1,1% La Roche-Posay

0,4% Bioderma

На AI SOV влияют позиция и другие факторы.

AI-модели

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах шести AI-моделей на вопросы о направлении «Аптеки и здоровье».

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

1224 ответа AI-моделей

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ozon	2,2%	17,8%	9,5%	3,7
02	Аптека.ру	1,1%	9,3%	5,0%	4,6
03	Яндекс Маркет	1,1%	13,6%	7,2%	5,4
04	Wildberries	1,1%	13,1%	7,0%	5,1
05	Столички	0,9%	8,3%	4,4%	4,1
06	ГорЗдрав	0,9%	8,3%	4,4%	3,9
07	Ригла	0,7%	7,2%	3,8%	3,7
08	Uteka	0,6%	4,3%	2,3%	4,3
09	Здравсити	0,6%	7,2%	3,8%	5,7
10	Планета Здоровья	0,5%	6,7%	3,6%	4,7

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель определяет задачу, выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

Основные задачи

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: общий рейтинг показывает бренды в ответах моделей, а этапы помогают понять, в каких вопросах они заметнее.

Аптеки и здоровье

AI-модели

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов в ответах на вопросы разных этапов покупки в направлении «Аптеки и здоровье», а не изменения во времени. Выберите показатель.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 198 ответов	Выбор товара 600 ответов	Выбор продавца 96 ответов	Покупка 330 ответов
01 Ozon	0,0%	0,5%	2,9%	6,5%
02 Аптека.ру	0,0%	0,2%	4,0%	2,6%
03 Яндекс Маркет	0,0%	0,3%	3,0%	2,6%
04 Wildberries	0,0%	0,3%	1,6%	3,0%
05 Столички	0,0%	0,1%	3,8%	2,1%
06 ГорЗдрав	0,0%	0,2%	3,2%	2,0%
07 Ригла	0,0%	0,1%	2,4%	1,7%
08 Uteka	0,0%	0,2%	2,2%	1,3%
09 Здравсити	0,0%	0,2%	1,5%	1,4%
10 Планета Здоровья	0,0%	0,1%	2,1%	1,2%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Видимость зависит от задачи

На этапе «Выбор товара» AI SOV Ozon составляет 0,5%, а на этапе «Выбор продавца» — 2,9%. На этапах задают разные вопросы.

Сравнивайте этапы вместе с видимостью и позицией: AI SOV учитывает и другие веса.

AI-модели

Какие сайты попадают в источники

Смотрим, какие типы сайтов встречаются в сохранённых источниках ответов о направлении «Аптеки и здоровье».

По AI-моделям | По этапам CJM | Типы страниц

Тип сайта	ChatGPT 57 ответов	Gemini 79 ответов	Perplexity 169 ответов	Алиса AI (ex. YandexGPT) 124 ответа
Магазины и сети	43,9%	54,4%	40,8%	56,5%
Маркетплейсы	66,7%	43,0%	32,0%	47,6%
Сообщества и соцсети	1,8%	48,1%	38,5%	18,5%
Медиа и издания	0,0%	19,0%	18,3%	3,2%
Госорганы и организации	0,0%	13,9%	17,2%	4,0%
Сервисы и площадки	12,3%	20,3%	9,5%	1,6%
Производители и бренды	1,8%	3,8%	3,0%	3,2%
Площадки объявлений	0,0%	0,0%	2,4%	1,6%

Доля ответов, где определена роль хотя бы одного сайта. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Какие сайты встречаются чаще

«Маркетплейсы» встречаются в 38 из 57 ответов (66,7%) в срезе «ChatGPT».
Сравнивайте типы источников по этапам и проверяйте страницы, которые отвечают на вопросы покупателей.

Аптеки и здоровье

AI-выдача в поиске

Как часто появляются AI-ответы в поиске

Сравниваем AI-ответы по запросам об аптеках и здоровье в поиске Алисы и Google. Ниже фрагменты ответов на один и тот же запрос.

Алиса AI на поиске

46,9%

91 из 194 запросов с текстом AI-блока по умолчанию

Google · AI-ответы

96,4%

185 из 192 запросов с AI-ответом в выгрузке

Алиса AI на поиске

Фрагмент ответа

Запрос: глюкометр

Глюкометр — это компактное устройство, которое позволяет самостоятельно измерить уровень глюкозы (сахара) в капиллярной крови. Он помогает людям с сахарным диабетом контролировать состояние, а также может быть полезен для профилактики, так как на ранних стадиях диабет часто протекает незаметно. Как работает глюкометр Для анализа требуется небольшая капля крови. Процесс выглядит так: Вымойте и тщательно высушите руки. Вставьте тест-полоску в прибор. Современные глюкометры часто включаются автоматически. Проколите палец ланцетом (стерильной иглой) с помощью ручки-прокалывателя. Первую каплю крови лучше вытереть, так как она содержит тканевую жидкость, которая может исказить результат. Поднесите край тест-полоски к капле крови. Она самостоятельно втянет нужный объём. Дождитесь результата на экране. Обычно это занимает от 5 до 8 секунд. Важно: каждая модель глюкометра работает только с определёнными тест-полосками, поэтому их нужно покупать отдельно....

Google · режим ИИ

Фрагмент ответа

Запрос: глюкометр

Глюкометр — это портативный медицинский прибор для самостоятельного измерения концентрации глюкозы в капиллярной крови (обычно из пальца) . Про диабет +1 Что входит в комплект Сам прибор (электронный блок с дисплеем). Устройство для прокалывания кожи (скарификатор / ручка-прокалыватель). Одноразовые стерильные ланцеты (иглы). Тест-полоски, на которые наносится капля крови. Википедия +1 Основные типы приборов Электрохимические: измеряют ток, который возникает при реакции крови с реагентом на тест-полоске. Они точнее и служат дольше (в среднем около 3 лет). Фотометрические (оптические): определяют изменение цвета тест-полоски при контакте с глюкозой. Мегамаркет Популярные модели и цены в Москве Accu-Chek Performa / Active / Instant — от 734 до 1 290 руб. Contour Plus / Contour TS — от 585 до 1 090 руб. OneTouch (Select Plus, Verio, UltraEasy) — от 995 до 2 050 руб. Сателлит (Экспресс, Плюс, Онлайн) — от 1 797 до 2 990 руб....

Вывод: проверяйте не только упоминание бренда, но и наличие AI-ответа по запросу. Без текста ответа оценить видимость бренда нельзя.

AI-выдача в поиске

Аптеки и здоровье: бренды и источники

Какие бренды встречаются в поисковых AI-ответах об аптеках и здоровье и чьи сайты указаны в источниках.

Алиса AI на поиске | Google AI Overview

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. поз.	Цитирования
01	Optimum Nutrition	0,3%	3,1%	11,5%	1,0	0
02	Contour Plus	0,3%	3,1%	11,5%	1,3	—
03	Pampers Premium Care	0,2%	2,1%	7,7%	1,0	—
04	Philips	0,2%	2,1%	7,7%	1,0	—
05	Biotrue	0,2%	2,1%	7,7%	1,5	—
06	OneTouch	0,2%	2,1%	7,7%	2,0	0
07	Alcon	0,1%	1,0%	3,8%	1,0	—
08	Bioderma	0,1%	1,0%	3,8%	1,0	0
09	Dali	0,1%	1,0%	3,8%	1,0	0
10	Nutrilon	0,1%	1,0%	3,8%	1,0	—

Показать места 11–17 ↓

ИСТОЧНИКИ И ОТВЕТЫ

Сайт может быть в источниках, даже если бренд не назван

Ozon есть в источниках к 18 ответам:

1 ответ
бренд в ответе, сайт в источниках

17 ответов
сайт в источниках, бренда в ответе нет

Поэтому полезно следить и за упоминаниями бренда, и за ссылками на его сайт.

AI-выдача в поиске

Бренды: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию брендов в поисковых AI-ответах об аптеках и здоровье.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Ozon	0,1%	1,5%
02	Яндекс Маркет	0,0%	1,0%
03	Uteka	0,0%	0,6%
04	ЕАптека	0,0%	0,6%
05	Wildberries	0,0%	0,5%
06	Эвалар	0,1%	0,4%
07	Столички	0,0%	0,5%
08	Optimum Nutrition	0,3%	0,3%
09	Здравсити	0,0%	0,4%
10	Ортека	0,0%	0,4%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,3% Optimum Nutrition

0,3% Contour Plus

Optimum Nutrition назван в 3 ответах, Contour Plus — в 3.

Аптеки и здоровье

AI-выдача в поиске

Магазины и сети: сравнение поисковых AI-ответов

Сравниваем AI SOV, видимость, SOV и среднюю позицию магазинов и сетей в поисковых AI-ответах об аптеках и здоровье.

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

№	Бренд	Алиса AI на поиске	Google AI Overview
01	Ozon	0,1%	1,5%
02	Яндекс Маркет	0,0%	1,0%
03	Uteka	0,0%	0,6%
04	ЕАптека	0,0%	0,6%
05	Wildberries	0,0%	0,5%
06	Эвалар	0,1%	0,4%
07	Столички	0,0%	0,5%
08	Здравсити	0,0%	0,4%
09	Ортека	0,0%	0,4%
10	Аптека.ру	0,0%	0,4%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV учитывает веса каналов; сравнивайте его вместе с видимостью.

AI SOV

AI SOV зависит не только от охвата

Сравним два бренда в Алисе AI на поиске.

0,1% Эвалар

0,1% Ozon

Эвалар назван в 1 ответе, Ozon — в 2. SOV рассчитан внутри группы.

AI-выдача в поиске

CJM: кто заметнее на каждом этапе

Выберите поисковый канал и этап CJM, чтобы сравнить бренды в ответах об аптеках и здоровье.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

Все этапы | Потребность | Выбор товара | Выбор продавца | Покупка

Выберите этап, чтобы посмотреть его рейтинг

290 ответов

	Бренд	AI SOV ↓	Видимость	SOV	Ср. позиция
01	Ozon	1,1%	13,4%	8,5%	2,0
02	Яндекс Маркет	0,7%	8,3%	5,2%	2,0
03	Uteka	0,4%	3,8%	2,4%	2,0
04	ЕАптека	0,4%	4,5%	2,8%	2,2
05	Wildberries	0,4%	5,5%	3,5%	2,1
06	Эвалар	0,3%	4,5%	2,8%	2,1
07	Столички	0,3%	4,5%	2,8%	2,4
08	Optimum Nutrition	0,3%	3,8%	2,4%	1,6
09	Здравсити	0,3%	4,1%	2,6%	2,8
10	Ортека	0,3%	4,1%	2,6%	2,0

Показать места 11–20 ↓

SOV рассчитан среди всех учтённых брендов; средняя позиция — среди ответов с упоминанием.

ВСЕ ЭТАПЫ

От потребности до покупки

Покупатель выбирает товар и продавца, затем оформляет и получает покупку.

О чём спрашивают

- Определить задачу и бюджет.
- Сравнить товары и характеристики.
- Выбрать магазин и условия.
- Оформить покупку и получение.

Вывод: сравнивайте присутствие брендов на каждом этапе, поскольку вопросы покупателей различаются.

Аптеки и здоровье

AI-выдача в поиске

Как меняется присутствие брендов на пути к покупке

Сравниваем присутствие брендов на четырёх этапах CJM в поисковых AI-ответах об аптеках и здоровье.

Оба канала | Алиса AI на поиске | Google AI Overview

AI SOV | Видимость | SOV | Ср. позиция

Бренд	Потребность 51 ответ	Выбор товара 164 ответа	Выбор продавца 18 ответов	Покупка 59 ответов
01 Ozon	0,6%	0,3%	2,5%	3,2%
02 Яндекс Маркет	0,2%	0,3%	1,9%	2,1%
03 Uteka	0,3%	0,2%	1,6%	1,2%
04 ЕАптека	0,0%	0,3%	1,2%	0,8%
05 Wildberries	0,2%	0,1%	1,9%	0,9%
06 Эвалар	<0,1%	0,3%	0,9%	0,5%
07 Столички	0,1%	0,2%	0,5%	0,8%
08 Optimum Nutrition	0,0%	0,4%	0,9%	0,1%
09 Здравсити	0,2%	0,1%	0,2%	0,9%
10 Ортека	0,1%	0,2%	0,7%	0,5%

Показать места 11–20 ↓

AI SOV: взвешенная видимость бренда.

AI SOV

Задача меняется от этапа к этапу

AI SOV Ozon: 0,3% на этапе «Выбор товара» и 2,5% на этапе «Выбор продавца».

На разных этапах покупатели задают разные вопросы.

AI-выдача в поиске

Какие сайты попадают в источники

Сравниваем типы сайтов и страниц в сохранённых источниках поисковых AI-ответов об аптеках и здоровье.

По каналам | CJM · Алиса | CJM · Google | Типы страниц

Тип сайта	Алиса AI на поиске 87 ответов	Google AI Overview 124 ответа
Магазины и сети	73,6%	51,6%
Маркетплейсы	43,7%	46,8%
Сообщества и соцсети	35,6%	19,4%
Госорганы и организации	21,8%	12,9%
Сервисы и площадки	16,1%	7,3%
Медиа и издания	10,3%	5,6%
Производители и бренды	2,3%	5,6%
Площадки объявлений	1,1%	0,8%

Доля ответов, где определён тип хотя бы одного источника. Категории могут пересекаться.

ИСТОЧНИКИ

Типы источников различаются

«Магазины и сети» встречаются в 64 из 87 ответов (73,6%) в срезе «Алиса AI на поиске». Сравнивайте типы источников с вопросами покупателей на каждом этапе.

Итоги направления

Главное: Аптеки и здоровье

AI SOV 01

Лидеры различаются по каналам

2,2% AI SOV Ozon в ответах AI-моделей

По AI SOV в Алисе AI на поиске лидирует Optimum Nutrition, а в Google AI Overview лидирует Ozon.

Сравнивайте видимость аптек, маркетплейсов и товарных брендов.

ЭТАПЫ CJM 02

На этапе выбора продавца бренд заметнее

28,1% ответов моделей на этапе выбора продавца называют Аптека.ру

Аптека.ру встречается в 27 из 96 ответов о выборе продавца. При выборе товара это 12 из 600 (2,0%).

Проверьте состав, назначение, наличие и условия получения заказа.

ИСТОЧНИКИ 03

Какие сайты попадают в источники

22,5% ответов моделей с источниками содержат ozon.ru

Домен указан в 133 из 591 ответов с источниками. На этапе выбора товара vc.ru встречается в 59 из 266.

Сверьте карточки товаров на ozon.ru и материалы на vc.ru.

AI-ВЫДАЧА В ПОИСКЕ 04

Поисковые AI-ответы появляются не всегда

46,9% запросов в Москве получили текст ответа Алисы AI на поиске

Текст Алисы сохранён для 91 из 194 запросов. У Google AI Overview это 185 из 192 (96,4%).

Проверяйте запросы о составе, назначении и наличии товаров.

Итоги исследования

AI-модели и поиск: важны оба канала

Люди обращаются и к AI-моделям, и к поиску. В каждом канале бренд может появляться по-разному.

AI-модели

Ответы и источники зависят от модели. Сравнивайте бренды по одним и тем же вопросам и проверяйте позиции в каждой системе.

2,0% AI SOV DNS в ответах моделей о технике

AI-выдача в поиске

AI-ответ появляется вместе с результатами поиска. Проверяйте наличие блока, названные бренды и сайты в источниках.

47,7% запросов о стройматериалах в Москве получили AI-ответ Алисы AI на поиске

SEO В ПОИСКЕ

Доступность страниц, характеристики товаров, наличие и условия покупки помогают поисковым системам находить нужную информацию.

ОБЩИЙ ВЫВОД

Проверяйте AI-модели и поиск отдельно. Сопоставляйте упоминания, позиции и сайты в источниках на каждом этапе выбора.

Что делать дальше

Четыре шага к AI-видимости

ШАГ 01

Соберите карту вопросов

44,4% / 2,0% Лемана ПРО в моделях: выбор продавца / товара

В стройматериалах Лемана ПРО названа в 96 из 216 ответов о выборе продавца и в 15 из 738 ответов о выборе товара.

Соберите вопросы для каждого этапа выбора и покупки.

ШАГ 02

Проверяйте бренд в каждом канале

6 + 2 AI-моделей и поисковых интерфейса

В электронике по AI SOV лидирует DNS в моделях и Google AI Overview, а в Алисе AI на поиске лидирует Android.

Сравнивайте бренды отдельно в каждой системе.

ШАГ 03

Изучите источники ответов

90,0% ответов моделей с упоминанием Samsung

В 72 из 80 ответов об электронике, где назван Samsung и сохранены источники, домен samsung.com отсутствует.

Проверяйте упоминания бренда и его сайт в источниках отдельно.

ШАГ 04

Свяжите видимость с результатом

13 117 содержательных ответов AI-моделей

Ответы показывают бренды и сайты в источниках. Переходы и заказы можно проверить в собственной аналитике.

Сопоставляйте замеры с трафиком, заказами и их качеством.

Теперь ваш рынок

Узнайте, что AI говорит о вашем бренде

1. Отсканируйте QR-код
2. Зарегистрируйтесь в боте
3. Оставьте заявку

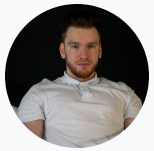
Всё остальное мы возьмём на себя



Оставить заявку

Авторы и ответственность

Кто работал над исследованием



Константин С.

Product Owner



Илья Русаков

CEO & Founder в импульс.гуру и Голос Бренда (aisov.ru)





Андрей М. и Ксения И.

Команда пресейла и маркетинга