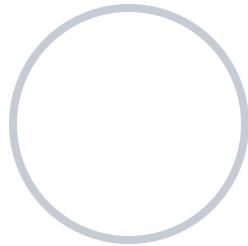

GEO-ПРОДВИЖЕНИЕ SIMPL GROUP

Стратегия продвижения в нейросетях на 6 месяцев

Февраль — Июль
2026

B2B • Цифровой инжиниринг • Цифровые двойники •
BIM



Анализ текущей ситуации

Где мы сейчас?

Переходы из GPT за квартал

11 ($\approx 0,4/\text{день}$)

Исходный уровень до GEO

Упоминания в ChatGPT / Perplexity

0

По ключевым запросам о цифровых двойниках

Активность в соцсетях

Telegram VK

Каналы активны, блог — база для GEO

До

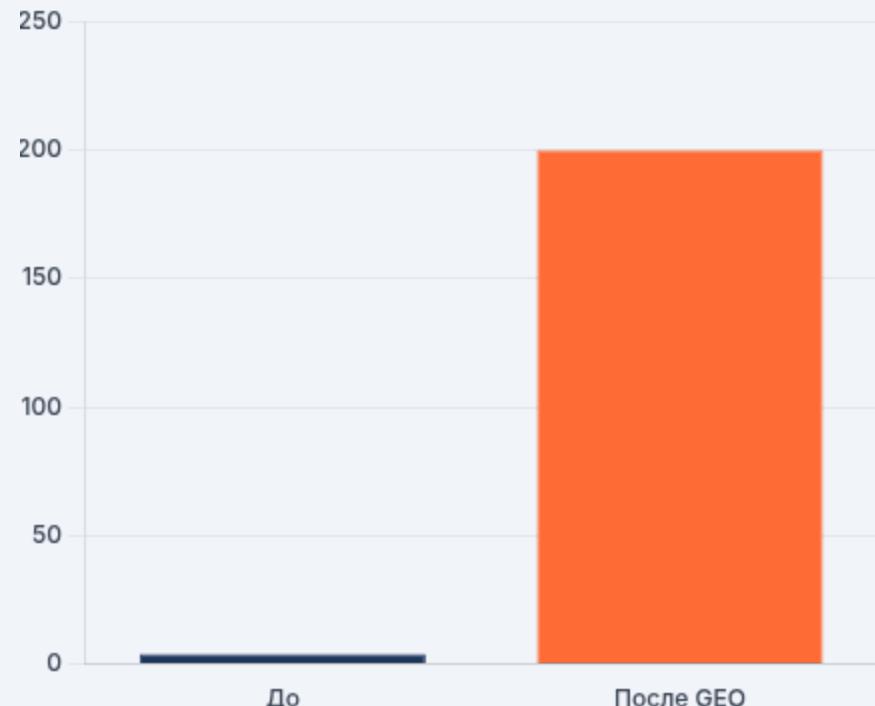
Текущая видимость низкая

После GEO

Целевой рост за 6 мес

Сравнение «До» vs «После GEO»

До (переходы/мес)
После GEO (цель M6)



Метрика: переходы в месяц из нейросетей. До $\approx 4/\text{мес}$ (11 за квартал). Цель к М6: 150–300/мес.

Что такое GEO и почему это важно?

• Определение GEO

GEO (Generative Engine Optimization) — оптимизация контента под нейросети (ChatGPT, Perplexity, Claude), чтобы ваш бренд попадал в AI-ответы с цитированием источника.

 Фокус: видимость в генеративной выдаче

 Цитирование вместо классических позиций

Zero-click поиски (2026)

60-70%



Пользователь читает ответ ИИ и не кликает

Рост AI-трафика за год

+527%



Нейропоиск становится основным каналом

⚖ Сравнение подходов: SEO vs GEO

позиции vs цитирование

SEO — классический поиск

- Цель: занять высокую позицию в SERP
- Метрики: позиции, CTR, трафик
- Сигналы: ссылки, техоптимизация

„ GEO — генеративная выдача

- Цель: попасть в AI-ответ с цитированием
- Метрики: AI-упоминания, Citation Position, Prompt Win Rate
- Сигналы: E-E-A-T, структурированный контент, свежесть данных

Цели проекта и KPI

я бы тут снизил бы показатели и написал бы что это прогнозируемый минимум (снизил бы раза в 2)

Узнаваемость бренда

Заявки с нейросетей

Период: Февраль — Июль 2026



Переходы из нейросетей

цель M6

150–300

/мес

ChatGPT, Perplexity, Claude (AI referral)



Упоминания бренда

GEO

20–30

запросов

Количество целевых запросов с упоминанием SIMPL GROUP

Оранжевый — целевой диапазон к концу периода



Лиды (6 мес)

качество: MQL→SQL

5–10 заявок

Заявки, пришедшие из AI-каналов



Prompt Win Rate

метрика видимости

20–35%

Доля промптов, где бренд упомянут в ответах ИИ

Диапазон консервативной оценки

Оранжевая полоса — целевой диапазон к концу 6-го месяца

Конкурентный анализ

Игроки в нише цифрового инжиниринга:

- ГК «Спектрум»
- СОДИС Лаб
- Model Studio
- BIMLIB
- AnyLogic (смежно)

НИКТО не продвигается активно по GEO

Окно возможностей: 6–12 месяцев для закрепления лидерства в AI-ответах.

Экспертиза в цифровом инжиниринге

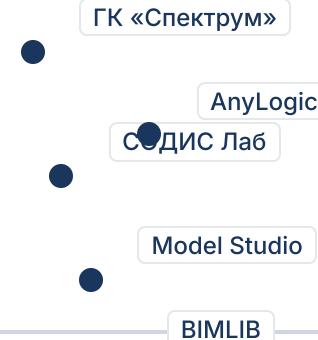
высокая

низкая

низкая

GEO-активность

высокая



Окно возможностей 6–12 мес

SIMPL GROUP — после GEO

● конкуренты ● SIMPL GROUP (после GEO)

Бюджет и ресурсы

Общий бюджет на 6 мес

480–600 тыс ₽

- Работы
- Расходы

Работы / мес

30–50 тыс ₽

Итого 6 мес: 180–300 тыс ₽

Расходы / мес

до 50 тыс ₽

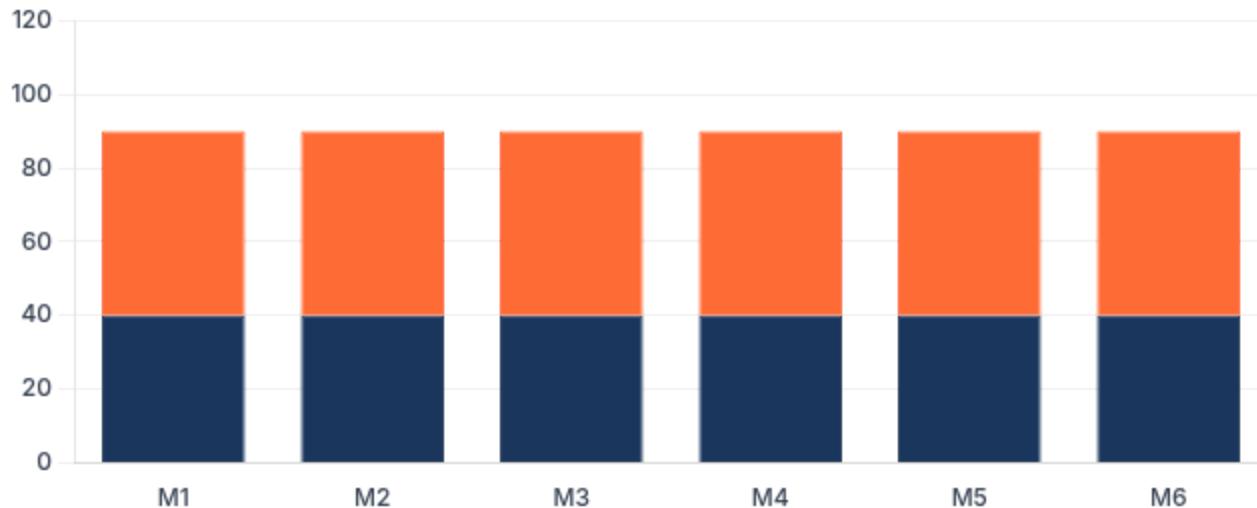
Итого 6 мес: ≈300 тыс ₽

ну тут возможно за сколько продаешь
значения)

Распределение по месяцам (средние

● Работы (~40
тыс ₽)

● Расходы (50
тыс ₽)



Визуализация использует усреднённые ориентиры: Работы ≈40 тыс ₽/мес, Расходы 50 тыс ₽/мес.

Помесчная разбивка (диапазоны)

Месяц	Работы	Расходы
M1	30–50 тыс ₽	≤50 тыс ₽
M2	30–50 тыс ₽	≤50 тыс ₽
M3	30–50 тыс ₽	≤50 тыс ₽
M4	30–50 тыс ₽	≤50 тыс ₽
M5	30–50 тыс ₽	≤50 тыс ₽
M6	30–50 тыс ₽	≤50 тыс ₽

Примечание: таблица отражает согласованные диапазоны бюджета.

Фактическое распределение уточняется ежемесячно.

Что входит

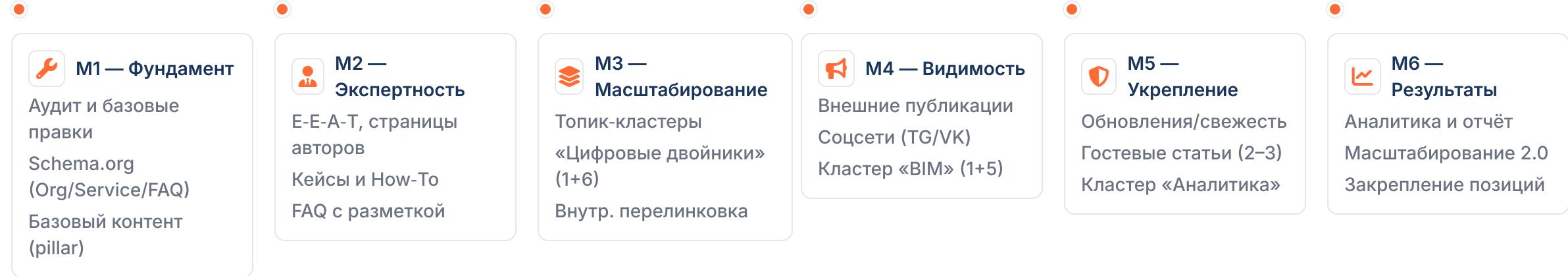
- ✓ Разметка Schema.org (Organization, Service, Article, FAQ)
- ✓ Контент: pillar + supporting статьи, FAQ, таблицы
- ✓ E-E-A-T: страницы авторов, биографии, источники
- ✓ Внешние упоминания (органика, отраслевые площадки)

Что не входит

- ✗ Дорогой видеопродакшн
- ✗ Премиум-СМИ и платные спецпроекты
- ✗ Массивный линкбилдинг
- ✗ Нерелевантные платные охваты

План на 6 месяцев (timeline)

От фундамента и экспертизы к масштабированию, видимости, укреплению и измеримым результатам



Фокус GEO → видимость в AI-ответах

Каждый месяц включает публикации и обновления, ориентированные на ChatGPT/Perplexity

Период: Февраль — Июль 2026

7 факторов успеха

фокус: цитирование в AI-ответах



Schema.org (JSON-LD)

Разметка Organization, Service, Article, FAQ в формате JSON-LD для быстрого парсинга ИИ.



E-E-A-T (авторы)

Реальные авторы, биографии, опыт, контакты и подтверждённая экспертиза.



Структура контента

Answer-first абзацы, Q&A, списки, таблицы — данные, которые легко цитировать.



Статистика и цифры

Свежие проценты, метрики и конкретные данные 2025–2026, подкрепляющие выводы.



Цитирование источников

Ссылки на авторитетные исследования и отраслевые материалы повышают доверие ИИ.



Свежесть контента

Явные datePublished/dateModified, регулярные апдейты, актуальные даты.

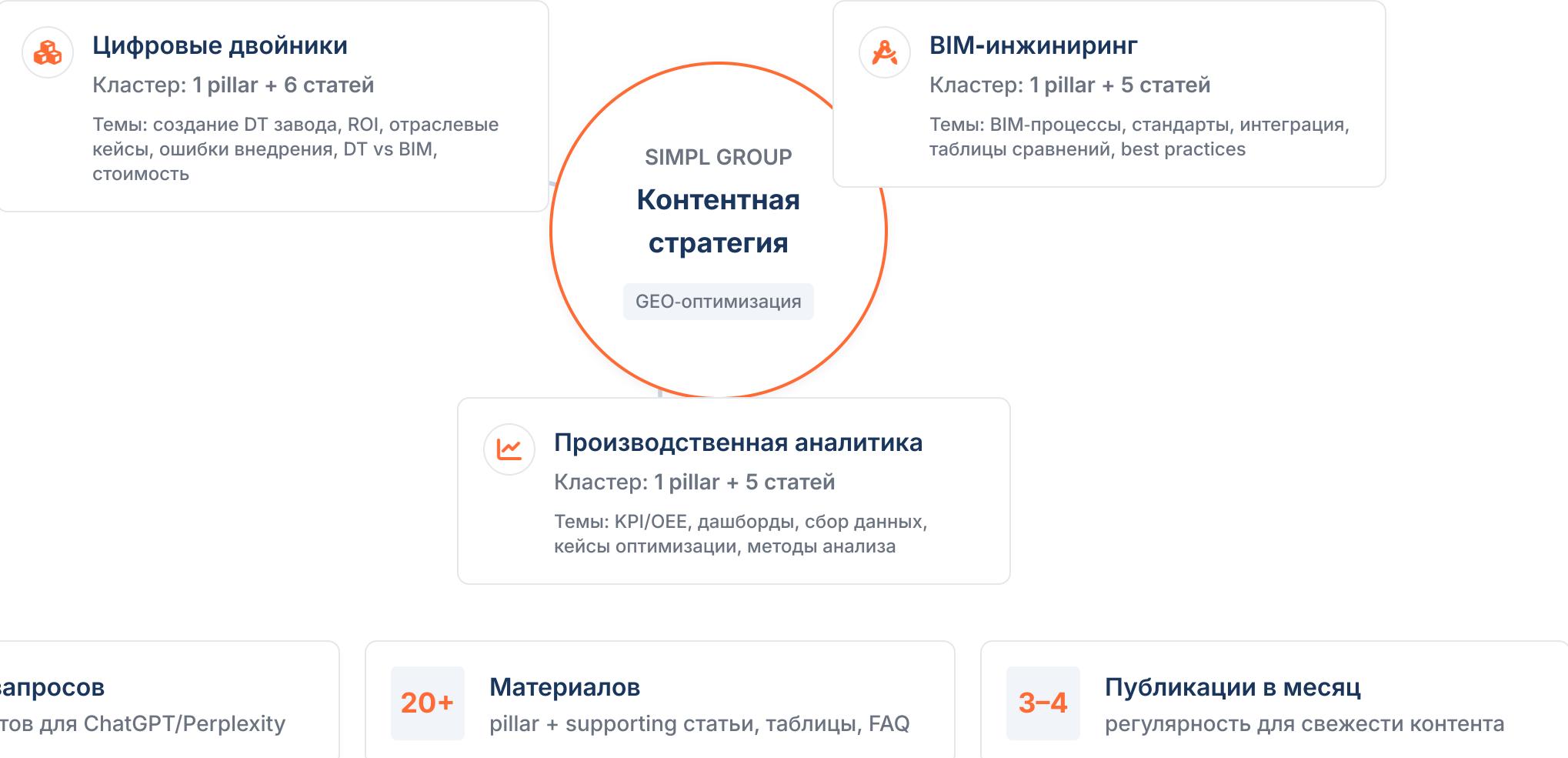


Техническая оптимизация

Core Web Vitals, мобильность, корректная индексация, доступ AI-краулерам (GPTBot и др.).

Топик-клUSTERы

структура pillar + supporting



Ключевые метрики контроля

стиль: дашборд

Фокус на видимости бренда в нейровыдаче (ChatGPT, Perplexity) и качестве трафика



Prompt Win Rate

—%

Формула: упоминания / всего промптов × 100%
Банк из 50+ промптов по нише



AI Visibility Score

—

Индекс: PWR × позиция цитирования × Е-Е-А-Т
Нормируется от 0 до 100



AI referral (трафик)

—/мес

Переходы из ChatGPT/Perplexity
Отслеживание источников: chatgpt.com, perplexity.ai



Citation Position

—

Вес: первый=1.0, в списке=0.5, единственный=1.5
Цель: чаще попадать в "первый/единственный"



Качество лидов

—%

Доля SQL среди AI-лидов (SQL/MQL)
Синхронизация с CRM для классификации



Настройка аналитики

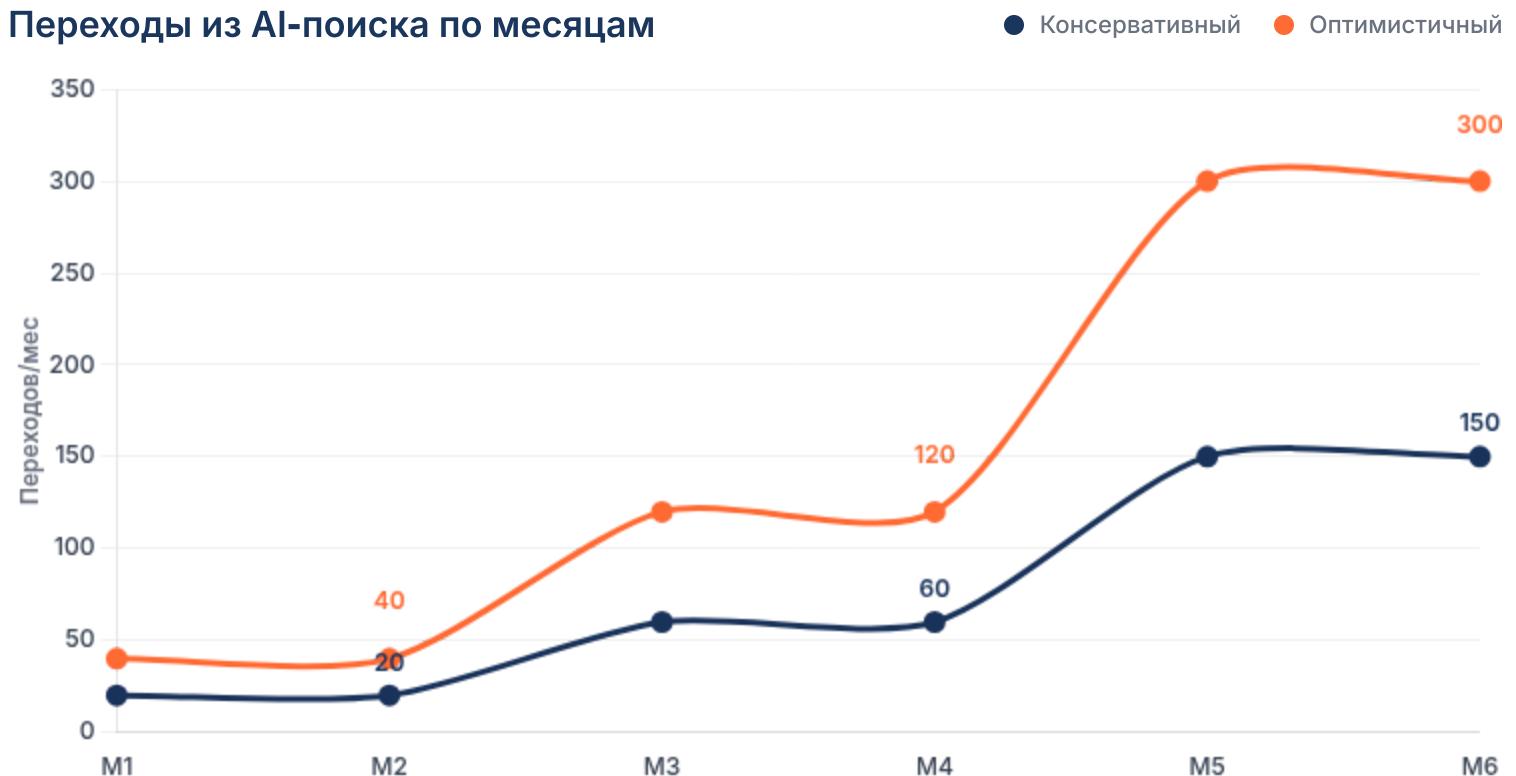
—

UTM: utm_source=chatgpt | utm_source=perplexity
Сегмент: "AI Traffic" в аналитике

Прогноз результатов (6 мес)

рост переходов из нейросетей

Переходы из AI-поиска по месяцам



Диапазоны по брифу: M1–M2: 20–40, M3–M4: 60–120, M5–M6: 150–300 переходов/мес. Метки показаны на ключевых точках (M2, M4, M6).

Итог к M6

150–300 переходов/мес

в зависимости от сценария

Упоминания бренда

12–30 запросов к M6

в ответах ChatGPT/Perplexity

Ключевые вехи

- 🏁 M2: 20–40 переходов/мес
- ↗️ M4: 60–120 переходов/мес
- 🏆 M6: 150–300 переходов/мес

ROI и окупаемость

ROI акцент — зелёные показатели

Затраты (6 мес)

≈ 500 тыс ₽

Работы + расходы (480–600 тыс ₽)



Средний чек (пример)

3 млн ₽

для оценки окупаемости



Формула ROI

ROI (%) = (Выручка – Затраты) / Затраты × 100%**Консервативный сценарий**

1–2 сделки

Выручка: 3–6 млн ₽

Окупаемость

500–1100% ROI

Комментарий: одна успешная сделка полностью покрывает бюджет; вторая — приносит прибыль.

1–2 сделки

Оптимистичный сценарий

2–3 сделки

Выручка: 6–9 млн ₽

Окупаемость

1100–1700% ROI

Комментарий: ускоренный возврат инвестиций и сильный медианный эффект узнаваемости.

Долгосрочный эффект

12–24 мес

Рост AI-видимости

кумулятивно увеличивает охват и цитируемость

Снижение САС

за счёт органики из ChatGPT/Perplexity

Устойчивость бренда

эффект от кластеров контента и Е-Е-А-Т