

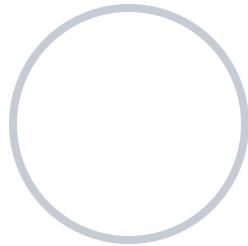
---

# 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

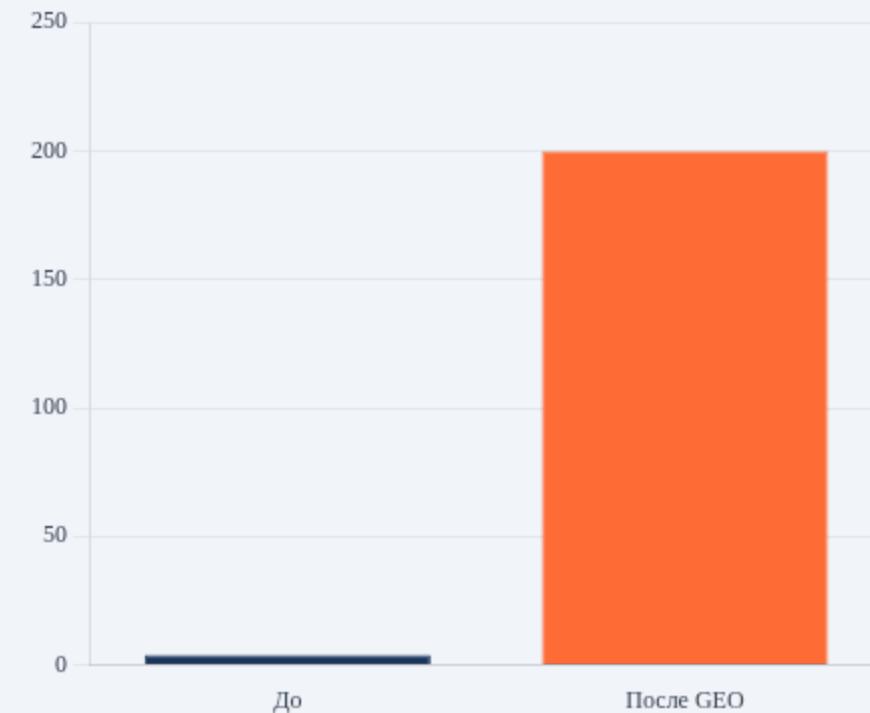
После GEO

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 M6: 150–300/ $\text{мес}$ .

# 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

# Ожидаемый результат

Узнаваемость бренда

Период: Февраль — Июль 2026



## Переходы из нейросетей

цель M6

**75–150** /мес

ChatGPT, Perplexity, Claude (AI referral)

Оранжевый — целевой диапазон к концу периода



## Упоминания бренда

GEO

**10–20**

запросов

Количество целевых запросов с упоминанием SIMPL GROUP



## Prompt Win Rate

метрика видимости

**15–25%**

Доля промптов, где бренд упомянут в ответах ИИ

Цель к М6: устойчивое попадание в ответы

Оранжевая полоса — целевой диапазон к концу 6-го месяца

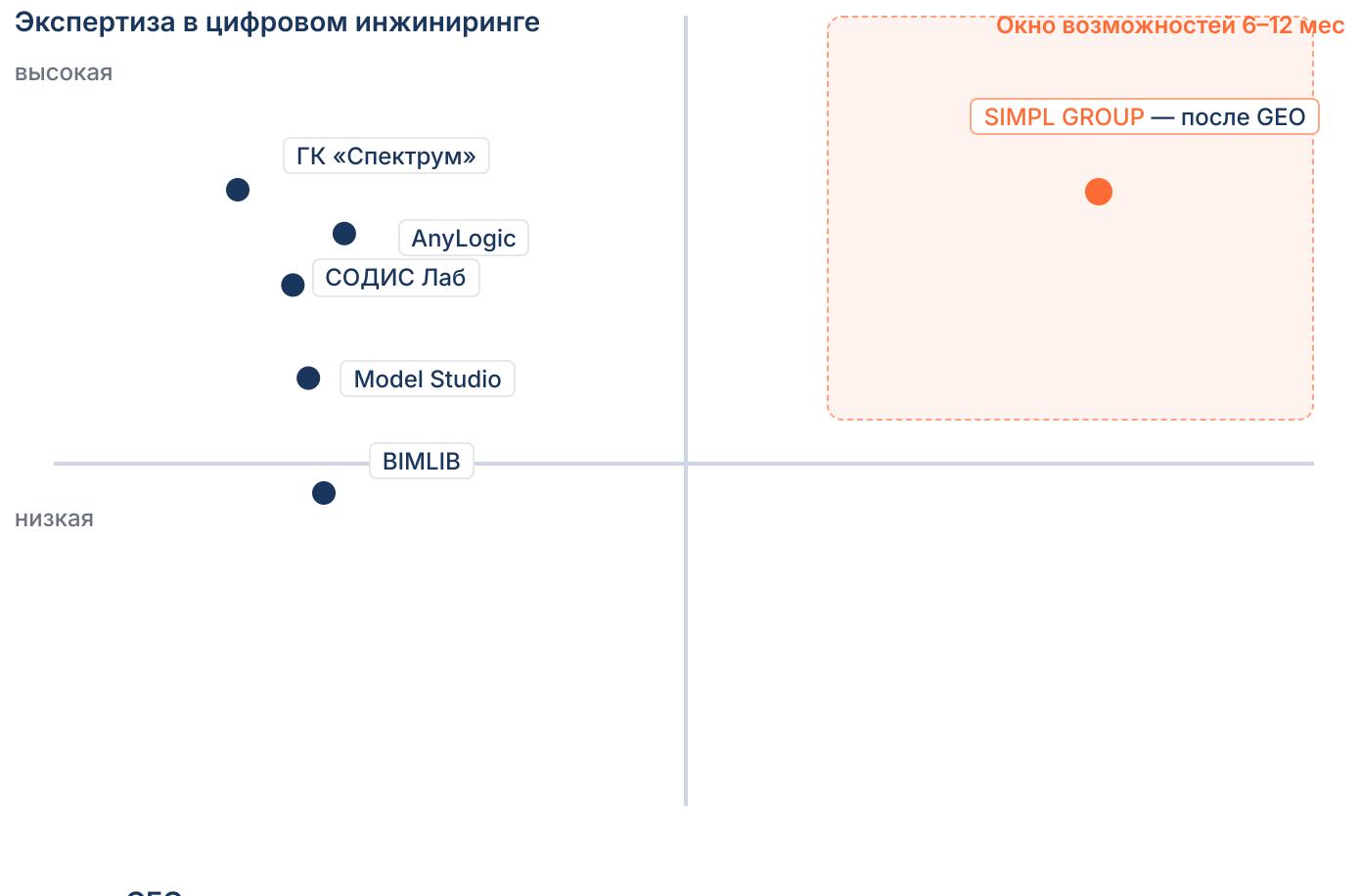
# Конкурентный анализ

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.



● конкуренты

● SIMPL GROUP (после GEO)

# Бюджет и ресурсы

Общий бюджет на 6 мес

₽

● Работы ● Расходы

Работы / мес

**30 000 ₽**

Итого 6 мес: 180 000 ₽

Расходы / мес

**до 50 тыс ₽**

Итого 6 мес: ≈300 тыс ₽

Помесячная разбивка (диапазоны)

Месяц	Работы	Расходы
M1	30 000 ₽	≤50 тыс ₽
M2	30 000 ₽	≤50 тыс ₽
M3	30 000 ₽	≤50 тыс ₽
M4	30 000 ₽	≤50 тыс ₽
M5	30 000 ₽	≤50 тыс ₽
M6	30 000 ₽	≤50 тыс ₽

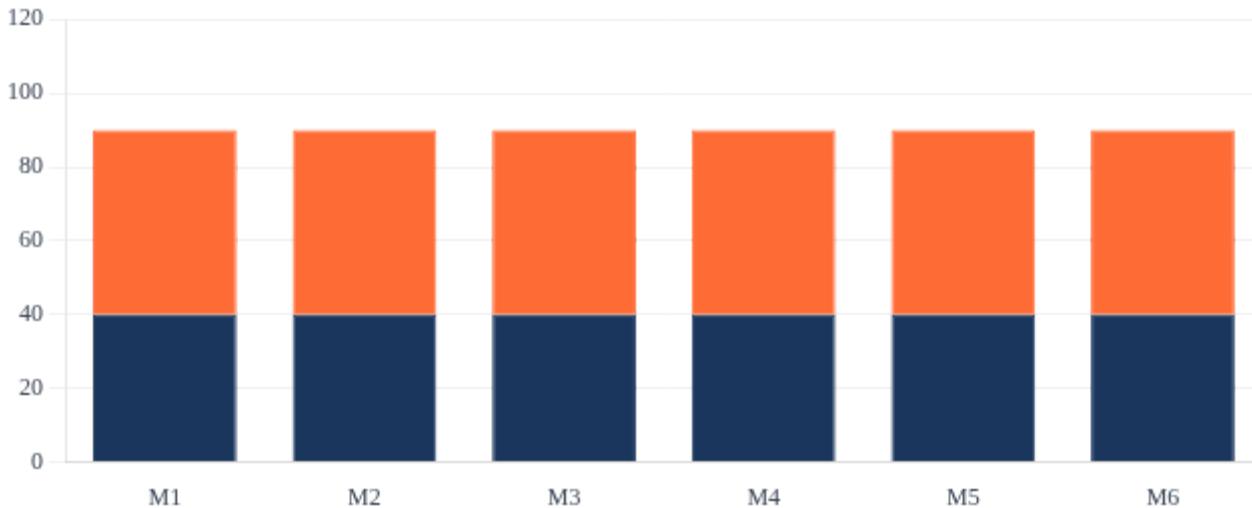
Примечание: таблица отражает согласованные диапазоны бюджета.

Фактическое распределение уточняется ежемесячно.

## Распределение по месяцам (средние значения)

● Работы (~40 тыс ₽)

● Расходы (50 тыс ₽)



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

### Что входит

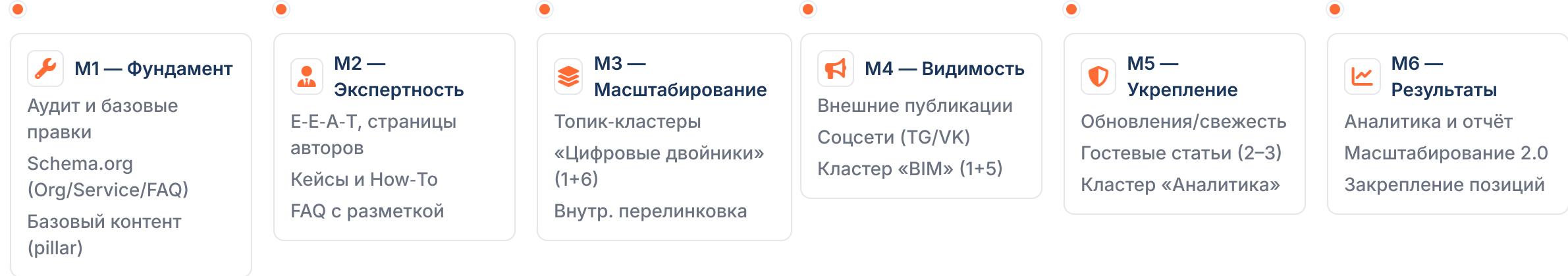
- ✓ Разметка Schema.org (Organization, Service, Article, FAQ)
- ✓ Контент: pillar + supporting статьи, FAQ, таблицы
- ✓ Е-Е-А-Т: страницы авторов, биографии, источники
- ✓ Внешние упоминания (органика, отраслевые площадки)

### Что не входит

- ✗ 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.

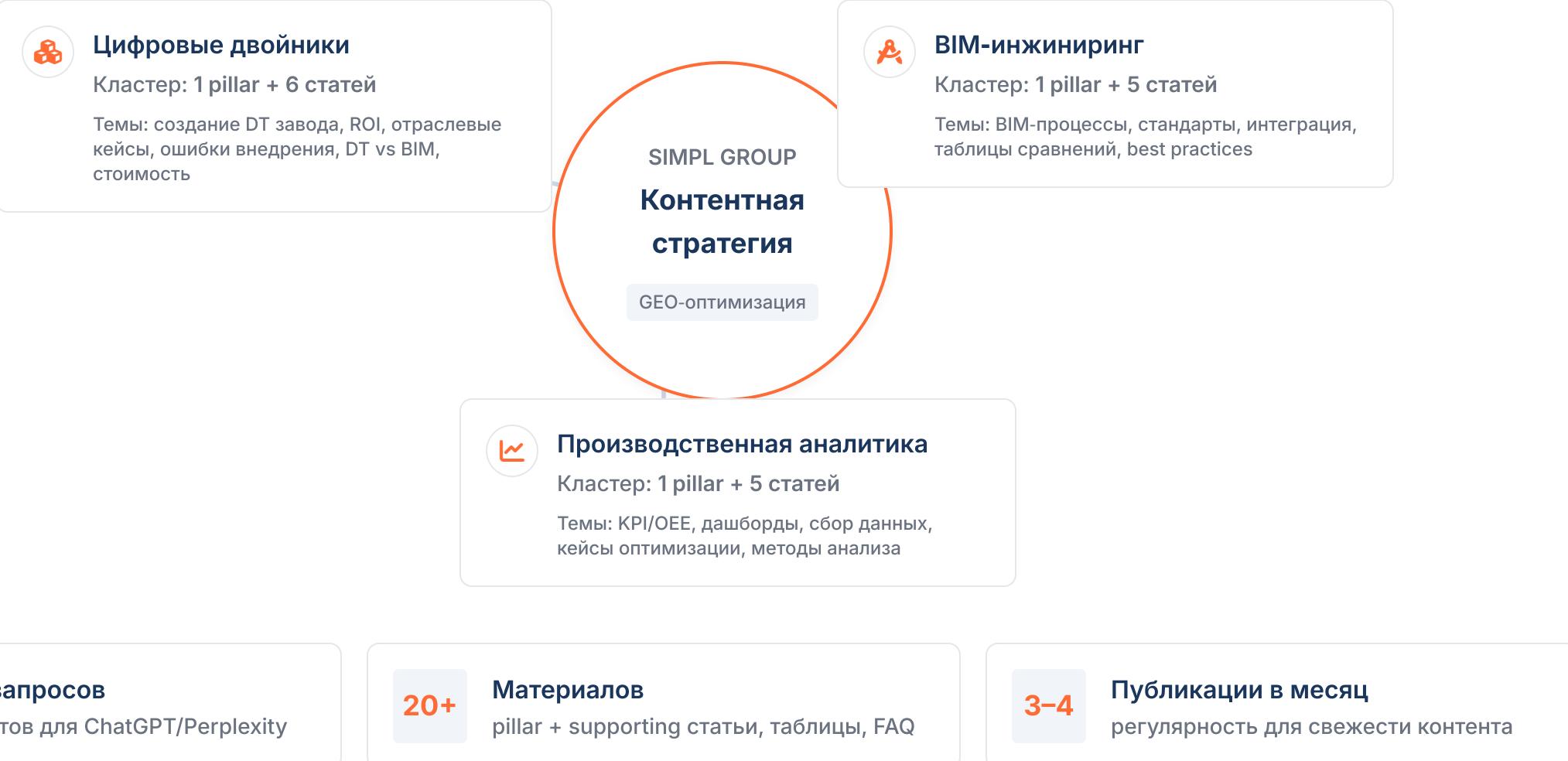


## Техническая оптимизация

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

—

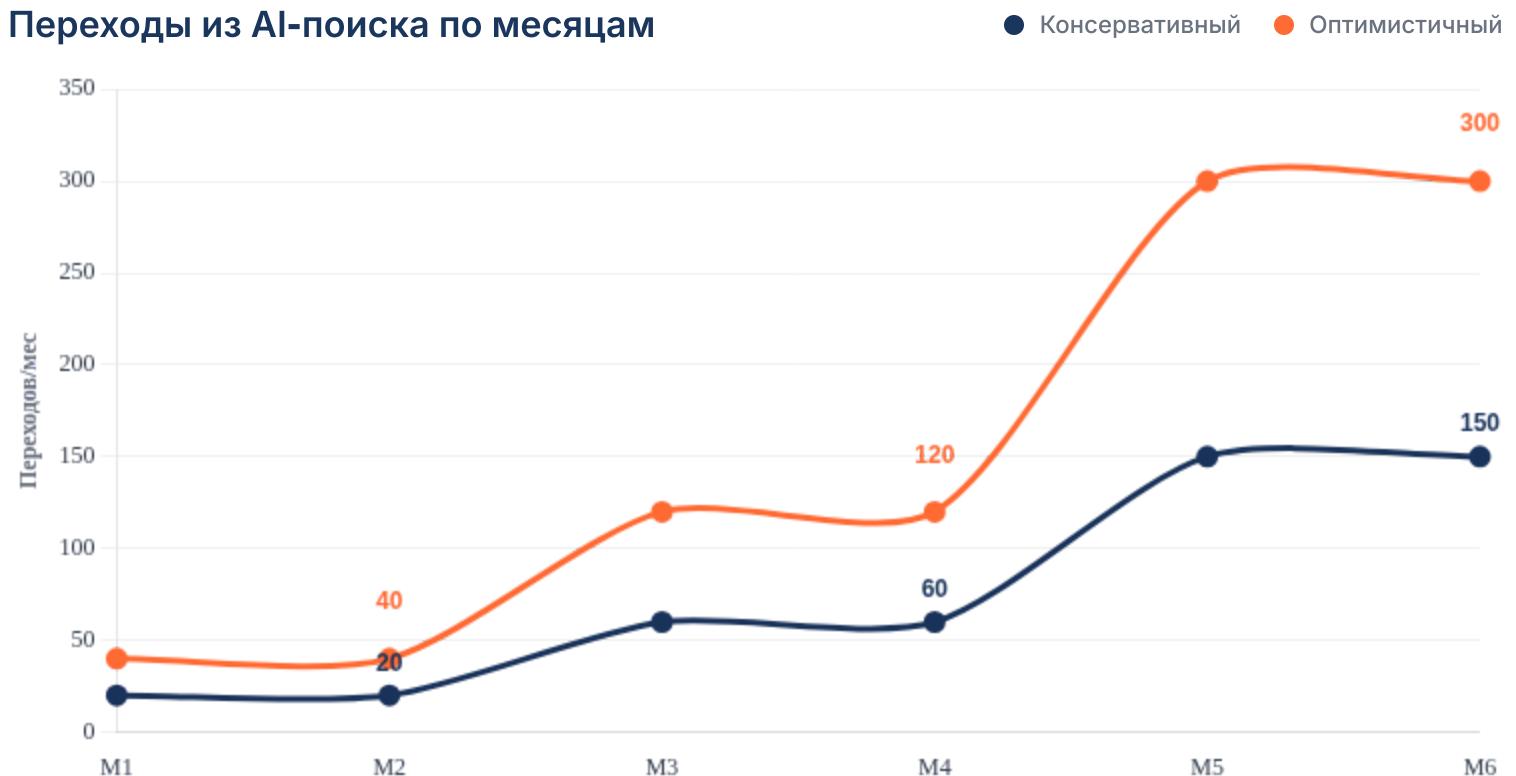
UTM: utm\_source=chatgpt | utm\_source=perplexity  
Сегмент: "AI Traffic" в аналитике

Прогноз на 6 месяцев

# 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****Рост AI-видимости**

кумулятивно увеличивает охват и цитируемость

**Снижение САС**

за счёт органики из ChatGPT/Perplexity

12–24 мес

**Устойчивость бренда**

эффект от кластеров контента и E-E-A-T

# Риски и их минимизация

оранжевый — риск

зелёный — решение

Фокус: снизить влияние внешних изменений и обеспечить предсказуемый прогресс GEO-продвижения



РИСК  
Алгоритмические  
изменения



РЕШЕНИЕ  
Мультиплатформенная GEO

Одновременная оптимизация под  
ChatGPT, Perplexity, Gemini для  
диверсификации рисков.



РИСК  
Медленный контент



РЕШЕНИЕ  
Редплан + эксперты

Еженедельный контент-календарь и  
вовлечение технических специалистов  
как авторов.



РИСК  
Нет быстрых  
результатов



РЕШЕНИЕ  
Корректные ожидания

Ожидаемый сдвиг видимости через 2–4  
месяца; еженедельный мониторинг  
метрик.



РИСК  
Репликация  
конкурентами



РЕШЕНИЕ  
Опережающая публикация

Приоритетная публикация кластеров и  
регулярные обновления для удержания  
лидерства.

Система мониторинга рисков — ежемесячный пересмотр и корректировка плана

Шаблон: Риски и минимизация • Слайд 13

# Быстрые победы (первая неделя)

зелёный акцент — быстрое внедрение



## Organization / Service / Article / FAQ Schema — внедрить

Микроразметка JSON-LD для страниц компаний, услуг, статей и FAQ



## Robots.txt: GPTBot / CCBot / Anthropic — Allow

Открыть доступ AI-краулерам к разделам контента



## Answer-First блоки на 5–7 страницах

Краткий ответ в первых 2–3 предложениях + FAQ секции



## Обновить даты и статистику 2026

Проставить dateModified, актуализировать цифры в ключевых статьях



## Настроить UTM и сегмент «AI Traffic»

utm\_source=chatgpt | utm\_source=perplexity; отдельный сегмент в аналитике



Ожидаемый эффект

## Первые упоминания: 2–4 недели

при условии своевременного внедрения чек-листа

### Порядок выполнения

- Сначала Schema и robots.txt
- Затем Answer-First и обновления дат
- Завершить настройкой аналитики

# Следующие шаги

Чек-лист запуска GEO-стратегии SIMPL GROUP и быстрый переход к действиям

готовы к старту



## 1) Утвердить стратегию и таймлайн

Подтверждение дорожной карты на 6 месяцев и контрольных метрик



## 2) Доступы к сайту/метрикам, назначить владельца

CMS, аналитика (Я.Метрика/GA4), ответственный за реализацию плана



## 3) Бриф с экспертами (2 часа), сбор FAQ (50 вопросов)

Формируем ядро вопросов клиентов для Q&A и приоритизируем темы контента



## 4) Старт работ: 3–5 дней после утверждения

Запускаем Schema, Answer-First, FAQ, robots.txt и аналитику



## 5) Согласовать план публикаций на M1–M2

Pillar-материалы + поддерживающие статьи по кластерам

Призыв к действию

**Согласуем план М1–М2 и  
запускаем за 3–5 дней**

**Запланировать старт →**

Первые упоминания ожидаем через 2–4 недели после запуска