

Продвижение в генеративном поиске: рабочие кейсы, эксперименты и патенты

R&D-сводка по Generative Engine Optimization / Answer Engine Optimization. География: RU-сегмент (Яндекс Нейро / Поиск с Алисой) и EU/Western-сегмент (Google AI Overviews, Perplexity, ChatGPT Search, Bing Copilot).

В таблицу включены только конкретные кейсы, зарегистрированные эксперименты, подтверждённые наблюдения и разборы патентной логики. Каждая строка содержит прямую рабочую ссылку на первоисточник.

Дата сборки: 10 августа 2026. Цвет строк: сине-серый — EU/West, зелёный — RU.

Сводная таблица кейсов

Строки 1–25 — исходная выборка (агентства, Ahrefs/BrightEdge, патенты, крупные парсинги). Строки ниже — дополнение от 12.09.2026: доклады (Landwehr, Dooley, Reynolds, Sturm/Cromwell, Fishkin/Toth) с таймкодами YouTube, тред г/TechSEO, кейсы Топвизор-Журнала и статья GIST (NeurIPS 2025). Цифры из докладов помечены как спикерские, если нет независимого A/B.

Регион / Движок	Источник и автор	Тип материала	Суть / Гипотеза / Рабочая связь	Ключевые метрики / Результат	Ссылка на первоисточник
EU: generative engines (в т.ч. Perplexity)	Aggarwal, Murahari, Rajpurohit, Kalyan, Narasimhan, Deshpande — Princeton / IIT Delhi / Georgia Tech / Allen Institute; KDD 2024	Эксперимент / научная публикация	Гипотеза: видимость в ответе GE зависит не от keyword-stuffing, а от извлекаемых доказательств. Реализация: 9 изолированных правок контента на GEO-bench (~10 000 запросов); лучшие — Cite Sources, Statistics Addition, Quotation Addition. Валидация на живом Perplexity.	До +30–40% Position-Adjusted Word Count; +15–30% Subjective Impression; на Perplexity до +37% visibility. Keyword stuffing — ниже бейзлайна. Для низкоранговых страниц Cite Sources давал до +115%.	arXiv:2311.09735 KDD DOI
EU: Google AI Overviews	Ahrefs, март 2026 (863 000 SERP, ~4 млн AIO-URL)	Аналитика платформы	Гипотеза: AIO больше не переупаковывает органический топ-10. Реализация: продольное сравнение цитат AIO с органическим рангом той же выдачи.	Доля цитат из органического топ-10 упала с 76,1% (июль 2025) до 37,9% (март 2026). Ещё ~31% — позиции 11–100, ~31% — за пределами топ-100 / вне выдачи по этому запросу.	AEO Rankings / Ahrefs сводка
EU: Google AI Overviews	BrightEdge, Generative Parser, отчёт «One-Year Mark» (февраль 2026)	Аналитика агентства	Гипотеза: отдельный механизм отбора источников, не тождественный organic ranking.	Presence AIO вырос с ~31% до ~48% tracked-запросов за год. Overlap цитат с organic топ-10 стабильно ~17% (11–24% по отраслям). Средняя высота блока ~1200 px.	BrightEdge: AI Overviews at the One-Year Mark
EU: Google AI Overviews	Saharsh Agarwal — рандомизированный field experiment (2026)	Зарегистрированный эксперимент	Гипотеза: AIO причинно снижает клики издателей. Реализация: treatment/control по скрытию AIO на уровне пользователя.	При появлении AIO органические клики ~38...–40%, zero-click +33%. Эффект только на запросах, где AIO реально показывается. Prevalence за период пилота выросла с ~20–25% до ~40%.	Доклад Agarwal (видео)
EU: Google AI Overviews	Kevin Indig + команда; UX-исследование 70 пользователей / ~400 встреч с AIO (Search Engine Journal, 2025)	Эксперимент / UX-аудит	Гипотеза: внимание и клик живут в первых строках AIO, а не в «синих ссылках».	Desktop outbound CTR падает примерно на 2/3 при AIO; mobile — почти вдвое. 7 из 10 не читают дальше первой трети блока. Финальный ответ AIO закрывает задачу лишь ~20% сессий.	SEJ: First UX Study of AI Overviews
EU: Google AI Overviews	Hedges & Company, case #3 (фильм Ahrefs «AIO position 1»)	Кейс	Гипотеза: классический topical SEO + core updates открывают AIO-пул. Реализация: стандартные SEO-практики на сайте, у которого до августа 2024 было 0 AIO-ключей.	С 0 ключей в AIO (май–август 2024) до 1 417 keywords в position 1 AIO к апрелю 2025; скачок после core update марта 2025.	Hedges: AI Search Optimization Case Studies

Регион / Движок	Источник и автор	Тип материала	Суть / Гипотеза / Рабочая связка	Ключевые метрики / Результат	Ссылка на первоисточник
EU: Google AI Overviews	Verkeer × LTA (Lawn Tennis Association), сентябрь 2024 – август 2025	Кейс	Гипотеза: структурирование контента под извлекаемые ответы + критическая масса страниц.	Появления в AIO: 80 → 710 (~8× за менее чем 12 месяцев); резкий разгон с марта 2025 (329 → 710).	Verkeer: LTA AI Overviews case
EU: Google AIO + ChatGPT + Perplexity	Xponent21 (Will Melton), 2024–2025	Кейс	Гипотеза: entity-контент + schema + цитируемые гайды по самой теме AI-search. Реализация: флагманская статья + structured data.	За 20 дней — #1 на Perplexity по «How to rank in AI search results»; далее цитаты в Google AIO и ChatGPT; к маю 2025 — +4 162% органического трафика, топ по «Top AI SEO Agency» в AIO и Perplexity.	Xponent21 AI SEO Case Study
EU: Google AIO	SEOLeverage, science-education клиент, 8 месяцев	Кейс	Гипотеза: topical authority + внутренние кластеры «обучают» AIO считать сайт definitive source.	5+ статей стабильно цитируются в AIO; прямая цитата по «dust hazard classification» выше gov/industry-источников.	SEOLeverage: Topical Authority → AIO
EU: Google AIO	TheSEOCentral, запрос «What are the three levels of E-E-A-T?»	Эксперимент-наблюдение	Гипотеза: высокий organic rank ≠ цитата в AIO. Реализация: страница на позиции #2 (выше Semrush/Moz/Backlinko) со структурой H1–H3.	В AIO сайт не процитирован. Цитаты: Semrush (Olaf Kopp), личный блог Kopp, Kalicube (Jason Barnard) — часть из них не в топ-5 органики. Отбор цитат отделён от organic rank.	TheSEOCentral: how AIO picks citations
EU: Google AIO	Lily Ray (личный эксперимент, январь 2026) + репликации BBC/NYT	Эксперимент	Гипотеза: AIO слабо фильтрует свежий, но ложный контент при отсутствии конкурирующих источников. Реализация: AI-статья о несуществующем Google-апдейте с абсурдной деталью («between slices of leftover pizza»).	В течение 24 часов AIO и Gemini воспроизвели вымысел; ChatGPT — тоже; Claude — нет. Показывает уязвимость grounding на «единственном свежем источнике».	Lily Ray — The AI Slop Loop
EU: Google AIO / AI Mode	Surfer SEO + независимые сводки (Search Engine Land / iPullRank)	Аналитика	Гипотеза: цитируется не «главный запрос», а победитель fan-out подзапросов.	Страницы, ранжирующиеся по fan-out subquery, на 161% чаще цитируются в AIO (Spearman 0,77 между покрытием fan-out и цитатами). Ранг только по subquery бьёт ранг только по head-query (29% vs 20%).	Reddit / Agentic SEO: query fan-out research
EU: Microsoft Copilot / Bing	u/manuayala, r/SEO, апрель 2026	Эксперимент на форуме	Гипотеза: один якорный экспертный лонгрид на мёртвом домене + быстрая индексация Bing даёт Copilot-цитаты без ссылочной массы.	За 5 дней: 0 → 43 Copilot-цитаты; 2 290 Bing impressions; репликация на втором домене в другой нише за 3 дня дала тот же сигнал.	Reddit r/SEO: 0 to 43 Copilot citations
EU: Bing Copilot	GoGoChimp, 90-дневный спрез Bing Webmaster Tools AI Performance (июль 2026)	Кейс / first-party замер	Гипотеза: Copilot цитирует listicle + таблицу у вершины страницы сильнее, чем Google кликает ту же страницу.	6 700 Copilot-цитат vs 82 Google organic clicks за то же окно. 87% цитат сосредоточены на 3 listicle. Одна страница: 1 500 Copilot-цитат при 818 GSC impressions.	GoGoChimp: AI Search Optimisation
EU: ChatGPT / Gemini / AIO / Perplexity / Copilot	Growth Pro, interior décor, сентябрь 2024 – август 2025	Кейс	Гипотеза: multimodal + AEO-структура страниц даёт кросс-движковые цитаты.	82 AI-цитаты: ChatGPT 37 / AIO 18 / Gemini 13 / Perplexity 10 / Copilot 4. Organic +133%, AI-трафик YoY +12 800%.	Growth Pro: 0 to 82 AI citations
EU: Google (RAG / citation)	Google LLC, US20240362093A1 «Query response using a custom corpus»	Патент	Вывод патента: ответ LLM строится не из памяти модели, а из retrieved documents кастомного корпуса; документы подтягиваются API-запросом, ответ пересобирается без ретрейна. Цитирование — отдельный шаг после retrieval.	Патентный триггер: наличие пассажи в корпусе + релевантность query-to-document, а не классический PageRank страницы. Свежесть корпуса важнее веса домена.	Google Patents US20240362093A1

Регион / Движок	Источник и автор	Тип материала	Суть / Гипотеза / Рабочая связка	Ключевые метрики / Результат	Ссылка на первоисточник
EU: Google AI Mode / AIO	Разбор iPullRank (Mike King): «Search with Stateful Chat» + «Query Response from a Custom Corpus» + pairwise ranking prompting	Патент / разбор	Вывод: citation selection независим от document rank; LLM сравнивает пары пассажей (pairwise ranking prompting) и цитирует тот, который напрямую поддерживает сгенерированный claim. Query fan-out создаёт synthetic sub-queries.	Рабочая связка: пассаж, который закрывает конкретный claim/subquery, побеждает страницу, которая просто ранжируется по head-термину.	iPullRank: How AI Mode Works
RU: Яндекс Нейро / Алиса vs Google AIO	Команда moab (А. Смирнова, А. Фаткуллин), VC.ru, 1 млн запросов, ноябрь 2025	Аналитика / крупный парсинг	Гипотеза: нейроответ RU жёстче привязан к органическому топу, чем западный AIO. Реализация: 1 млн фраз, mobile, гео Москва; сверка URL нейроответа с топ-10.	Presence: Алиса 39,71% vs AIO 50,19%. Доля URL нейроответа из organic топ-5: Алиса 63,46%, AIO 61,69%. Для Алисы: нет сайта в топ-20 → почти нет ссылки в нейроответе. Галлюцинации ~8,9% / 9,0%.	VC.ru: 1 млн запросов Алиса vs AIO
RU: Яндекс Нейро / Алиса	Devorra, портфель 30 коммерческих сайтов, февраль 2026	Эксперимент-замер	Гипотеза: позиция в органике Яндекса — главный фильтр входа в нейроответ.	Топ-3 органики → попадание в нейроответ 73% (8/11); позиции 4–10 → 31%; 11–30 → 8%. Два сайта из топ-3 не попали (контент «неизвлекаемый»).	Devorra: GEO для Яндекс Нейро
RU: Яндекс Нейро + западные LLM	Владимир Назаров / Head Promo, VC.ru; фейковый дилер «Урал Тачка», 21 день (сен–окт 2025)	Эксперимент	Гипотеза: сущность + дистрибуция контента (Дзен/VC/Пикабу/сайт) важнее «самого сайта». Реализация: Tilda-сайт, рейтинги с цифрами, внешние публикации, ссылки.	Первым просел Яндекс Нейро, затем Perplexity; DeepSeek/Google медленнее. ChatGPT фейк отфильтровал (нет 2ГИС/Карт/реестров/СМИ). RU-Нейро и Perplexity легче «прогреваются» сущностью, ChatGPT требует граф подтверждений.	VC.ru: эксперимент с автодилером
RU: Яндекс Нейро (запуск, октябрь 2024)	Хабр, пул >30 клиентских площадок 150k+ сессий	Аналитика агентства	Гипотеза: Нейро перераспределяет клики в пользу брендовых доменов.	Контентные по-наме: ~10...–30%. Крупный бренд: +20–30% по информационным запросам, даже на URL, над которыми появился нейроблок.	Хабр: Яндекс внедрил Нейро
RU: Яндекс Алиса + Google AIO + ChatGPT/Perplexity	Кокос.com, пересборка 3 экспертных статей	Кейс	Гипотеза: AEO-пересборка (определение в начале, факты, структура) увеличивает извлекаемость пассажа.	Статья «Хакатоны»: цитирования в AI-ответах 2 → 12 (×6) за ~2 месяца. Параллельно рост топ-5/топ-10 в Google.	Кокос: цитирование ×6
RU: Яндекс Поиск с Алисой + внешние LLM	Текстерра, 3 B2B-кейса (Eldis24, герметики, КИИ/химия)	Кейс	Гипотеза: узкий B2B-гlossарий + определение термина в первых абзацах = цитата Алисы.	Попадание в Алису по запросам вида «АИИС это», «МС-полимер», «импортозамещение в химической промышленности». Метрика зафиксировала 37 и 65 переходов из ChatGPT/DeepSeek/Copilot и др.	Текстерра: 3 кейса B2B в Алисе
RU + EU: Яндекс Нейро / ChatGPT / Perplexity / Google AIO	Авторский разбор на VC.ru (февраль 2026), реальный проект	Кейс	Гипотеза: owned-контент недостаточен; нужны внешние упоминания сущности + еженедельный промт-мониторинг. Реализация: 3 экспертных комментария на VC/Habr + таблица из 20 промптов.	Prompt Win Rate 8% → 55% за ~4 месяца; цитаты сразу в 4 движках; инфо-трафик +12%, лиды с инфоконтента +23%.	VC.ru: оптимизация контента для нейросетей
RU: Яндекс GenSearch	Замер на Хабре (Search API, 60 запросов) + отсылка к данным «Ашманова и Ко»	Аналитика	Гипотеза: цитируются не сайты компаний, а площадки про компании; пул сжимается к органическому топу.	Большинство цитат — из верха органики Яндекса. По Ашманову: доля URL не из топ-10 в нейроответах за полгода упала с 40% до 10%.	Хабр: как нейроответ выбирает источники

Регион / Движок	Источник и автор	Тип материала	Суть / Гипотеза / Рабочая связка	Ключевые метрики / Результат	Ссылка на первоисточник
EU: RAG / fan-out к трастовым площадкам	Мальте Ландвер (Malte Landwehr), доклад; фиксация Mike Blazer PRO	Доклад / рабочая связка	Гипотеза: на этапе сбора фактов LLM шлёт веерные подзапросы на Reddit/reviews, а не на бренд-домен. Реализация: сабфолдеры /reddit/ и /reviews/ на брендовом домене с изолированными блоками «юзернейм + дословная цитата + ссылка на тред», чтобы перехватить краулер до внешнего сайта.	Спикерская логика: поисковая система матчит подзапрос с текстом на вашем URL и отдаёт фрагмент агенту раньше, чем парсер дойдёт до стороннего домена. Это наблюдение из доклада, не независимый A/B.	YouTube, t=2772s
EU: 8 движков, first-vs third-party	Мальте Ландвер; анализ ~200 000 ИИ-ответов (как передано в докладе)	Доклад / аналитика	Гипотеза: LLM применяют «дисконт самоцитирования» и режут first-person промо на этапе сбора фактов. Листинги на своём сайте не проходят проверку на предвзятость. Реализация в поле: сторонние листинги и (серая практика) домены-прокладки под видом независимых отзывов.	По докладу: first-party листинги ≈ 0 буста к видимости. Топ-1 в стороннем листинге: +13–17 п.п. видимости и +0,5–1 упоминание в ответе. Любая позиция в топ-10 стороннего списка: +6–16 п.п. Только первая строчка сдвигает среднюю позицию бренда внутри ответа. Искусственные домены-прокладки в полевых данных перехватывали ~15% доли цитирования по конкретным промптам.	YouTube, t=1843s
EU: Gemini / Claude / Google AIO через соцсети	Джеймс Дули (James Dooley), доклады; фиксация Mike Blazer PRO	Доклад / эксперимент-наблюдение	Гипотеза: Google индексирует посты Facebook/LinkedIn/Instagram; первые 7–12 слов работают как <title>. Реализация: старт поста = сущность + целевой ключ; дальше семантические триплеты (подлежащее–сказуемое–дополнение); тело = нумерованный рейтинг с брендом на 1 месте + УТП. На LinkedIn — без хештегов (первый # воспринимается как title и сбивает ключ). Force-index внешнего URL поста.	По докладу: после внешнего индексера посты залетают в топ-20 Google за 3–5 часов. Gemini и Claude подхватывают структурированные статусы почти сразу; ChatGPT — задержка порядка двух недель до обновления цитирования. Парсеры Gemini/Claude берут основной текст статуса и игнорируют комментарии.	YouTube, t=822s Dooley: semantic triples transcript
EU: Wikidata / entity disambiguation	Тред r/TechSEO + практика not the same as (P1889); фиксация Mike Blazer PRO	Аналитика форума / сущность	Гипотеза: конфликтующие бренды с одинаковым именем путают LLM. Реализация: карточка Wikidata (сайт, дата основания, ниша) + свойство P1889 «not the same as» на конкурента-тёзку; зеркало через Schema.org sameAs/disambiguatingDescription на основном домене.	Полевые тесты из треда: логика бренда в ответах LLM перестраивается, но на старые Knowledge Graph-панели Google эффект нулевой — KG по-прежнему требует Wikipedia. Узнавание сущности в крупных моделях занимает месяцы и требует постоянного обновления свойств. Карточка без «значимости» и внешних ссылок сносится модераторами Wikidata.	Reddit r/TechSEO: entity insights
EU: ChatGPT / атрибуты сущности	Уилл Рейнольдс (Will Reynolds), доклад; фиксация Mike Blazer PRO	Кейс / доклад	Гипотеза: агенты парсят шаблонные сквозные блоки (футер) как фактуальный консенсус. Реализация: фразы «remote first» / «Philly founded» заменены на жёсткие метрики «130 clients» и «97% retention rate», продублированные по тысячам URL. Плюс внутренний хаб с обновляемыми благодарностями клиентов — чтобы перебить старые негативные форумные сигналы, которые агент достаёт глубже второй страницы выдачи.	За 36 часов ChatGPT убрал гео-атрибуты и начал цитировать удержание 97% в генеративных ответах. Наблюдение спикера на собственном агентском домене.	YouTube, t=2998s
EU: Google AIO + конверсия on-page	Эдвард Штурм (Edward Sturm) + Кай Кромвелл (Kai Cromwell); Shopify-воркфлоу	Кейс / доклад	Гипотеза: короткий TL;DR / Key Takeaways сверху страницы одновременно ускоряет решение пользователя и даёт LLM точку входа. Реализация (Shopify): выгрузка URL из GSC → парсинг через OpenAI for Sheets / Perplexity Sonar → 5–6 тезисов → кастомное meta-поле Key Takeaway → массовая заливка (Matrixify / Ablestar).	По Штурму: +33% конверсии на статьях и товарных страницах после TL;DR-блока. По Кромвеллу: массовый Key Takeaways по всему блогу разворачивается <30 минут и даёт ночной буст видимости в LLM (спикерская оценка, не слепой A/B).	YouTube, t=20s

Регион / Движок	Источник и автор	Тип материала	Суть / Гипотеза / Рабочая связка	Ключевые метрики / Результат	Ссылка на первоисточник
EU: ChatGPT / SparkToro	Рэнд Фишкин → практика Стива Тота (Steve Toth); био-фраза SparkToro	Кейс / доклад	Гипотеза: повторяемая описательная био-фраза на сторонних площадках (подкасты, спикерские страницы) создаёт ассоциацию сущность↔категория. Реализация: во все публичные био вшита строка «the makers of fine audience research software».	169 проиндексированных вхождений фразы. На запрос ChatGPT «best audience research software» SparkToro оказывается на первом месте (наблюдение докладчика на момент записи).	YouTube, t=596s Подтверждение формулировки био Rand/SparkToro
EU: retrieval / RAG (теория цитирования)	Fahrbach, Ramalingam, Zadimoghaddam, Ahmadian, Citovsky, DeSalvo — NeurIPS 2025	Патент / научная публикация	Гипотеза статьи: при отборе подмножества из корпуса недостаточно максимизировать релевантность (submodular utility) — нужна max-min диверсификация, иначе набор источников схлопывается в почти одинаковые документы. Алгоритм GIST решает MDMS через серию maximum independent set + bicriteria greedy.	Теоретический гарант: 1/2-approximation; лучшее приближение NP-трудно. Для GEO это объясняет, почему движок цитирует 3–5 разнородных доменов, а не топ-5 почти копий, и почему «ещё одна такая же» страница бренда не вытесняет уже выбранный сторонний листинг.	arXiv:2405.18754 GIST
RU: Яндекс Нейро + ChatGPT + Perplexity + DeepSeek + Google AI	В. Назаров / Head Promo × Central Trans; Топвизор-Журнал, чемпионат 2026	Кейс	Гипотеза: этапность GEO (анализ источников ответа → промпты как сценарии → schema/FAQ/E-E-A-T → дистрибуция на VC/Дзен/Sostav/TenChat). Реализация за 4 месяца (09–12.2025), >100 GEO-промптов по B2B-логистике.	Видимость бренда в ИИ-ответах 1% → 49%. Доля ссылок на сайт как первоисточник 33%. По движкам: DeepSeek 58,8%; ChatGPT 58,8%; Алиса GPT 52,9%; Perplexity 47,1%; Яндекс с Алисой 41,2%; Google AI 35,0%. 10+ B2B-заявок.	Топвизор: Head Promo × Central Trans 1%→49%
RU: мультидвижок, бренд vs домен	В. Назаров / Head Promo × Vertical Invest; Топвизор-Журнал	Кейс	Гипотеза: видимость бренда в рекомендации и видимость домена как источника — разные метрики. Реализация: 6 кластеров, 97 промптов, 31 единица контента с блоками для цитирования; дистрибуция VC/Sostav/TenChat/Дзен/ReGrade.	3 месяца: видимость бренда 9% → 56%; видимость сайта-источника 8% → 15%. Позитивная тональность 82,35% → 99,21%. Заявленная конверсия GEO 10–15% vs SEO 4–7% vs Директ 1–3%.	Топвизор: Head Promo × Vertical Invest 9%→56%
RU: Яндекс Нейро / Алиса	Mihaylov Digital × «Нескучные финансы»; Топвизор-Журнал 2026	Кейс	Гипотеза: чеклист из 16 пунктов на статью + HTML-карта + lastmod + страницы авторов + якорные ссылки делают текст извлекаемым для нейроответа.	Кейс чемпионата: вывод финансового аутсорсинга в нейроответы. Часть чеклиста (lastmod, авторские страницы, карта) переносится на Запад; Яндекс Нейро/Алиса — локальный контур.	Топвизор: Mihaylov × Нескучные финансы
RU + техконтур GEO	Д. Кондаков / ipos.digital × CNCINS; Топвизор-Журнал 2026	Кейс	Гипотеза: ИИ-трафик упирается в технику — JS-рендер, PDF без текстового слоя, регрессия разметки. Реализация: тех-чеклист GEO.	+1500% трафика из ИИ (цифра кейса чемпионата). Пиксель Тулс и RU-каталоги не переносятся 1-в-1 на US.	Топвизор: ipos.digital +1500% AI traffic
RU: GEO локального бизнеса (рейтинги)	Д. Дамарнацкий, гранитная мастерская; Топвизор-Журнал 2026	Кейс	Гипотеза: единица контента = методология рейтинга, а не «статья про услугу». UGC сильнее форумов; видео из рейтингов; экосистема перелинковки.	Кейс чемпионата по GEO мастерской. На US не переносятся EMD-домены, Ответы Mail.ru и площадки Рунета; методология рейтинга — переносится.	Топвизор: GEO гранитной мастерской
EU/RU: Knowledge Graph без Википедии	Е. Молдовану; Топвизор-Журнал 2026	Кейс	Гипотеза: панель сущности собирается со стека площадок, не только из Wikipedia. Реализация: список площадок для сущности, разбор 4 ошибок, проверка через KG API, горизонт 90 дней.	Кейс заявлен как переносимый на US целиком. Согласуется с тредом r/TechSEO: без Wikipedia классический KG Google часто не всплывает, но LLM-сущность живёт на Wikidata + сторонних графах.	Топвизор: Knowledge Graph без Википедии

Регион / Движок	Источник и автор	Тип материала	Суть / Гипотеза / Рабочая связка	Ключевые метрики / Результат	Ссылка на первоисточник
EU ChatGPT	Tenable Research, адвайзори TRA-2025-22; автор находки — Liv Matan. Опубликовано 15 июля 2025.	Аналитика / security research advisory	В веб-интерфейсе ChatGPT параметр ?q= подставлял переданный текст прямо в поле ввода и отправлял его автоматически, без подтверждения пользователя. То есть содержимое ссылки становилось сообщением от имени пользователя в момент клика. Дополнительно через параметры model и searchHint можно было выбрать, какая модель обработает запрос и запустится ли веб-поиск.	Уровень риска высокий, CVE нет. Tenable сообщила о находке в апреле 2025-го, окончательный фикс подтвердили в июле. OpenAI доработала обработку ссылок и запретила автоотправку, если переход пришёл с чужого сайта.	TRA-2025-22
EU ChatGPT + Perplexity	Олег Шестаков (Founder Rush Agency & Black Flag SEO)	Кейс / доклад	Гипотеза: как попасть напрямую в «мозг» LLM? Создаётся инъекция промпта в ссылку, закупается Pop-Under трафик из нужного GEO. Далее мы получаем профит в виде прихода юзеров с ChatGPT — это наши Pop-Under — и прихода Консенсус-бота, который формирует мозги ChatGPT. На второй день мы начинаем попадать в рекомендации моделей. Работает это за счёт того, что анонимные сессии OpenAI и других не переживают о данных пользователей и передают ссылки из их промптов на индексацию.	Получение профита: приход юзеров с ChatGPT — это наши Pop-Under — и приход Консенсус-бота, который формирует мозги ChatGPT. На второй день мы начинаем попадать в рекомендации моделей.	YouTube. t=880
RU/EU Яндекс Нейро + ChatGPT + Perplexity + DeepSeek + Google AI	Влад Аксютин / RECONVERSIA GROUP × MyGamingLicense / LicenseGentlemen; Топвизор-Журнал, чемпионат 2026	Кейс	Гипотеза: в эпоху LLM Bing недооценён как retrieval-слой Copilot, DuckDuckGo и части OpenAI; performance-цикл (Scrumban) быстрее классического Google-SEO. Реализация на двух доменах лицензирования iGaming (02.2025–04.2026): безанкорные сабмиты вокруг homepage + кросспостинг блога, семантические коконы, продуктовая воронка главная→подтверждение→thank-you, YouTube, тесты ПФ в Bing.	топ-1 Bing по популярным игровым лицензиям USA за 50 дней; 100% покрытие коммерческих запросов в топ-1 Bing	Топвизор: RECONVERSIA. B2B iGaming

Ключевые паттерны

Закономерности, которые чаще всего повторяются в успешных связках и по RU, и по EU.

- Цитируется пассаж, а не страница.** Патент Google на custom corpus / pairwise ranking, кейс TheSEOCentral (#2 в органике, 0 цитат в AIO) и ×6 Кокос после пересборки «определение + факты в первых абзацах» говорят об одном: побеждает chunk, который напрямую закрывает claim.
- Доказательства сильнее стиля.** Контролируемый GEO-эксперимент KDD 2024 даёт тройку: статистика, именные цитаты, ссылки на первоисточник (+30–40% visibility). Keyword stuffing вредит. Набор воспроизведён и академически, и в агентских пересборках.
- Сущность подтверждается снаружи, не только on-site.** Фейковый дилер «пробил» Яндекс и Perplexity через Дзен/VC/рейтинги и умер в ChatGPT без Карт, 2ГИС и реестров. Xponent21, Growth Pro и VC-кейс с Prompt Win Rate 8→55% наращивали цитаты через сторонние упоминания.
- Покрытие fan-out бьёт одну «идеальную» статью.** На западе query fan-out даёт +161% к вероятности цитаты. В RU ту же роль играет глоссарий узких B2B-терминов и кластеры вместо одиночных URL.
- Свежесть и машиночитаемость — технический минимум.** IndexNow + Bing AI Performance объясняют взрыв Copilot-цитат за дни на «мёртвых» доменах. В RU ту же роль играют карточка Яндекс Бизнеса, Schema/microdata и индекс Яндекса.

Различия RU (Яндекс Нейро / Алиса) и EU/West (Google AIO, Perplexity, ChatGPT, Copilot)

- **Ширина пула источников.** Яндекс Нейро схлопывается к органическому топу: 63% URL из топ-5, «нет в топ-20 — нет в нейроответе», доля внетопных источников за полгода 40%→10%. Google AIO разошёлся с топ-10: overlap 76%→38% (Ahrefs) или ~17% (BrightEdge); треть цитат — за пределами топ-100.
- **Граф доверия.** Нейро опирается на RU-экосистему: органический индекс Яндекса, Яндекс Бизнес / Карты, Дзен, VC, Хабр. ChatGPT жёстче требует пересечения независимых графов. Google AIO дополнительно тянет UGC/видео. Copilot practically = Bing-индекс + IndexNow.
- **Коммерция и бренд.** После запуска Нейро в RU выиграли брендовые домены (+20–30% инфо-трафика), просели серые контентные проекты. На западе AIO чаще забирает клик у всех издателей (–38...–40% CTR в каузальном эксперименте).
- **Измерение.** У Microsoft есть first-party AI Performance в Bing Webmaster Tools. У Яндекса — раздел видимости в Алисе в Вебмастере, но impressions по нейроответу почти не отдаются. Google не отдаёт цитаты AIO в GSC сопоставимо.

Практический вывод

В Яндекс Нейро сначала выигрывается органика топ-5 + карточка сущности + извлекаемый definition-block. В Google / Perplexity / Copilot — покрытие fan-out, внешние подтверждения бренда и пассажи с цифрами и цитатами, даже если страница не на первой органической странице.

Оговорка по докладам и серым связкам

Доклады Landwehr / Dooley / Reynolds дают конкретные механики (сбфолдеры под Reddit, дисконт first-party, семантические триплеты в соцпостах, футер как консенсус-атрибут), но метрики +13–17 п.п., 3–5 часов в топ-20 и 15% доли цитирования с доменов-прокладок — спикерские полевые оценки, не peer-review. GIST (NeurIPS 2025) объясняет, зачем движку разнородный набор источников: max-min диверсификация не даёт набрать к почти одинаковым страниц бренда. Паразитные размещения и PBN из чемпионата Топвизора фиксируем как существующую практику арендованного траста; это не рекомендация обходить правила площадок.

Документ собран как рабочая R&D-выборка. Ссылки в последней колонке таблицы кликабельны и ведут на первоисточник (статья, патент, таймкод доклада, тред, кейс чемпионата).