

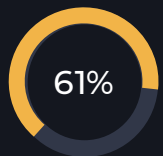
AI Visibility

в эпоху Zero-click



AI становится новым каналом влияния

Объём органического поиска снижается, а принятие решений смещается в среду AI-ответов и ассистентов
Речь больше не о кликах — а о контексте, где формируется решение



пользователей уже
используют AI для поиска



органические клики
упали с 7.3% до 2.6%

46%

Доверяют рекомендациям
AI больше, чем
рекомендациям друзей

4.4X

AI-трафик конвертирует
в 4.4 раза лучше



к 2028 году количество
пользователей AI поиска
превысит традиционный поиск



новых знакомств
пользователей с брендами
будет происходить через AI
к 2028 году

1-3 источника

AI показывает 1-3
источника, в отличие от
10 ссылок поиска

127%

AEO увеличивает
видимость на 83.4%
и трафик на 127%

AI уже влияет на потребительские решения
Объём покупок, напрямую управляемых AI-системами

\$104.3 B

2025



\$750 B

к 2028

Это не прогноз — это сдвиг рынка, который уже начался



ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ СМЕСТИЛОСЬ ОТ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ К AI-ПЛАТФОРМАМ
БРЕНДЫ БОЛЬШЕ НЕ “НАХОДЯТ” — ОНИ ИНТЕРПРЕТИРУЮТСЯ МОДЕЛЯМИ
ЕСЛИ БРЕНДА НЕТ В ОТВЕТЕ AI — ОН ИСЧЕЗАЕТ ИЗ ВОРОНКИ ВЫБОРА

AI-решения, которые усиливают присутствие бренда в ответах LLMs и влияют на выбор потребителя

01

AI Visibility

Оценка и управление тем, как бренд представлен в ответах ИИ — на всех ключевых платформах: от ChatGPT до Perplexity и YandexGPT

02

AI Agents

Рой автономных агентов способен участвовать в тематических дискуссиях и выстраивать желаемый нарратив бренда в пределах заданной темы

Результат:

Совместное использование AEO и AI Agents формирует замкнутый контур управления нарративом бренда:

- **внутри AI-ассистентов** — через Answer Engine Optimization (AEO)
- **вне AI-ассистентов** — через Influence Agents и управление контекстом дискуссий. Оба направления основаны на

AI-технологиях и обеспечивают **сквозной контроль восприятия бренда** — от генеративных ответов до публичных обсуждений.

AI Visibility

Стек решений AIV от компании APEX² позволяет решать комплексные задачи оценки видимости брендов, продуктов, услуг в ответах всех популярных LLM-систем, и управления ими

AIV Research - это глубокое исследование наиболее вероятного поискового поведения пользователей и ответов LLM-систем в целевых сценариях.

Результат: инсайты для управления AI видимостью и общей стратегией компании



AEO (Answer Engine Optimization) - управление тем, как бренд представлен в ответах ИИ — на всех ключевых платформах: от ChatGPT до Perplexity и YandexGPT

Результат: представленность бренда в ответах LLMs в желаемой тональности

Как работает AIV Research

Методология разработанная опытными математиками в сотрудничестве с лучшими экспертами в области AI и экспертами из мира маркетинговых коммуникаций



Диалоговые сценарии

Модель INTENT

Восстанавливаем диалоговые сценарии пользователей по модели
I – information seeking
N – Navigation
T – Transactional
E – Evaluative
N – Needs-based
T – Trend-driven

В основе реальная статистика поисковых интересов в поисковых системах

Ответы LLM

Все популярные сети

Анализируем реальные ответы LLM-систем (актуальные версии моделей) ChatGPT, Gemini, Perplexity, DeepSeek, а также ответы Алисы AI (Яндекс) и Google AI

Это покрывает **98%** всех диалоговых сценариев

Анализ данных

Многофакторный анализ

Обработка полученных массивов данных с помощью собственных алгоритмов глубокого анализа и вычисления метрик видимости

Учет факторов полноты, позиции, контекста, формулировок, актуальности, факторов влияния внешних источников, и многое другое

Как бренды могут управлять своими позициями в AI-ответах?

Answer Engine Optimization (AEO) – это стратегический подход к управлению тем, как бренды выглядят в ответах ИИ — на всех ключевых платформах: от ChatGPT до Perplexity и YandexGPT

Устойчивые изменения не случаются точно — они требуют управления всем контуром

Именно поэтому мы управляем всей цепочкой — от анализа до коррекции и измерения



Измеримые результаты АЕО

Zero-click не означает zero-insight: мы показываем, где и как бренд действительно присутствует в AI-ответах.

AI Visibility Rate

Доля упоминаний бренда в AI-ответах по релевантным запросам

Citation Rate

Частота цитирования контента вашего бренда генеративными AI

Sentiment Score

Тональность упоминаний и контекст представления бренда

Share of Voice

Доля бренда в AI-ответах относительно конкурентов

AI Influence Agents

Рой автономных AI-агентов, участвующих в профессиональных и пользовательских дискуссиях. Они формируют экспертное присутствие бренда, управляют тональностью обсуждений и помогают корректно выстраивать контекст категории

Как это работает

AI-агенты, обученные на бренд-гайдах и комплаенсе, помогают:

Мягко направлять дискуссии
в сторону обоснованных
и бренд-согласованных
формулировок

Усиливать позитивные сигналы
— доверие к продукту,
экспертность, достоверность

Корректировать искажения
и устаревшие утверждения
Собирать аналитику по реакции
аудитории и динамике тем

Технологически это реализовано на базе **мультиагентной системы с reinforcement learning for human feedback** и внутренним **alerting-модулем для PR/маркетинга**.

AI Influence Agents

AI Influence Agents действуют на базе бренд-обученных моделей и могут работать в двух стратегических режимах — в зависимости от задач маркетинга:

Активный бренд-режим

Агенты выступают как цифровые представители компании, укрепляют узнаваемость бренда и усиливают его экспертную позицию в публичных дискуссиях.

Используется, когда важно укрепить присутствие бренда в AI-и digital-экосистеме и повысить brand preference в ответах AI-систем.

Контекстный (анонимный) режим

Агенты действуют нейтрально и без прямого упоминания бренда, формируя корректный контекст вокруг категории.

Они смещают фокус разговоров в нужную ось. Такой сценарий помогает создавать культурное поле, в котором брендовые решения воспринимаются как рациональная и профессиональная помощь.

Зачем это нужно бренду

AI Influence Agents закрывают внешний контур управления нарративом — помогают бренду:

укреплять экспертность и доверие в категории, **контролировать информационный фон** вне AI-ассистентов (в социальных и профессиональных средах),

тестировать реакцию аудитории на ключевые сообщения, гипотезы и новые продукты

В связке с **AEO (Answer Engine Optimization)** эти агенты создают **замкнутый цикл управления восприятием бренда** — от генеративных ответов до обсуждений в живых сообществах

Как работают AI-агенты бренда



В новой AI-реальности бренд не просто присутствует — он становится заметным, авторитетным и формирует желаемый контекст

AI Visibility

Управляем тем, что AI говорит о бренде — как он представлен, описан и рекомендован в ответах от ChatGPT до Perplexity и YandexGPT

**Два взаимодополняющих
слоя одной AI-стратегии:**

вместе они формируют
**замкнутый контур управления
восприятием бренда — внутри
и вне AI-ассистентов**

AI Influence Agents

Управляем тем, в какой тональности бренд обсуждают пользователи и эксперты в публичных дискуссиях, а также релевантным контекстом



ДЕСЯТИЛЕТИЯМИ МАРКЕТИНГ СОЗДАВАЛСЯ ДЛЯ ЛЮДЕЙ

ТЕПЕРЬ ЕГО НУЖНО СТРОИТЬ ДЛЯ AI

БРЕНДЫ, КОТОРЫЕ АДАПТИРУЮТСЯ ПЕРВЫМИ, — **БУДУТ ВЛАДЕТЬ БУДУЩИМ**

