

ЧТО НА САМОМ ДЕЛЕ
УВИДЯТ В ВАШЕМ
СЛЕДУЮЩЕМ ОТЧЕТЕ?

RAEX x
RATING REVIEW

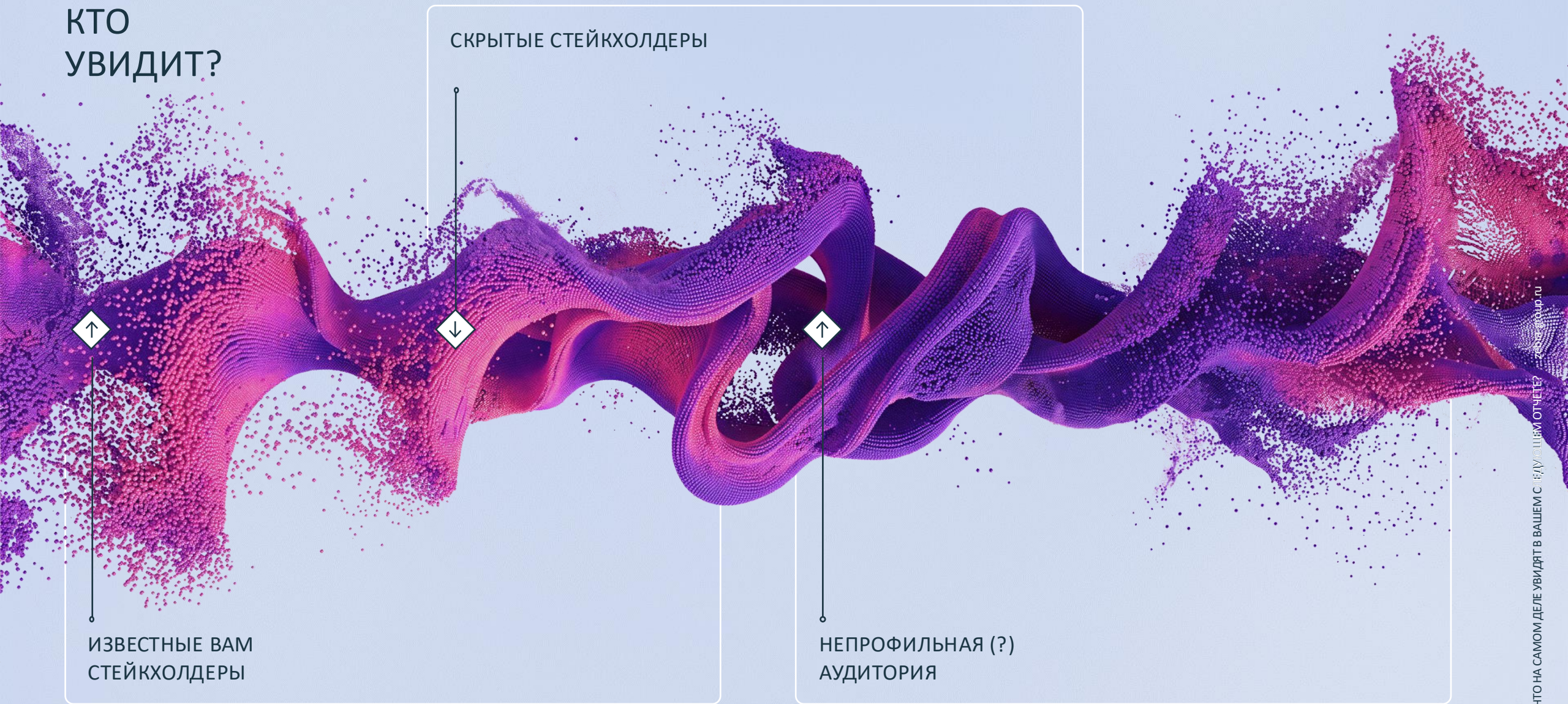


ZEBRA-GROUP.RU



КТО
УВИДИТ?

КТО УВИДИТ?





КАК ОНИ ЧИТАЮТ?

МОБИЛИЗАЦИЯ ТРАФИКА

ФАКТЧЕКИНГ НЕ В ПОЧЕТЕ

СОКРАЩЕНИЕ ВРЕМЕНИ КОНТАКТА

ПРОКСИРОВАНИЕ КОНТЕНТА

~~ВКАЛЫВАЮТ~~ ЧИТАЮТ РОБОТЫ, А НЕ ЧЕЛОВЕК



ТОЛЬКО ФАКТЫ

58%

обращений к сайтам — боты
(Cloudflare, июнь-2026)

26,7%

обращений к сайтам — ИИ
(Cloudflare, май-2026)

На 8000%

ИИ-агенты и боты за год
увеличили активность
(ixbt.com, 25 июля
2026 года)

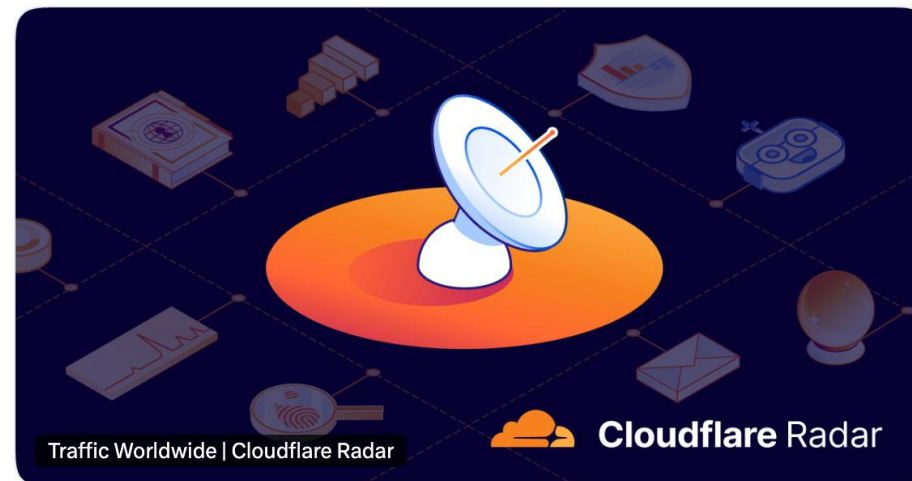
16–18%

людей пользуются разговорными ИИ
(отчет Microsoft „Global AI Diffusion
Report“, март-2026)



Matthew Prince
@eastdakota

Welp, that happened faster than I predicted. Thought it would be end of 2027, then early 2027, but agentic traffic growing so fast that bots have now passed human traffic online for the first time in the Internet's history.



From radar.cloudflare.com

4:39 PM · Jun 3, 2026 · 2.3M Views



400



2K



8.3K



2.6K



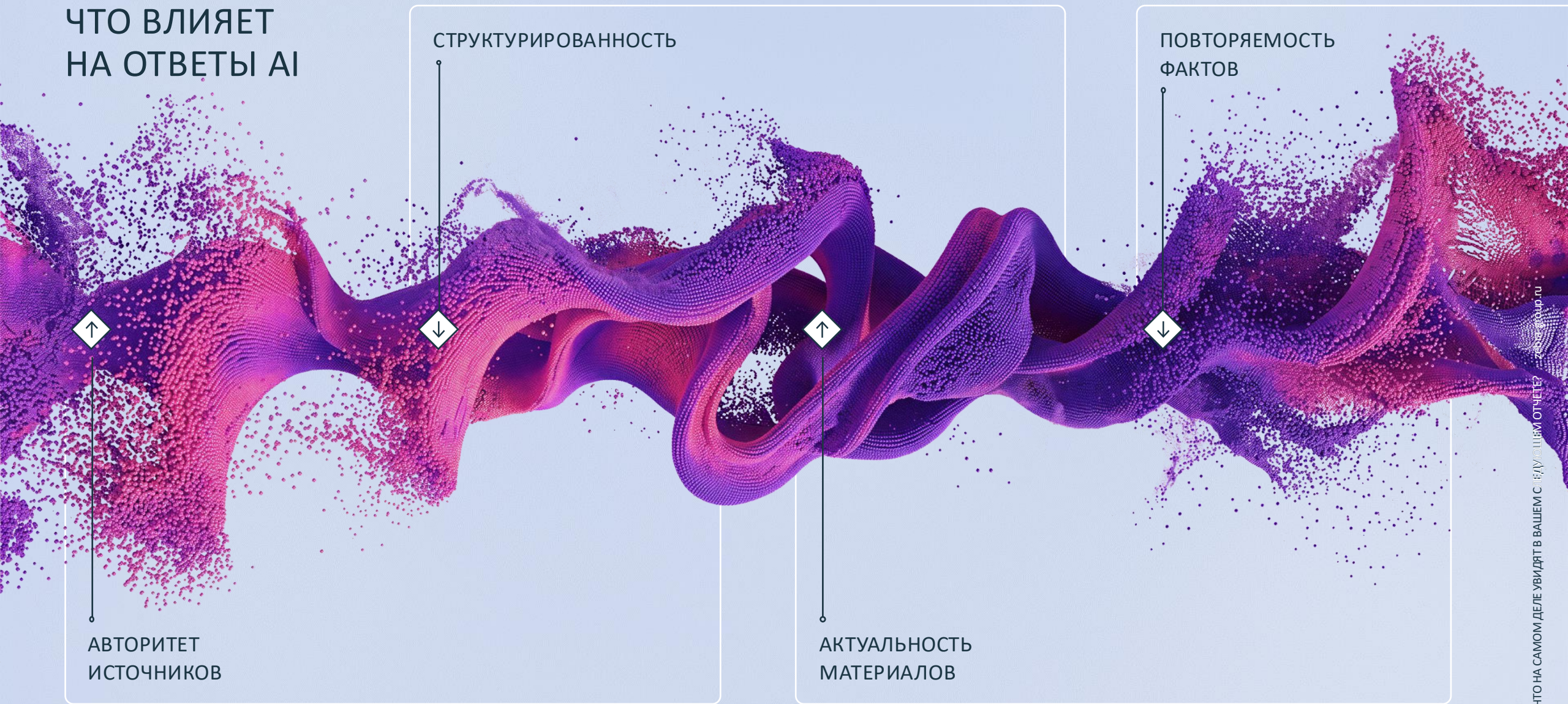
Elon Musk
@elonmusk · Jun 4
Wow

GEO — ЭТО SEO 2.0



ЧТО ЖЕ СДЕЛАТЬ,
ЧТОБЫ УВИДЕЛИ
«ТО»?

ЧТО ВЛИЯЕТ НА ОТВЕТЫ AI



ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01** Работать с аудиторией
- 02** Писать контент
- 03** Издать отчет в интерактиве и PDF
- 04** Корректно разместить и продвигать отчет
- 05** Поддержать контент отчета по другим каналам
- 06** Проверять, что выдают поисковик и ИИ
- 07** Анализировать эффективность вашего отчета

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01** Работать с аудиторией
- 02** Писать контент
- 03** Издать отчет в интерактиве и PDF
- 04** Корректно разместить и продвигать отчет
- 05** Поддержать контент отчета по другим каналам
- 06** Проверять, что выдают поисковик и ИИ
- 07** Анализировать эффективность вашего отчета

РАБОТАТЬ С АУДИТОРИЕЙ

1. Регулярные коммуникации с текущими стейкхолдерами
2. Расширение круга стейкхолдеров
3. Поддерживайте в актуальном состоянии список ЧaBo

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01 Работать с аудиторией
- 02 **Писать контент**
- 03 Издать отчет в интерактиве и PDF
- 04 Корректно разместить и продвигать отчет
- 05 Поддержать контент отчета по другим каналам
- 06 Проверять, что выдают поисковик и ИИ
- 07 Анализировать эффективность вашего отчета

ПИСАТЬ КОНТЕНТ

1. Выбрать тему, нарратив и разворачивать последовательно
2. Избегать противоречий
3. Единообразие информации среди множественных источников
4. Структурированный контент
5. Понятный и простой язык
6. Полная аналитика, а не только выводы + график
7. Данные: показатель + период + единица измерения + score.
8. Использовать полное название компании (где это уместно)

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01 Работать с аудиторией
- 02 Писать контент
- 03 Издать отчет в интерактиве и PDF**
- 04 Корректно разместить и продвигать отчет
- 05 Поддержать контент отчета по другим каналам
- 06 Проверять, что выдают поисковик и ИИ
- 07 Анализировать эффективность вашего отчета

ИЗДАТЬ ОТЧЕТ В ИНТЕРАКТИВЕ И PDF

1. Структурированная подача (управление вниманием)
2. Дизайн как функция и поддержка, а не самоцель
3. Навигация и UI
4. Логическая разметка
5. Верстка блоками без разрывов
6. Нюансы: переносы, невидимые символы и пр.
7. Ссылки на внешние источники
8. Метаданные
9. Другие применимые правила SEO
10. Доступность для мобильных устройств и пользователей с особыми потребностями
11. Адекватность наименования файла
12. Подконтрольность домена и сервера (для интерактивного отчета)
13. Не забывать про структурированные данные / iXBRL

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01 Работать с аудиторией
- 02 Писать контент
- 03 Издать отчет в интерактиве и PDF
- 04 Корректно разместить и продвигать отчет**
- 05 Поддержать контент отчета по другим каналам
- 06 Проверять, что выдают поисковик и ИИ
- 07 Анализировать эффективность вашего отчета

КОРРЕКТНО РАЗМЕСТИТЬ И ПРОДВИГАТЬ ОТЧЕТ

1. Разместите отчет на своем сайте и позаботьтесь о странице публикации:
 - стабильный URL;
 - дата публикации/обновления;
 - нормальная посадочная страница (landing page);
 - внутренние ссылки
 - полноценный HTML отчет рядом с PDF.
2. Выпустите релиз о выходе отчета
3. Разошлите информацию о выходе отчета стейкхолдерам
4. Включите в материалы ссылки на все форматы вашего отчета
5. Обеспечьте разумное дополнительное продвижение:
репосты, агрегаторы, телеграм-каналы, профильные сообщества,
экспертное сообщество, региональные каналы и пр. (при необходимости)

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01 Работать с аудиторией
- 02 Писать контент
- 03 Издать отчет в интерактиве и PDF
- 04 Корректно разместить и продвигать отчет
- 05 Поддержать контент отчета по другим каналам**
- 06 Проверять, что выдают поисковик и ИИ
- 07 Анализировать эффективность вашего отчета

ПОДДЕРЖАТЬ КОНТЕНТ ОТЧЕТА ПО ДРУГИМ КАНАЛАМ

1. Семантическая непротиворечивость каналов (разные тексты, но одинаковые факты)
2. Поддерживающий контент вне отчета, в первую очередь FAQ
3. Система кросс-ссылок на отчет и из него

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01 Работать с аудиторией
- 02 Писать контент
- 03 Издать отчет в интерактиве и PDF
- 04 Корректно разместить и продвигать отчет
- 05 Поддержать контент отчета по другим каналам
- 06 Проверять, что выдают поисковик и ИИ**
- 07 Анализировать эффективность вашего отчета

ПРОВЕРЯТЬ, ЧТО ВЫДАЮТ ПОИСКОВИК И ИИ

Простой протокол: 20-30 основных вопросов в 4-5 основных ИИ на обоих языках и фиксировать:

1. упомянута ли компания;
2. правильный ли ответ;
3. какой источник процитирован;
4. официальный ли он;
5. соответствует ли цифра отчету;
6. есть ли галлюцинации;
7. меняется ли ответ через месяц.

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- 01** Работать с аудиторией
- 02** Писать контент
- 03** Издать отчет в интерактиве и PDF
- 04** Корректно разместить и продвигать отчет
- 05** Поддерживать контент отчета по другим каналам
- 06** Проверять, что выдают поисковик и ИИ
- 07** **Анализировать эффективность вашего отчета**

АНАЛИЗИРОВАТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВАШЕГО ОТЧЕТА

Люди

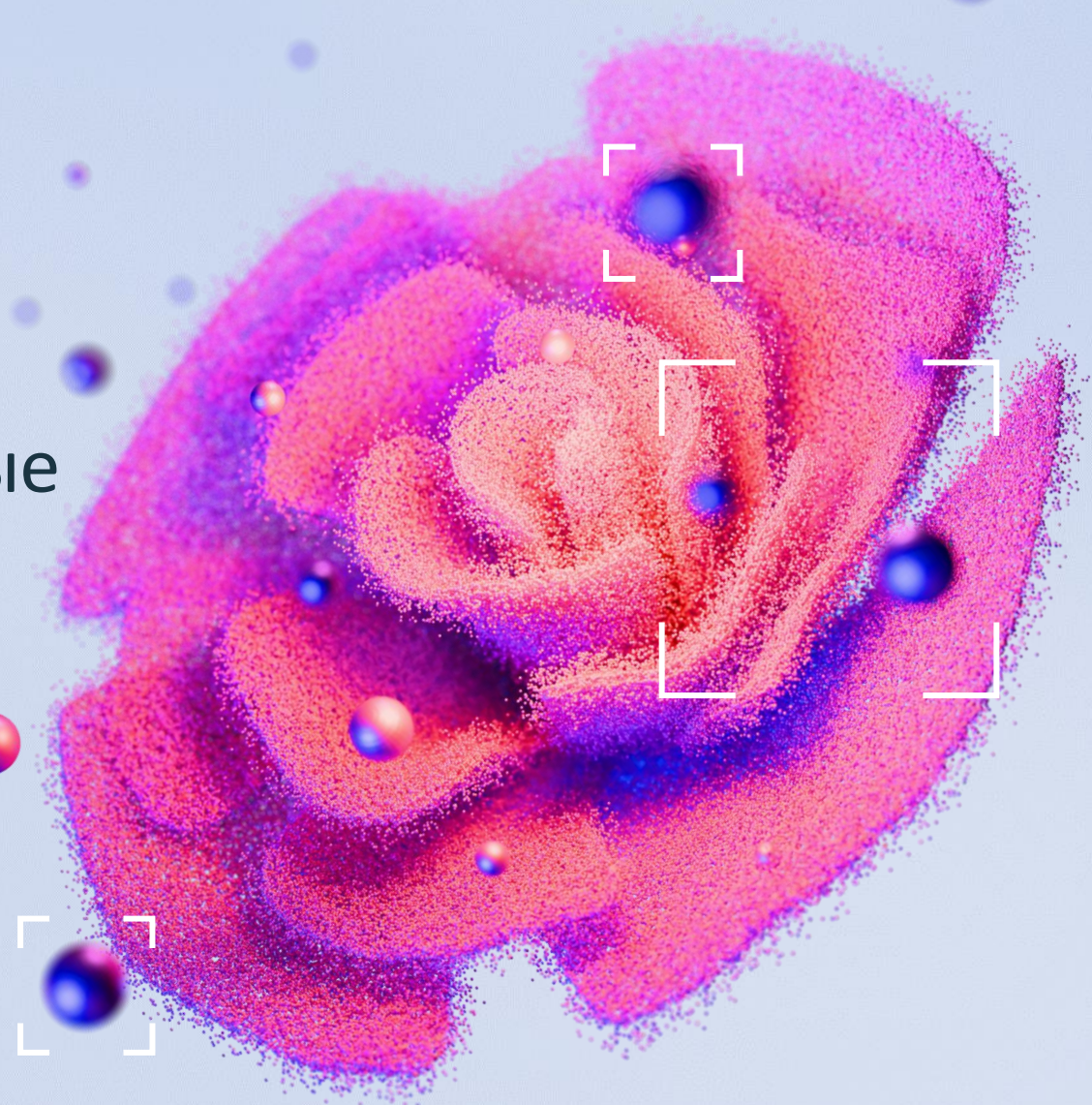
1. посетители;
2. вовлеченность;
3. скачивания отчета / PDF;
4. целевые действия стейкхолдеров.

Машины

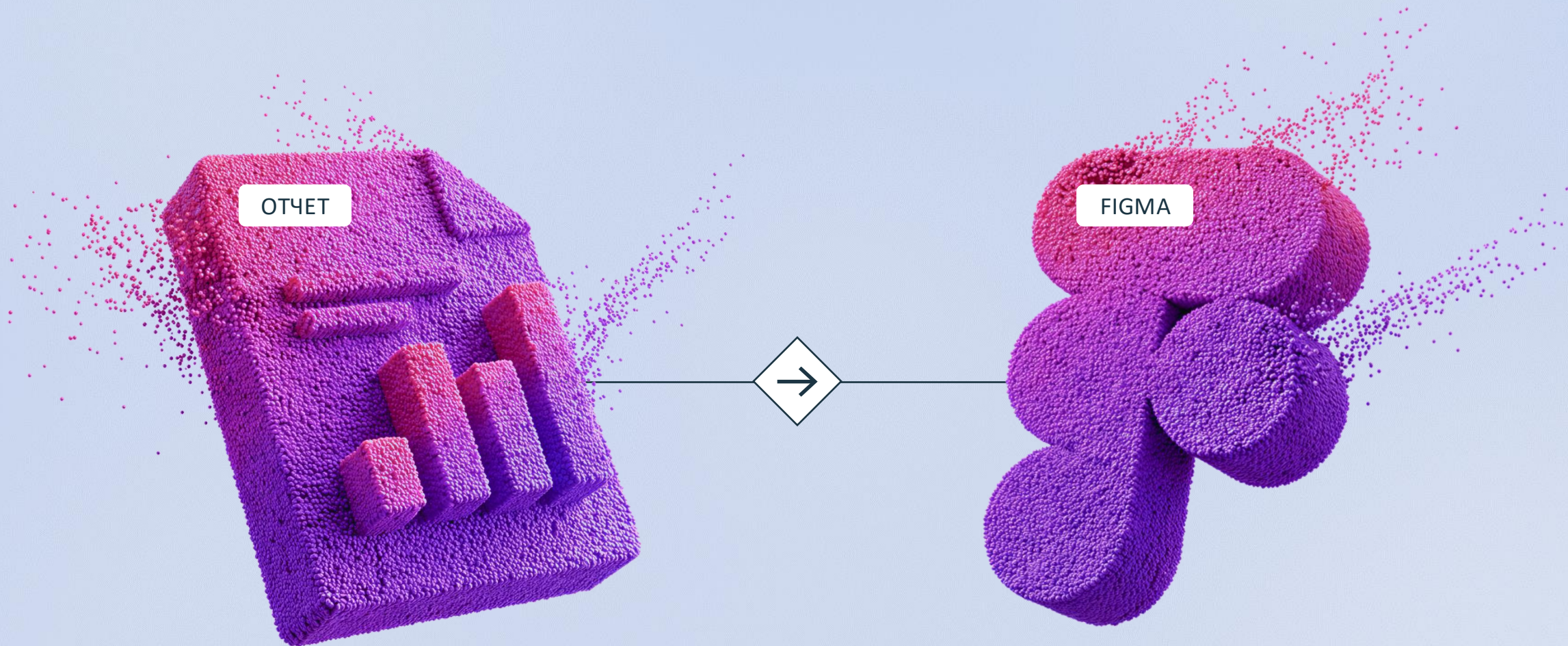
1. доступность для поисковых и AI-роботов;
2. качество извлечения контента;
3. индексация;
4. частота цитирования в ответах ИИ / доля присутствия в AI-ответах;
5. фактическая точность;
6. доля ответов, в которых ИИ ссылается на оф. источник.

КАК РЕЗУЛЬТАТ УВИДЯТ...

И люди, и машины
с гораздо большей вероятностью
увидят
именно те факты и акценты, которые
вы заложили



КАК НЕ ДЕЛАТЬ



НАСКОЛЬКО ВСЁ «ПЛОХО»

Критерий	2024	2025
Поиск в Acrobat	8/10	3/10
Копирование одного абзаца	7/10	5/10
Копирование нескольких колонок	6/10	3/10
Надёжность точного цитирования	7/10	4/10
Линейный text extraction	7/10	5/10
RAG без layout-модели	7/10	4/10
Современная layout-aware модель	7/10	6/10
Практическая машиночитаемость	7/10	4,5/10

ЧТО НА САМОМ ДЕЛЕ УВИДЯТ В ВАШЕМ СЛЕДУЮЩЕМ ОТЧЕТЕ? zebra-group.ru

КАК БЫТЬ, ЕСЛИ МЫ УЖЕ...

FIGMA

РЕКОМЕНДАЦИИ

- ◆ Изучите рекомендации выше
- ◆ ... и больше так не делайте
- ◆ не переделывать дизайн с нуля;
- ◆ создать нормальный интерактивный отчет HTML или хотя бы landing page;
- ◆ исправить/перезэкспортировать в валидный PDF;
- ◆ проверить логическую последовательность текста (порядок копирования для извлечения);
- ◆ опубликовать ключевые таблицы дополнительно в XLSX/CSV/iXBRL, где применимо;
- ◆ разрешить нужным поисковым и ИИ паукам доступ;
- ◆ прогнать тестовые запросы (см выше).

СПАСИБО!