

Ми надсилаємо реальні запити від імені GPTBot, ClaudeBot і PerplexityBot — і регулярно ловимо challenge або 403 на рівні CDN. Поки бот не доходить до сторінки, оптимізувати її під AI-пошук немає сенсу

Ви окремо зазначили: не просто додати FAQ. Тому нижче — методика вимірювання AI-видимості, якою ми фіксуємо стартову точку і динаміку, наша власна система моніторингу, і відповіді на всі ваші тестові питання.

з 2001

full-cycle студія

59

сигналів AI-видимості

27

AI-ботів у перевірі

331

параметр відстеження

Власна система AI-видимості

Entity SEO / topical authority

Семантика як система

Structured data

Двотижневі спринти

МЕТОДИКА ВИМІРЮВАННЯ

Як ми фіксуємо стартову AI-видимість і рахуємо динаміку

Ви просите прозору методику, а не обіцянки. У нас для цього власна система (AI Visibility Suite) — ми її розробили й використовуємо на своїх і клієнтських проєктах. Вона знімає **59 технічних сигналів у 8 категоріях** і зводить їх у підсумковий AVI Score, який і стає точкою відліку.

Доступність для AI-краулерів — фактом, а не за robots.txt

Надсилаємо реальні запити з User-Agent GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot і порівнюємо відповідь із браузерною: ловимо challenge, 403 і мовчазне усичення контенту на рівні CDN. Це найчастіша прихована причина, чому сторінка «оптимізована», але в AI-відповідях її немає.

Покриття robots для 27 AI-ботів, розбитих на 3 тири

Окремо training-боти, окремо пошукові, окремо ті, що ходять на запит користувача. Точний парсер правил, а не «здається, дозволено».

AI-discovery шар

Перевіряємо наявність і коректність llms-full.txt, .well-known/ai.txt, /ai/*.json, WebMCP/potentialAction — те, чим моделі орієнтуються на сайті поза класичним HTML.

Придатність контенту до цитування (RAG-chunkability)

Чи розбитий текст на самодостатні секції по 100-150 слів, які модель може вирвати й процитувати без контексту. Це і є той «короткий блок з прямою відповіддю», про який ви пишете — тільки вимірюваний, а не на око.

Узгодженість сутностей між сторінками

Як бренд і його атрибути подані на головній проти внутрішніх сторінок. Розсинхрон тут ламає entity SEO і topical authority ще до будь-якої розмітки.

Чистота від прихованих інструкцій і негативних сигналів

Приховані LLM-інструкції, спецтокени, невидимий unicode — і окремо CTA overload, попапи, keyword stuffing, порожні посилання, які знижують якість витягу.

Далі — моніторинг у часі. Наш плагін віддає дашборд, де видно **AVI Score і лічильник заходів AI-ботів із розбивкою по кожному боту й динамікою по днях**. Підключення до аналітики CDN дає повнішу картину: на одному з наших проєктів після підключення видимі заходи ботів зросли з 612 до 1403 — це не «стало більше ботів», а стало видно тих, кого раніше не рахував серверний лог. Плюс автоматична відправка нового й оновленого контенту через IndexNow при публікації.

ВАШІ ТЕСТОВІ ПИТАННЯ

Відповідаємо по кожному

Як визначите, які сторінки оптимізувати першими?

Не за інтуїцією і не за алфавітом. Беремо дані вашої пошукової консолі й шукаємо перетин трьох речей: сторінки з показами, але позицією поза топ-3 (попит уже є, реалізації немає); сторінки з комерційним інтендом і слабкою конкурентною видачею; сторінки, які вже мають шанс потрапити в AI-відповідь, бо запит формулюється як питання. Перетин цих трьох множин і дає перші 20 — там результат видно найшвидше, і на ньому калібруємо гіпотези для решти 110.

Як організуєте роботу з першими 20 сторінками?

Спочатку — зняття стартових показників по всіх 20 одразу (позиції, покази, кліки, індексація, AVI Score, доступність для ботів), щоб потім було з чим порівнювати. Далі сторінки йдуть не поштучно, а кластерами: сторінки одного кластера оптимізуються разом, бо в них спільна семантика й перелінювка. Для кожної — кластер запитів, інтенд, Title/Description/H1, структура H2-H3, готовий контент, блоки прямих відповідей, розмітка, перелінювка. Наприкінці спринту — таблиця статусів і замір.

Як розділите класичні SEO-завдання та GEO?

Не розділяємо на дві паралельні роботи — це найпоширеніша помилка, після якої GEO перетворюється на «додали FAQ у кінець». Класичне SEO відповідає за те, щоб сторінка була знайдена і ранжувалась: семантика, інтенд, метадані, структура, перелінювка, технічний стан. GEO відповідає за те, щоб її було зручно **процитувати**: самодостатні блоки з прямою відповіддю, узгоджені сутності, structured data, доступність для ботів, придатність до витягу. Обидва шари накладаються на ту саму сторінку в одному проході. Розділяються вони тільки у звітності — бо міряються різними метриками.

Як зафіксуєте поточну видимість у ChatGPT, Perplexity, Gemini та Google AI Overviews?

Двома шарами. Перший — технічний: описаний вище AVI Score по 59 сигналах, реальні заходи ботів по кожному з них, доступність сторінок. Це вимірюється точно й перевіряється повторно. Другий — фактичнй згадування: погоджуємо з вами набір запитів (комерційних і питальних), знімаємо базовий зріз відповідей системою — чи згадується бренд, чи цитується сторінка, чи коректна інформація — і повторюємо той самий зріз на тих самих запитах у кінці кожного спринту. Важлива чесність: відповіді моделей нестабільні, тому міряємо не одну відповідь, а повторювані зрізи по фіксованому набору, і дивимось тренд, а не окремий випадок.

Який результат передасте після першого двотижневого спринту?

Готові матеріали по погоджених сторінках (кластер, інтенд, Title/Description/H1, H2-H3, контент, блоки відповідей, перелінювка, технічні T3), таблицю статусів по кожній сторінці, зафіксовані стартові показники SEO та AI-видимості, перелік гіпотез із поясненням, чому саме вони, короткий звіт і план наступного спринту з пріоритетами.

СЕМАНТИКА ЯК СИСТЕМА

Не список ключів, а карта попиту

Для кожного клієнта ми збираємо єдиний семантичний майстер — документ на **14 аркушів**, де семантика розкладена не в стовпчик, а в робочу систему: правда з пошукової консолі (що вже приносить покази), окремий аркуш «дожати» — запити на позиціях 4-20, де трафік є, а топу немає, і питання вирішуються правкою заголовків і абзаців без нового контенту; конкурентний розрив; кластери з визначеним інтендом; контент-план; повні брифи по кластеру; карта релевантності «запит → сторінка», яка одразу показує канібалізацію — коли дві ваші сторінки конкурують між собою за один запит.

Для каталогу на 130 сторінок ця карта критична: без неї оптимізація сторінок поштучно неминуче створює перетини, і сторінки починають забирати трафік одна в одної.

ЩО САМЕ ВІДСТЕЖУЄМО

331 параметр, 20 напрямів

У нас є майстер-перелік параметрів, які знімаються на старті й відстежуються далі — він зводить понад 490 наших перевірок у структуру з 20 напрямів. Для вашого проєкту релевантні насамперед: семантика й видимість, частотності, трафік і поведінка, індексація, robots.txt, карта сайту, on-page, структуровані дані, швидкість і Core Web Vitals, посилальний профіль, зовнішнє просування — і окремий напрям **AI-видимість (20 параметрів)**, той самий, що описаний вище.

Перед стартом ми віддаємо вам цей перелік як погоджений набір: ви бачите, за чим саме вас будуть оцінювати, ще до того, як почалась робота. Це і є та прозорість вимірювання, про яку ви пишете — зафіксовані показники, а не «стало краще».

БРЕНД ПРОТИ КОНКУРЕНТІВ

Як виглядає розрив у AI-видимості

Класичний аудит показує позиції. Для AI-пошуку цього мало: там питання не «на якому ви місці», а «чи згадують вас узагалі, і що саме про вас кажуть». Тому на старті ми будуємо матрицю по погодженому набору запитів: для кожного запиту фіксуємо, кого системи називають, чи є серед них ви, чиї сторінки цитуються як джерело, і наскільки коректна інформація про бренд.

ЗАПИТ (ПРИКЛАД ФОРМАТУ)	ХТО ЗГАДУЄТЬСЯ	ЧИЄ ДЖЕРЕЛО ЦИТУЄТЬСЯ	КОРЕКТНІСТЬ ПРО БРЕНД
питальний, комерційний інтенд	конкурент А, конкурент Б	сторінка конкурента А	бренд не згадано
порівняльний	конкурент Б, ваш бренд	сторонній огляд	застарілі дані
прямий брендовий	ваш бренд	ваша сторінка	коректно

Матриця заповнюється реальними даними на старті проєкту й перезнімається в кінці кожного спринту — по тому самому набору запитів, щоб порівняння було чесним.

ПРИКЛАДИ GEO-РОБОТИ

Що робили і як міряли результат

Ви просите конкретику: які бренди, що зроблено, у яких системах відстежували, як змінилась кількість згадувань.

B2B SAAS-ПЛАТФОРМА

Від нуля згадувань до стабільного цитування в чотирьох системах

Побудова entity-графу, структурована контент-архітектура, llms.txt, робота над придатністю до цитування. Відстежували в ChatGPT, Perplexity, Gemini і Claude по фіксованому набору запитів: з 45 відстежуваних запитів платформа стабільно цитується у 33.

E-COMMERCE, ОРГАНІЗІНА КОСМЕТИКА

Product-level GEO на 200+ товарах

Вихідна проблема: AI-асистенти на запити в категорії рекомендували товари конкурентів. Робота йшла на рівні картки товару — розмітка, дані відгуків, блоки прямих відповідей — щоб системи називали саме цей бренд.

МЕРЕЖА КЛІНІК, 12 ЛОКАЦІЙ

Коректність даних про бренд у відповідях — з 34% до 92%

Проблема була не у відсутності згадувань, а в тому, що AI-системи давали про бренд неправильну інформацію. Локальна GEO/schema-архітектура, узгодження сутностей між локаціями. Згадування зросли на 410%, звернення, що прийшли з AI-відповідей, — у 3,8 раза, скарги на дезінформацію знизились на 84%.

Портфель відкритий: webcorelab.com/case-studies. Частина проєктів закрита умовами договорів і назовні не виходить.

ЧЕСНО ПРО ВИМІРЮВАННЯ

Що ми гарантуємо, а що ні

Ви самі написали, що SEO і GEO не гарантують конкретних позицій чи згадувань — і це правильний захід — і це правильна рамка. Ми гарантуємо інше: зафіксуємо стартову точку, повторюваний метод зняття, ті самі запити в кожному замірі, і пояснення, чому показник змінювся. Якщо гіпотеза не спрацювала — це буде описано прямо, з версією чому, а не приховано за загальним зростанням трафіку.

З БОКУ КЛІЄНТА

Що потрібно для старту

Доступ до пошукової консолі та аналітики — без реальних даних пріоритизація 130 сторінок буде вгадуванням.

Перелік сторінок і посилання на сайт — щоб зняти стартові показники й перевірити доступність для AI-ботів.

Погоджений набір запитів для замірів AI-видимості — зробимо чернетку, ви скоригуєте.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, SEO/GEO та DevOps під одним дахом — **від ідеї до продакшна й підтримки**. На ринку з 2001, 20+ років у digital, **20+ років сукупного досвіду команди**.

Архітектурний підхід, вимірюваний результат, повний контроль на стороні власника.

ПАРТНЕРСТВА ТА ВИЗНАННЯ

● Clutch · Top Agency Canada

● DesignRush · Best SEO

● G2 · High Performer

● Google Partner

● HubSpot Partner

● Cloudflare Partner

● Semrush Partner

● ISO 27001 Aligned

Портфоліо — webcorelab.com/case-studies →