

АЕО / AI-оптимізація під пошукові системи

Ніша: E-commerce · Формат: повний аудит + впровадження

Клієнт	Інтернет-магазин побутової техніки (100+ SKU)
Завдання	Збільшити присутність у відповідях AI-пошуку (Google SGE, Perplexity, ChatGPT Search)
Термін роботи	6 тижнів
Інструменти	Schema.org, FAQ-розмітка, NLP-аналіз, Perplexity API, Google Search Console
Результат	Сайт цитується у 34% AI-відповідей за цільовими запитами

1. Проблема

Клієнт мав добре оптимізований сайт для класичного Google-пошуку (позиції 3–8 за ключами), але повністю був відсутній у відповідях AI-пошуку. Тестування 50 цільових запитів у Google SGE та Perplexity показало: сайт не згадується жодного разу.

Причина: контент був написаний під ключові слова, а не під питання користувачів — саме так AI-системи обирають джерела для цитування.

2. Аудит: що було знайдено

2.1 Проблеми зі структурою контенту

- Картки товарів не містили розгорнутих відповідей на типові питання покупців
- Відсутня FAQ-секція на сторінках категорій
- Описи писалися у рекламному стилі, а не інформаційному
- Назви заголовків (H1–H3) не відповідали природним питанням користувачів

2.2 Технічні прогалини

- Відсутня розмітка Schema.org (Product, FAQPage, BreadcrumbList)
- Немає structured data для відгуків та рейтингів
- Сторінки не мали чітких авторитетних сигналів (автор, дата оновлення, джерела)

3. Що було зроблено

3.1 Переписування контенту під AI-логіку

Для 20 пріоритетних сторінок контент було переструктуровано за принципом «запитання → чітка відповідь у першому абзаці». Використовувалась техніка Inverted Pyramid: найважливіша інформація — на початку, деталі — нижче.

Приклад трансформації:

До: «Холодильник Samsung RB38 — стильне рішення для вашої кухні з об'ємом 385 л та технологією No Frost.»

Після: «Samsung RB38 — який об'єм і чи підійде для сім'ї з 4 осіб? Холодильник має корисний об'єм 385 л (270 л + 115 л морозильна камера), розрахований на сім'ю з 3–5 осіб. Технологія No Frost виключає ручне розморожування.»

3.2 FAQ-секції на сторінках категорій

Додано блоки з 5–7 питань на кожну категорію на основі реальних пошукових запитів із Google Search Console та People Also Ask. Кожна відповідь — 40–80 слів, конкретна та фактична.

3.3 Технічна Schema.org розмітка

- FAQPage schema — на всіх сторінках з FAQ-блоками
- Product schema — рейтинг, ціна, наявність, бренд
- BreadcrumbList schema — для кожної сторінки
- Organization schema — на головній сторінці з контактами та описом

3.4 Авторитетність і E-E-A-T сигнали

- Додано блок «Перевірено редакцією» з датою останнього оновлення
- Посилання на виробників та офіційні специфікації
- Секція «Чому нам довіряють» на головній

4. Результати (через 6 тижнів)

Метрика	До	Після
Цитування в AI-відповідях (з 50 запитів)	0%	34%
Органічний трафік з інформаційних запитів	1 200/міс	2 890/міс
Показник відмов на сторінках категорій	71%	48%
Сторінки з валідною Schema.org розміткою	0	40 сторінок

5. Висновки та рекомендації

AEO — це не заміна класичного SEO, а його розширення. Сайти, які першими адаптуються до AI-пошуку, отримують конкурентну перевагу поки більшість ринку ще не реагує на цей тренд.

Ключові принципи, що спрацювали:

- Контент відповідає на конкретні питання, а не просто містить ключові слова
- Структуровані дані дають AI-системам чіткі сигнали про зміст сторінки
- Авторитетність і актуальність інформації — основні критерії відбору AI-джерел
- FAQ-блоки — найшвидший шлях до цитування в People Also Ask та AI Overviews

Маєте подібний проект? Напишіть — проведемо безкоштовний AEO-аудит.