



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Аудит SEO-готовности к AI-поиску (2026)

Пошаговый чек-лист для комплексной оценки текущей SEO-стратегии и контента компании на предмет их готовности к доминированию AI и генеративных ответов в поисковых системах.

Введение: Почему важен аудит готовности к AI-поиску

Эпоха классического SEO, ориентированного на ключевые слова и механические ссылки, уходит в прошлое. Современные поисковые системы, оснащенные искусственным интеллектом и большими языковыми моделями (LLM), трансформируют выдачу, предлагая пользователям генеративные ответы и Zero-Click Search. Это означает, что для сохранения и увеличения видимости в поиске ваш сайт должен стать не просто источником информации, а авторитетным, структурированным и AI-friendly ресурсом, способным быть цитированным в генеративных ответах. Игнорирование этих изменений ведет к потере трафика, снижению брендовой узнаваемости и упущенным бизнес-возможностям. Этот аудит поможет вам оценить текущее состояние и определить приоритеты для адаптации к новой реальности поиска.

Чек-лист по технической оптимизации (AI-Friendly)

☐ Скорость загрузки и Core Web Vitals

LCP (Largest Contentful Paint) < 2.5 сек, INP (Interaction to Next Paint) < 200 мс, CLS (Cumulative Layout Shift) < 0.1.
Проверка в Google Search Console.

☐ Мобильная адаптивность

Сайт идеально отображается и функционирует на всех мобильных устройствах. Учитывайте, что мобильный трафик в большинстве ниш к 2026 году достигает 70%.

☐ Краулинговый бюджет и Robots.txt для AI-ботов

Убедитесь, что robots.txt не блокирует важные страницы и разрешает сканирование для GPTBot, PerplexityBot и других известных AI-краулеров. Устраните технические ошибки (битые ссылки, дубли), чтобы не тратить краулинговый бюджет на «мусор».

☐ SSL-сертификат и безопасность (HTTPS)

Наличие SSL-сертификата – гигиенический минимум и фактор доверия для поисковых систем и пользователей.

☐ Доступность юридических документов

Политика конфиденциальности, пользовательское соглашение, оферта должны быть легко доступны для поисковых роботов и пользователей. Это сигнал надежности (Trustworthiness) для E-E-A-T.

Чек-лист по контент-оптимизации для GEO/AEO

☐ Структурирование контента

Использование четких H-заголовков (H2, H3), маркированных и нумерованных списков, таблиц. ИИ анализирует как код, так и визуальную логику страницы.

☐ Прямые ответы и краткие выводы (TL;DR)

Начинайте разделы с прямого, четкого ответа в первых 2-3 предложениях. Добавляйте блоки TL;DR (Too Long; Didn't Read) с ключевыми мыслями в начале или конце разделов. Первые 1000 символов должны быть максимально информативными.

☐ Микроразметка Schema.org

Используйте типы разметки Article, FAQPage, HowTo, Speakable. Это может повысить вероятность цитирования в AI-ответах на 40-60%.

☐ Лаконичность и плотность смысла

Формулируйте мысли четко, без «воды». ИИ ценит факты, числа и структурированные данные. Качество контента измеряется плотностью смысла (Information Gain).

☐ Оригинальность и уникальность контента

Создавайте контент, который нейросеть не может сгенерировать сама: собственные исследования, аналитика, глубокие интервью. Качественный контент, созданный человеком, генерирует в 5,4 раза больше трафика, чем сгенерированный ИИ без редактуры.

☐ Наличие LSI-фраз

Используйте слова и выражения, тематически связанные с основным запросом, для полного охвата темы и демонстрации экспертизы.

Чек-лист по E-E-A-T и экспертизности

☐ Страницы авторов

Наличие подробных биографий, регалий, ссылок на профессиональные социальные сети (например, TenChat) для каждого автора контента.

☐ Кейсы и портфолио

Демонстрация реальных проектов, результатов работы, конкретных примеров, подтверждающих опыт и экспертизу.

☐ Отзывы клиентов

Публикация реальных отзывов с указанием имени и компании (с разрешения клиента). Используйте инструменты типа Testograp для сбора.

☐ Собственные исследования и аналитика

Создание уникального контента, основанного на собственных данных, что делает вас авторитетным источником.

☐ UGC (пользовательский контент)

Модерация и поощрение пользовательского контента (комментарии, обзоры, вопросы), который демонстрирует вовлеченность аудитории и подтверждает ценность ресурса.

Чек-лист по архитектуре контента и омниканальности

☐ Тематические кластеры (Pillar Pages и вспомогательные статьи)

Организация контента в «семантические коконы» вокруг центральных тем (Pillar Pages), охватывая все аспекты ниши для демонстрации тематического авторитета.

☐ Представленность контента на видеохостингах

Адаптация и распространение контента на YouTube, Rutube, VK Видео для расширения охвата и усиления сигналов для поисковых систем.

☐ Представленность контента в мессенджерах и блог-платформах

Адаптация и распространение контента в Telegram, Дзен для охвата аудитории, которая ищет информацию на этих платформах.

☐ Присутствие в картографических и справочных сервисах

Полное заполнение профилей в Яндекс.Бизнес, Google Business Profile, 2ГИС и других локальных справочниках. Регулярная проверка и обновление информации.

Чек-лист по мультимодальному и голосовому поиску

❑ Оптимизация под естественный язык и вопросно-ответные конструкции

Контент должен отвечать на вопросы, заданные в естественной разговорной форме (как, что, где, почему). Используйте NLP-подходы.

❑ Использование свойства 'speakeable' в Schema.org

Разметка ключевых фрагментов контента для корректного озвучивания нейросетями и голосовыми ассистентами.

❑ Качество и уникальность визуального контента

Использование оригинальной инфографики, качественных изображений и схем. Нейросети все лучше «понимают» визуальный контент, который становится фактором ранжирования.

Чек-лист по внешней оптимизации и репутации

❑ Стратегия Link Earning (ссылочные магниты)

Создание уникальных исследований, подробных гайдов, бесплатных инструментов, которые стимулируют естественное получение ссылок.

❑ Аутрич и гостевой постинг

Публикация экспертных статей на авторитетных отраслевых площадках для получения качественных ссылок и упоминаний.

❑ Управление упоминаниями бренда (имплицитные ссылки)

Мониторинг и стимулирование упоминаний вашего бренда на авторитетных ресурсах (форумы, блоги, Q&A-сервисы). Поисковики учитывают контекст упоминаний.

❑ Локальное SEO (отзывы, гео-привязки)

Активное управление профилями в Яндекс.Бизнес и Google Business Profile, сбор отзывов, использование локальных привязок в контенте. Более 46% запросов в Google имеют локальную привязку.

Анализ метрик и KPI

Устаревшая метрика	Новая метрика (2026)	Что показывает
Позиции по ключам	Доля показов в SERP	Общая видимость бренда по семантике
Общий трафик	Трафик без учета бренда	Эффективность привлечения новой аудитории
Количество ссылок	Качество доноров (TF, CF)	Уровень авторитета ссылочного профиля
Показатель отказов	Глубина просмотра, время на странице	Вовлеченность и качество контента
CTR органических ссылок	Доля в генеративных ответах / AI-блоках	Способность контента отвечать на вопросы и быть цитированным AI
-	Zero-Click Search Rate	Процент запросов, не приведших к клику на ваш сайт, но получивших ответ

Приоритизация задач: Шаблон для создания плана действий по результатам аудита

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

Дополнительные ресурсы и инструменты

Google Search Console

Мониторинг Core Web Vitals, индексации, ошибок.

Яндекс.Вебмастер

Мониторинг индексации, ошибок, краулингового бюджета.

Яндекс.Метрика / Google Analytics

Анализ поведенческих факторов (время на сайте, глубина просмотра, Return to SERP).

Keys.so / Semrush / Ahrefs

Анализ семантики, конкурентов, ссылочного профиля.

PR-CY

Комплексный анализ сайта, технический аудит.

Testograf

Инструмент для сбора отзывов и обратной связи.

Yandex DataLens

Продвинутая аналитика и построение отчетов из разных источников.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

