



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Фреймворк 'Контент-блоки для LLM': Создание цитируемых фрагментов

Пошаговое руководство по созданию 'строительных блоков' контента, которые LLM наиболее эффективно распознают и цитируют.

Введение: Что такое 'строительные блоки' и почему они важны для LLM

Большие языковые модели (LLM) трансформируют способы поиска и потребления информации, анализируя контекст, выявляя связи и цитируя источники. Для владельцев контента это означает необходимость переосмыслить свои стратегии, чтобы их материалы были понятными, релевантными и цитируемыми AI.

Традиционный поиск показывал ссылки на страницы, и пользователь сам решал, куда кликнуть. Теперь генеративные модели собирают ответ из нескольких источников и выдают готовый текст. Ваш контент может не получить ни одного клика, но при этом лечь в основу ответа AI. И наоборот: страница без цитирования в ответах модели теряет охват. Цитируемость показывает, насколько ваша информация ценна для алгоритмов, которые формируют мнение пользователей. В отличие от позиций в поисковой выдаче, цитирование не ограничено рамками первой страницы: оно происходит в реальном времени внутри диалога с AI.

По оценкам экспертов, к 2026 году более 50% поисковых запросов будут обрабатываться генеративными моделями. При этом более 70% информационных запросов удовлетворяются непосредственно в интерфейсе чат-бота или поисковика без перехода на сайт. Вместо гонки за первым местом нужно добиваться включения вашего контента в набор источников, которые модель считает достоверными.

Generative Engine Optimization (GEO) — это практика адаптации контента таким образом, чтобы большие языковые модели выбирали его для формирования ответов. SEO нацелено на ранжирование в списке ссылок, GEO — на то, чтобы ваш текст стал частью ответа AI. GEO включает работу над семантической структурой, авторитетностью домена, полнотой раскрытия темы и использованием данных, которые модель может легко извлечь. Это надстройка над SEO: хороший SEO-контент может быть полностью невидимым для LLM, если не учитывать их алгоритмы отбора.

Типы контент-блоков и их оптимизация

LLM не случайно выбирают источники. Есть закономерности, которые повышают вероятность цитирования. Алгоритмы машинного обучения обрабатывают текст как последовательность токенов. Чем понятнее структура, тем проще модели выделить ключевые блоки и процитировать их.

'Определения': Шаблон для создания четких определений

Термин	Чёткое, однозначное название концепции, технологии или процесса.
Определение	Краткое (оптимально до 80-120 слов), прямое и исчерпывающее объяснение термина. Должно сразу закрывать вопрос (vs.ru).
Примеры	1-2 конкретных, релевантных примера, иллюстрирующих применение или проявление термина.
Контрастная семантика	Краткое объяснение, чем данный термин НЕ является, или с чем его часто путают. По данным Кокос, повышает цитируемость на 70%.
Форматирование	Термин выделен жирным шрифтом. Определение — первый абзац после заголовка. Использование Schema.org для разметки определения.

'Списки': Руководство по оформлению маркированных/нумерованных списков

- ☐ Используйте списки для перечисления преимуществ, недостатков, шагов, критериев, характеристик.
LLM легко извлекают данные из списков и могут использовать их для прямого цитирования.
- ☐ Каждый пункт списка должен быть самодостаточным и содержать одну законченную мысль.
Избегайте сложных предложений и зависимых частей в пунктах.
- ☐ Оформляйте последовательности действий как нумерованные списки.
Увеличивает информационную плотность и пригодность для прямого цитирования.
- ☐ Для неупорядоченных перечислений используйте маркированные списки.
Например, для перечисления особенностей или примеров.
- ☐ Включайте ключевые слова в пункты списка.
Повышает семантическую близость к запросам.
- ☐ Ограничивайте длину пунктов списка до 1-2 предложений.
Облегчает парсинг и выделение ключевых утверждений.

Чек-лист 'Идеальный список для LLM'

- ☐ Список логически завершен и не требует дополнительного контекста?
Может быть процитирован отдельно от основного текста.
- ☐ Каждый пункт списка содержит конкретную информацию, а не общие фразы?
Избегайте 'воды' и двусмысленности.
- ☐ Используются ли жирный шрифт или курсив для выделения ключевых элементов в пунктах?
Даёт алгоритму подсказку о значимости.
- ☐ Список размечен соответствующим Schema.org типом (например, HowTo, ItemList)?
Повышает понимание структуры LLM.
- ☐ Список находится в релевантном разделе с чётким заголовком?
Заголовок должен точно описывать содержание списка.

'Таблицы': Примеры оптимизированных таблиц для сравнения данных

Колонка: Параметр	Колонка: Значение 1	Колонка: Значение 2	Колонка: Вывод/Особенность
Скорость обработки	До 1000 транзакций/сек	До 100 транзакций/сек	Значение 1 в 10 раз быстрее
Стоимость лицензии	От \$500/месяц	От \$50/месяц	Значение 2 значительно дешевле для малого бизнеса
Интеграция с CRM	Полная (Salesforce, HubSpot)	Ограниченная (только API)	Значение 1 предлагает готовые коннекторы
Поддержка языков	20+ языков	Только английский	Значение 1 подходит для международных компаний

Чек-лист 'Таблица для LLM'

- ☐ Таблица содержит не менее 3 столбцов и 3 строк?
Обеспечивает достаточную информативность для сравнения.
- ☐ Заголовки столбцов чётко описывают содержимое?
Помогают LLM понять контекст данных.
- ☐ Каждая ячейка содержит конкретные, проверяемые данные (цифры, факты)?
Избегайте общих фраз.
- ☐ Таблица имеет краткое, но информативное название?
Название должно отражать суть сравнения.
- ☐ Под таблицей есть краткий вывод или резюме основных отличий?
Помогает LLM быстро извлечь ключевые инсайты.
- ☐ Таблица размечена Schema.org (например, Table, DataFeed)?
Улучшает машиночитаемость.

'Выводы/Резюме': Как писать самостоятельные выводы для каждого раздела

Ключевая мысль	1-2 предложения, обобщающие основную идею раздела.
Подтверждающий факт	Конкретная цифра, статистика или вывод из исследования, подтверждающий ключевую мысль.
Следующий шаг/Рекомендация	Краткое указание на практическое применение или дальнейшее действие, вытекающее из раздела.
Расположение	В конце каждого раздела, после основного текста, перед следующим заголовком.
Форматирование	Может быть выделено курсивом или жирным шрифтом для акцента.

'Первичные данные/Исследования': Шаблон для представления уникальных данных

Название исследования	Чёткое и информативное название, отражающее суть исследования.
Методология	Краткое описание того, как проводилось исследование (выборка, методы сбора данных, период). Например: 'Опрос 500 B2B-клиентов в сфере логистики, проведенный в Q2 2024'.
Ключевые результаты	3-5 наиболее значимых цифр, фактов или инсайтов, полученных в ходе исследования. Оформляйте списком или таблицей.
Выводы	Интерпретация результатов и их значение для отрасли/пользователя. Что эти данные означают на практике?
Источник/Автор	Явное указание на организацию или автора, проводившего исследование. Повышает авторитетность.
Форматирование	Использование заголовков H3/H4 для каждого подраздела. Выделение ключевых цифр жирным шрифтом. Разметка Schema.org (например, Article, ResearchProject).

Общие принципы форматирования для LLM

Чёткая иерархия заголовков помогает модели понять смысловое деление документа. Используйте один H1, несколько H2 и подразделы H3-H4 для разбивки на блоки. Без иерархии модель может неверно интерпретировать структуру и пропустить важные части текста. Заголовки должны содержать не только общие фразы, но и точные ключевые слова, по которым пользователь ищет информацию. Это повышает семантическую близость контента к запросу и упрощает модели задачу извлечения релевантных фрагментов.

Большие блоки текста сложнее парсить. Разбивайте текст на абзацы по 2-3 предложения, каждый из которых содержит одну законченную мысль. Такой формат облегчает модели выделение ключевых утверждений. Избегайте двусмысленности и «вод». LLM лучше всего работают с чёткими утверждениями вида «А приводит к В», «стоимость составляет X рублей». Конкретные цифры, факты и однозначные формулировки делают контент более машиночитаемым.

Разметка Schema.org помогает моделям точно понимать типы данных: статьи, организации, продукты, отзывы. Внедрение микроразметки на страницы контента увеличивает шансы, что LLM распознает вашу информацию как структурированную и заслуживающую доверия.

Примеры использования заголовков

H1	Основной заголовок страницы (один на страницу). Пример: 'Фреймворк 'Контент-блоки для LLM': Создание цитируемых фрагментов'
H2	Основные разделы статьи. Пример: 'Типы контент-блоков и их оптимизация', 'Общие принципы форматирования для LLM'
H3	Подразделы внутри H2. Пример: '"Определения": Шаблон для создания четких определений', 'Чек-лист "Идеальный список для LLM"'
H4	Дальнейшее деление внутри H3 (если необходимо). Пример: 'Ключевая мысль', 'Методология' (внутри блока 'Первичные данные')

Чек-лист 'GEO-готовность контент-блока'

- ☐ Контент-блок отвечает на конкретный вопрос?
Первый абзац должен сразу закрывать вопрос (vc.ru).
- ☐ Блок самодостаточен и может быть процитирован отдельно от остального текста?
Не требует дополнительного контекста для понимания.
- ☐ Используются ли конкретные, проверяемые факты и цифры?
Факты должны быть проверяемыми (vc.ru).
- ☐ Формулировки ясные, краткие и однозначные?
Избегайте двусмысленности и 'воды'.
- ☐ Блок содержит ссылки на авторитетные источники (если применимо)?
Повышает авторитетность и достоверность.
- ☐ Присутствует ли разметка Schema.org для данного типа контента?
Улучшает машиночитаемость и понимание LLM.
- ☐ Блок расположен под релевантным и информативным заголовком (H2/H3/H4)?
Заголовки как дорожные знаки для AI.
- ☐ Дата создания/обновления контента указана и актуальна?
Контент, обновляемый чаще 1 раза в полгода, имеет на 30% больше шансов на индексацию AI (AI GEO SEO).
- ☐ Присутствует ли информация об авторе с релевантным опытом?
Повышает доверие модели.
- ☐ Блок содержит контрастную семантику (что это НЕ является), если применимо?
Повышает цитируемость на 70% (Кокос).

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

