



паспорт поставщика
и лист
самопроверки

Семь шагов, которые вы сделаете сами за час

Как проверить, что нейросети знают о вашем предприятии. Без подрядчика и без бюджета — нужен доступ к любой нейросети и полчаса времени.

1 Спросите модель про своё предприятие три раза в трёх новых чатах

Считайте, сколько раз ответ верный, а не какой он был первый. В нашем замере один и тот же вопрос к одной модели в один день давал разный результат в каждой четырнадцатой измеренной ячейке.

2 Задайте один и тот же вопрос в режиме с поиском и без него

Разницу увидите сразу. На том, что модель находит в интернете, вы влиять можете. На том, что закрепилось в её памяти, — нет: это меняется на графике разработчика.

3 Проверьте, о вас ли речь

Сверьте в ответе номер налогоплательщика, город и отрасль со своими. Совпадение названия ничего не значит: в отрасли есть одноимённые заводы в разных городах.

4 Спросите как покупатель, без имени компании

Узко по своей специализации: «нужен список производителей такой-то техники, у кого заказать». Потом сравните с широким вопросом про отрасль в целом — ответы будут разные.

5 Откройте свою страницу контактов

Посмотрите, не стоят ли рядом без разделения адрес завода и адрес офиса продаж. Программа, которая читает эту страницу, легко путает завод с офисом.

6 Посмотрите, какие сайты модель приводит как источники

Есть ли среди них ваш. Этот шаг сильнее остальных вместе взятых: в нашем замере на собственные сайты предприятий приходится восемь процентов всех источников.

7 Сравните свою главную страницу год назад и сегодня

Откройте web.archive.org, вставьте адрес сайта, выберите копию годичной давности. Не пропали ли заголовок, превью ссылок, город, раздел с продукцией. У семеноводческой компании из доклада за восемь месяцев пропали заголовок и превью, а город сменился на Москву.

Что ещё стоит открыть в коде своих страниц. Есть ли реквизиты открытым текстом, а не картинкой — это то, чем машина отличает вас от однофамильца. Может ли нужный робот получить нужные страницы: отсутствие отдельного правила для робота не равно запрету, для него действуют общие правила сайта. Когда последний раз обновлялась карта сайта. И проверяйте это не на главной странице: мы сравнили проверку по главной с обходом до тридцати страниц, вердикт поменялся у девяти сайтов из двадцати.

Чего мы не обещаем. Что после правок вас станут называть чаще. У нас нет ни одного измерения, где предприятие что-то изменило и мы бы это зафиксировали, — и у тех, чьи работы мы проверяли, его тоже нет. Если кто-то обещает вам рост упоминаний, попросите показать замер до и после по одному протоколу.

Паспорт поставщика

Какие сведения о компании держать одинаковыми на сайте, у дилеров, в каталогах и в документах. Отметьте, где каждый пункт уже совпадает.

ЧТО ПРОВЕРИТЬ	САЙТ	ДИЛЕРЫ	КАТАЛОГИ	ДОКУМЕНТЫ
1. Кто вы Наименование, юридическое лицо, ИНН, география производства.	☐	☐	☐	☐
2. Что вы выпускаете Категории продукции, назначение, совместимость.	☐	☐	☐	☐
3. Чем это подтверждено Технические характеристики, сертификаты, инструкции.	☐	☐	☐	☐
4. Как купить Наличие, сроки поставки, как получить предложение.	☐	☐	☐	☐
5. Кто рядом с покупателем Дилеры, сервисные центры, запчасти.	☐	☐	☐	☐
6. Кто отвечает за эти сведения Ответственный контакт, дата обновления, внешние подтверждения.	☐	☐	☐	☐

Почему именно это. В нашем замере собственные сайты предприятий — восемь процентов источников, на которые ссылались две поисковые системы. Остальное — подборки, каталоги, дилеры, сайты других производителей. И модели путают компании с похожими названиями: на вопрос о производителе косилок одна из них выдала гонщика Формулы-1.

Чем паспорт отличается от семи шагов. Семь шагов на лицевой стороне показывают, что система видит сейчас. Паспорт — какие данные держать в порядке независимо от одного запроса. Цифры нашей выборки на всю отрасль не переносятся; сам тип проверки — переносится.

Обязательная оговорка. Практический список для порядка в данных компании. Составлен по типам проблем, найденным в исследовании. Влияние его заполнения на частоту упоминаний нейросетями не измерялось. Порядок в данных, а не обещание роста видимости.