Продвижение в 2026: как проверить, что нейросети цитируют ваш сайт

08.11.2026 · PDF-версия статьи с сайта cms.dolinais.ru

Зачем проверять цитируемость в нейросетях

В 2026 году продвижение — это не только позиции в поиске, но и присутствие в ответах ИИ. Нейросети с поиском (ChatGPT, Claude, Алиса AI, Google с AI Overviews) формируют ответ и приводят источники. Если сайта нет среди этих источников, пользователь может узнать о продукте, но не перейти на него. Проверка цитируемости показывает, какие страницы уже работают как источник, а какие выпали.

> Цитируемость — это доля ответов нейросетей по вашим тематическим вопросам, где встречается ссылка на ваш сайт. Это не позиция и не трафик, а отдельная метрика видимости.

Важно не путать её с классическим SEO. По данным Peec (ноябрь 2026), из 100 страниц, которые цитирует Claude, 89 нашлись в первых 20 результатах Brave — поисковика, которого обычно нет в SEO-отчётах. Значит, сайт может быть в топе Яндекса и Google и всё равно не попадать в ответы. Смотреть надо там, откуда нужная нейросеть берёт ссылки.

Шаг 1. Соберите тематические вопросы

Начните с 30–50 вопросов, которые ваша аудитория задаёт нейросетям. Это не ключевые слова, а формулировки задач: «как выбрать CRM для небольшой студии», «чем заменить Docker Compose в проде», «сколько стоит разработка мобильного приложения». Разбейте их на группы по продуктам и этапам воронки.

Совет: добавьте 5–10 вопросов, где ваш бренд уже упоминается. Так вы увидите, цитируют ли нейросети ваши страницы или только сторонние обзоры.

Шаг 2. Зафиксируйте, какие нейросети проверяете

У каждой нейросети свой поставщик выдачи и свои правила. Поэтому один и тот же вопрос даёт разные источники. Минимальный набор для проверки в 2026 году:

- **ChatGPT —** массовый инструмент, часто используется для сравнения продуктов.
- **Claude —** цитирует страницы, которые находит через Brave; полезно смотреть отдельно.
- **Алиса AI —** основной ориентир для Рунета, но долю нейроответов Яндекс не публикует.
- **Google AI Overviews —** нейроответ над выдачей; по разным замерам встречается на 18–80% запросов, но цифры зависят от выборки, а не от рынка.

Не гонитесь за всеми сразу. Начните с двух: одной международной и одной российской. Расширите, когда появится процесс.

Шаг 3. Прогоните вопросы и сохраните ссылки

Задайте каждый вопрос в каждой нейросети вручную или через API. Сохраняйте не только текст ответа, но и

все ссылки-источники. Удобно вести таблицу: вопрос, нейросеть, дата, ссылки, есть ли ваш домен.

1. Откройте нейросеть в режиме с поиском.
2. Задайте вопрос без упоминания бренда.
3. Скопируйте ответ и список источников.
4. Отметьте, есть ли среди них ваш домен и на какой позиции.

Повторяйте раз в две недели: ответы меняются, а вместе с ними и состав источников.

Шаг 4. Проверьте ссылки на жизнь

Отдельная проблема — мёртвые ссылки в ответах. По исследованию ноября 2026, из примерно 600 адресов в ответах пяти нейросетей открылись около 90%. Мёртвых с кодами 404 и 410 — единицы. То есть нейросети чаще ссылаются на удалённые статьи, чем выдумывают адреса.

Для сайта это риск в обе стороны. Если вашу страницу удалили, а ссылка на неё осталась в источниках, пользователь придёт в пустоту. Проверяйте статус-коды страниц, которые нейросети цитируют, и настройте редиректы для удалённых материалов.

Шаг 5. Сведите результаты в отчёт

Простая таблица с четырьмя колонками уже даёт картину:

- **Вопрос** — тематический запрос.
- **Нейросеть** — где проверяли.
- **Цитируется ли домен** — да/нет и какая страница.
- **Конкуренты в источниках** — кто занимает место.

Из отчёта видно, какие страницы уже работают, а какие темы закрыты чужими материалами. Дальше решение простое: усилить страницы, которые цитируются, и создать контент по темам, где вас нет.

Что делать с результатами

Цитируемость не исправляется одной правкой. Работает связка: понятная структура страницы, ответ на вопрос в первых абзацах, актуальные даты и факты, ссылки на первоисточники. Нейросети опираются на страницы, которые легко разобрать на факты.

Не пытайтесь обмануть нейросеть — она всё равно выберет источник, которому доверяет. Задача продвижения в 2026 году — быть этим источником по своей теме. Проверка цитируемости показывает, насколько это уже получилось.

Источник: https://cms.dolinais.ru/prodvizhenie-v-2026-kak-proverit-chto-neyroseti-citiruyut-vash-sayt