Маркетинг в 2026: как маркетологу проверить AI-доступ к сайту и не потерять трафик

21.11.2026 · PDF-версия статьи с сайта cms.dolinais.ru

В 2026 году маркетинг всё чаще зависит от того, прочитают ли сайт нейросети. AI Overviews в Google, ответы ChatGPT и другие ИИ-посредники формируют спрос ещё до клика. Если робот не может загрузить страницу или файл каталога, бренд просто исчезает из рекомендаций. В этой статье — практические шаги, как проверить AI-доступ, найти ошибки и измерить видимость, не утонув в метриках.

Что такое AI-доступ и почему он важен

AI-доступ — это способность поисковых и ИИ-роботов загружать содержимое сайта для индексации и цитирования. В ноябре 2026 года Google PageSpeed Insights (PSI) в категории «Агентный просмотр» (раздел «Доступность для агентов») начал показывать ошибку «Недействительная схема (ai-catalog.json)». Причина часто не в JSON, а в том, что файл каталога отсутствует или недоступен для загрузки. Без него нейросеть не получает структурированных данных о сайте.

Другой пример: клиенты стали говорить, что их рекомендует ChatGPT. При проверке выяснилось, что сайт попадает в ответ, но не всегда — мешают JavaScript-рендеринг, ограничения для поисковых ботов и закрытые директивы. Если AI-доступ нарушен, маркетинговые усилия теряют эффективность: пользователь не видит бренд в ответе ИИ.

Как проверить AI-доступ: пошаговый чек-лист

1. **Проверьте robots.txt.** Убедитесь, что директива User-agent: * не блокирует важные страницы. Для ИИ-роботов (например, GPTBot, Google-Extended) могут быть отдельные правила. Если вы хотите, чтобы сайт цитировали, не закрывайте их без необходимости.
2. **Запустите PageSpeed Insights.** В разделе «Агентный просмотр» посмотрите на ошибки. Если появилась «Недействительная схема (ai-catalog.json)», проверьте, существует ли файл /ai-catalog.json и отдаётся ли он с кодом 200. Убедитесь, что JSON валиден.
3. **Проверьте доступность через эмуляцию робота.** Используйте инструменты вроде «Проверка URL» в Google Search Console или в Яндекс.Вебмастере. Они показывают, как робот видит страницу. Если контент подгружается JavaScript, а робот его не выполняет, страница может остаться пустой.
4. **Оцените скорость ответа.** Нейросети не любят ждать. Если сервер отвечает дольше 2–3 секунд, робот может прервать загрузку. Проверьте время ответа через PSI или серверные логи.
5. **Проверьте sitemap и IndexNow.** Убедитесь, что новые страницы попадают в sitemap и отправляются через IndexNow. В ноябре 2026 года API Яндекс.Вебмастера иногда отвечал 504, но отправка через интерфейс помогала ускорить переобход.

Типичные ошибки, которые мешают нейросетям читать сайт

- **Закрытый ai-catalog.json.** Файл может быть в корне, но отдаваться с ошибкой 403 или 404. Проверьте права доступа и настройки сервера.
- **JavaScript-рендеринг без SSR.** Если весь контент собирается на клиенте, а робот не выполняет JS, он увидит пустую страницу. Решение — серверный рендеринг или пререндеринг для ботов.

- **Слишком агрессивная защита от ботов.** CAPTCHA или WAF могут блокировать легитимных ИИ-роботов. Настройте исключения для известных user-agent.
- **Отсутствие структурированных данных.** Schema.org разметка помогает нейросетям понять контент. Без неё цитирование менее вероятно.

Как измерить видимость в ответах ИИ

В 2026 году появились метрики GEO (Generative Engine Optimization). Простой способ — проверить, при каких запросах нейросеть рекомендует ваш сайт. Например, клиент говорит: «Нас посоветовал GPT». Проверьте этот запрос в другом аккаунте и посмотрите, появляется ли бренд. Учтите ограничения: результаты могут зависеть от контекста, а JavaScript и закрытые страницы мешают чтению.

Для системного подхода:

- Составьте список ключевых запросов, по которым хотите быть в ответах ИИ.
- Периодически проверяйте каждый запрос в разных нейросетях (ChatGPT, Google AI Overviews, Яндекс.Нейро).
- Фиксируйте, упоминается ли бренд в тексте ответа или только в ссылках. В ноябре 2026 года Google тестировал перенос ссылок вниз AI Overviews, поэтому важнее попасть в сам текст.
- Используйте статистику поисковых запросов (например, Яндекс.Вордстат, Google Keyword Planner), чтобы понять частотность.

  > Сайту теперь важнее попасть в сам текст ответа, где назван бренд или факт, чем просто оказаться в списке источников под ним. — из новостей о тестировании Google AI Overviews, ноябрь 2026.

Что делать, если AI-доступ нарушен

Начните с диагностики: проверьте robots.txt, наличие ai-catalog.json, скорость ответа и рендеринг. Если файл каталога отсутствует, создайте его по спецификации (например, для Google — это JSON с описанием сайта и его разделов). Убедитесь, что он доступен по адресу /ai-catalog.json и отдаётся с корректным MIME-типом application/json.

Если страницы не индексируются, отправьте их на переобход вручную через Яндекс.Вебмастер или Google Search Console. В ноябре 2026 года API Яндекса иногда давал сбой, но кнопка в интерфейсе работала. Для автоматизации можно написать скрипт, но учитывайте ограничения API.

Если контент зависит от JavaScript, внедрите серверный рендеринг или динамический рендеринг для ботов. Это поможет нейросетям получать готовый HTML.

Вывод

AI-доступ — это новый обязательный элемент маркетинга. Проверяйте его регулярно, как вы проверяете SEO-ошибки. Следите за обновлениями инструментов (PSI, Search Console, Вебмастер) и новостями о поведении ИИ-поиска. Помните: даже если сайт рекомендует ChatGPT, это не гарантирует стабильного трафика — результаты могут меняться. Поэтому фиксируйте метрики видимости и работайте над доступностью контента для роботов. Так вы сохраните охват и не потеряете клиентов в эпоху нейросетей.