

Текущее положение

ДАТА ФОРМИРОВАНИЯ

15 июля 2026, 11:25

РАЗДЕЛОВ В ОТЧЁТЕ

4

ПРИМЕНЁННЫЕ ФИЛЬТРЫ

Компания

Ингосстрах

01 / 04

Конкуренты

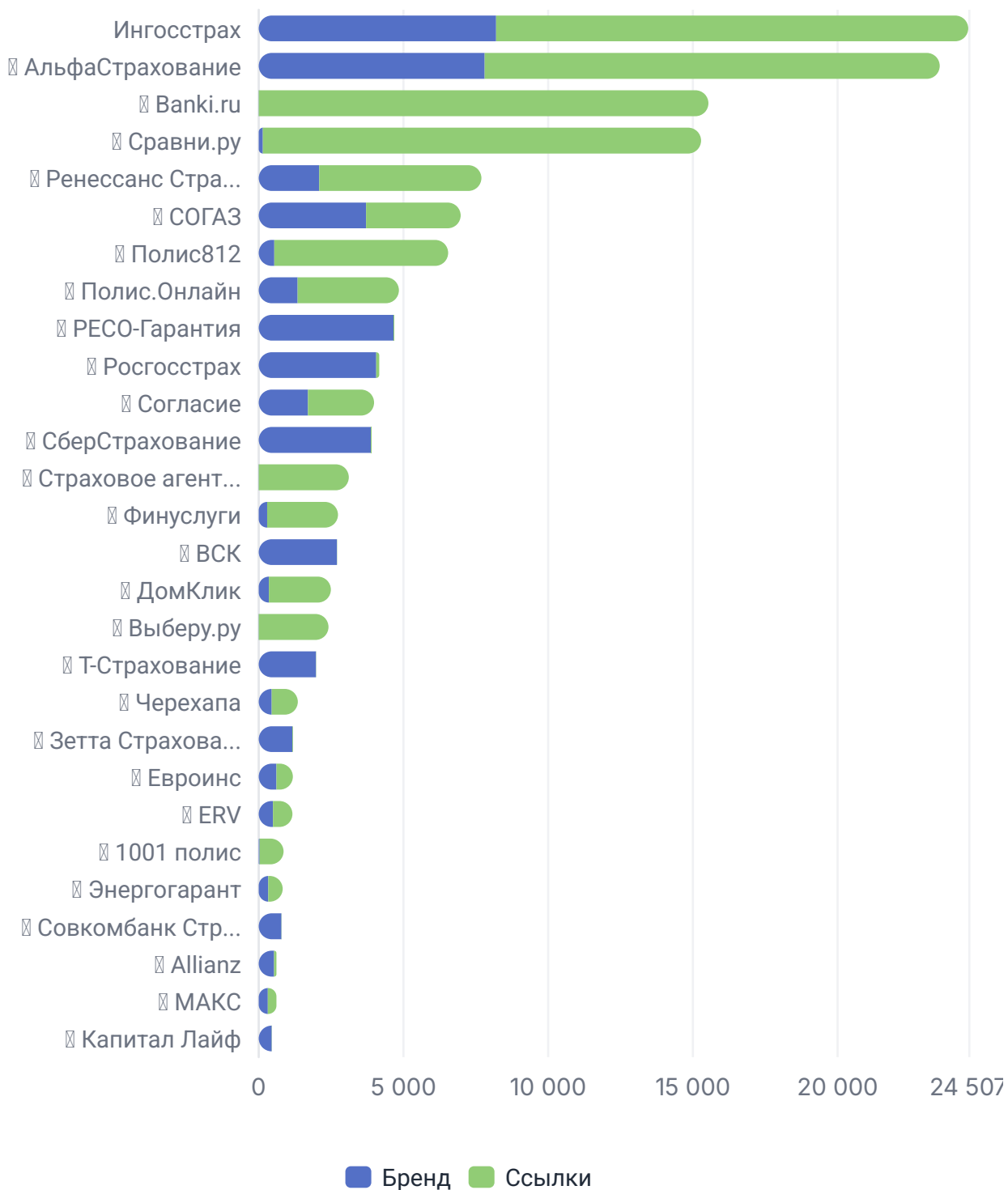
Анализ конкурентного ландшафта в нейросетях

Содержание раздела:

- Количество активных конкурентов и их доля ответов
- Нейросети, где конкуренты встречаются чаще всего
- Распределение упоминаний по продуктам и категориям
- Главные инсайты: сильные и слабые стороны конкурентов

Лидер рынка:  АльфаСтрахование

Лидерборд упоминаний



Компания	Всего	Бренд	Ссылки
Ингосстрах	24 507	8 203	16 304
 АльфаСтрахование	23 525	7 805	15 720
 Banki.ru	15 536	0	15 536

Сравни.ру	15 277	146	15 131
Ренессанс Страхование	7 693	2 092	5 601
СОГАЗ	6 978	3 714	3 264
Полис812	6 547	538	6 009
Полис.Онлайн	4 843	1 344	3 499
РЕСО-Гарантия	4 658	4 655	3
Росгосстрах	4 168	4 060	108
Согласие	3 989	1 704	2 285
СберСтрахование	3 883	3 882	1
Страхование агентство Прогресс	3 115	0	3 115
Финуслуги	2 742	292	2 450
ВСК	2 702	2 702	0
ДомКлик	2 493	351	2 142
Выберу.ру	2 412	0	2 412
Т-Страхование	1 979	1 979	0
Черехапа	1 356	450	906
Зетта Страхование	1 186	1 164	22
Евроинс	1 181	612	569
ERV	1 165	494	671
1001 полис	864	32	832
Энергогарант	831	333	498
Совкомбанк Страхование	785	785	0
Allianz	617	536	81
МАКС	611	320	291
Капитал Лайф	452	452	0
Абсолют Страхование	392	392	0
РСХБ-Страхование	366	366	0
INFULL	315	311	4

Югория	293	288	5
ВТБ Страхование	262	262	0
БКС Страхование жизни	194	194	0
МТС Страхование	157	157	0
Астро-Волга	34	34	0
Гайде	32	30	2
Пари	31	31	0
ПСБ Страхование	23	23	0
Galaxy Insurance	16	16	0
Райффайзен Лайф	11	11	0
Гардиа	8	6	2
Манго Страхование	5	5	0
Чулпан	2	2	0
ППФ Страхование жизни	2	2	0

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

- Ингосстрах занимает 1-е место по общему количеству упоминаний (24,507), опережая ближайшего страхового конкурента АльфаСтрахование на 4.1% (23,525 упоминаний).
- Объем брендовых упоминаний Ингосстрах составляет 8,203, что на 5.1% выше, чем у АльфаСтрахования (7,805), подчеркивая сильный Brand Mention Rate среди прямых конкурентов.
- Большая часть упоминаний Ингосстрах (16,304, или 66.5% от общего числа) приходится на ссылки, что демонстрирует высокую Brand Visibility через дистрибуционные каналы, однако указывает на потенциал для увеличения органического Brand Mention Rate.
- По сравнению с такими брендами, как РЕСО-Гарантия (4,655 брендовых упоминаний при 3 ссылках) или СОГАЗ (3,714 брендовых при 3,264 ссылках), Ингосстрах имеет более сбалансированное, но с уклоном в ссылки, присутствие, что может быть переосмыслено для усиления прямой узнаваемости.

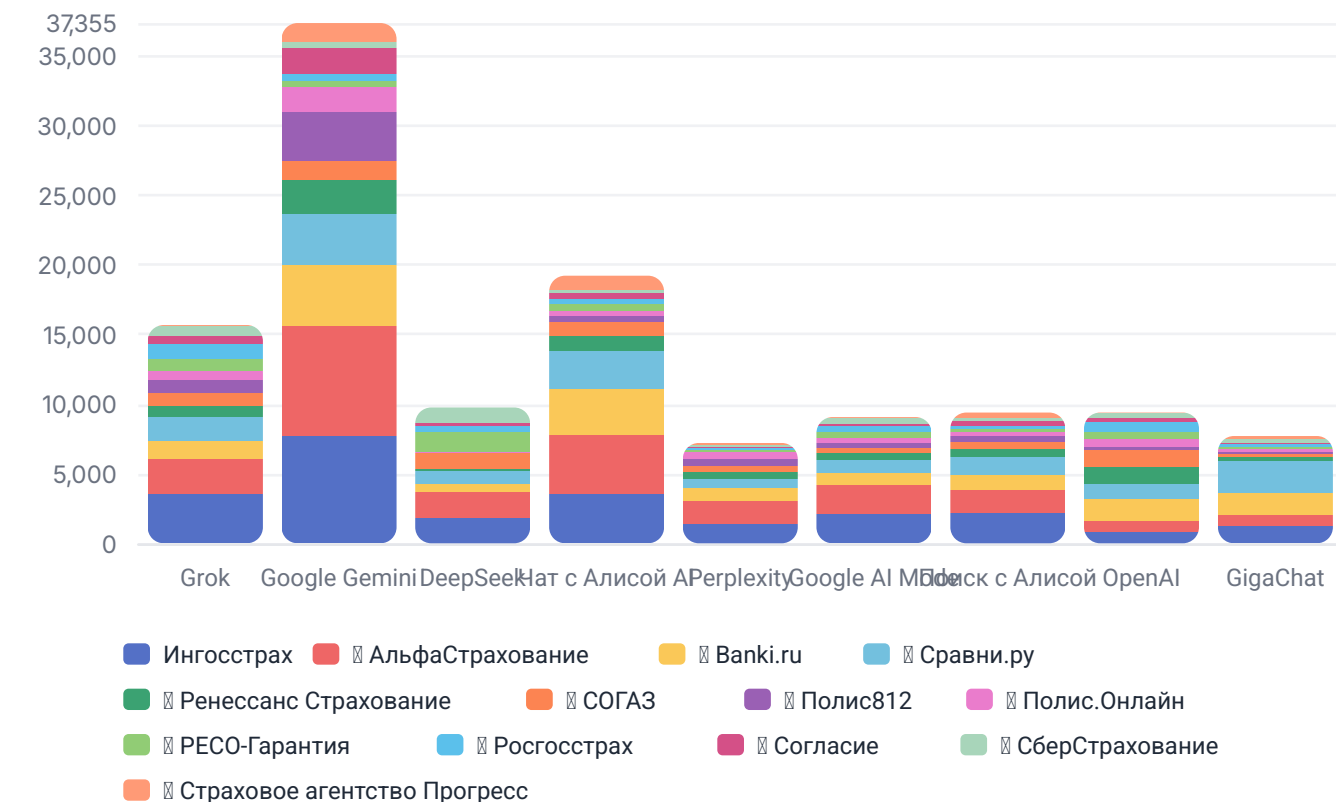
Анализ:

Ингосстрах занимает лидирующие позиции на рынке по Brand Visibility и общему объему упоминаний, что подтверждает статус мощного игрока; однако, доля упоминаний, связанных со ссылками, преобладает над прямыми брендовыми, что указывает на возможность для

нейросетей разработать стратегии по стимулированию органического Brand Mention Rate. Бизнесу стоит сфокусироваться на создании контента и инициатив, которые напрямую вовлекают аудиторию в дискуссии о бренде, а не только через партнерские платформы, используя аналитику нейросетей для выявления наиболее эффективных каналов для прямого взаимодействия.

Наша компания "Ингосстрах" уверенно лидирует в общем рейтинге упоминаний, занимая первое место с 24,507 упоминаниями, что на 4.1% выше, чем у ключевого конкурента АльфаСтрахование. Это свидетельствует о мощной Brand Visibility на рынке, но анализ баланса между брендовыми упоминаниями и ссылками показывает определенную специфику: 66.5% упоминаний Ингосстрах поступает через ссылки. В то время как это говорит об эффективной дистрибуции через партнерские каналы, такие как Banki.ru и Сравни.ру, наш прямой Brand Mention Rate (8,203 упоминания) хоть и выше, чем у АльфаСтрахования, но ниже, чем у некоторых других игроков рынка, которые имеют почти 100% брендовых упоминаний (например, РЕСО-Гарантия). Нейросети могут помочь выявить причины такого соотношения и разработать персонализированные кампании для повышения органического интереса к бренду, стимулируя прямые обсуждения. Для укрепления конкурентной позиции и повышения Brand Visibility, Ингосстраху следует продолжать использовать сильные дистрибуционные каналы, но одновременно инвестировать в контент-маркетинг и PR-активности, направленные на увеличение доли прямых брендовых упоминаний, чтобы глубже интегрировать бренд в сознание потребителей, а не только ассоциировать его с предложениями на агрегаторах.

Активность по нейросетям



Показывает, в каких нейросетях (ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude и т.п.) бренд упоминается чаще. «% бренда» — доля ответов с упоминанием «Ингосстрах» среди всех ответов этой нейросети, где был упомянут хотя бы один бренд (наш или конкурент).

Нейросеть	Всего	Ингосстрах	Конкуренты	% бренда
Google Gemini	37 355	7 733	29 622	12.8%
Чат с Алисой AI	19 213	3 573	15 640	12.2%
Grok	15 664	3 570	12 094	13.3%
DeepSeek	9 754	1 804	7 950	13.7%
Поиск с Алисой	9 385	2 190	7 195	16%
OpenAI	9 385	822	8 563	8.4%
Google AI Mode	9 070	2 128	6 942	17%
GigaChat	7 699	1 287	6 412	13.9%
Perplexity	7 194	1 400	5 794	15.7%

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

Ингосстрах демонстрирует сильный Brand Visibility, занимая лидирующие позиции в 3 из 9 анализируемых нейросетей (Grok, Поиск с Алисой, Google AI Mode).

В большинстве других крупных нейросетей, таких как Google Gemini, Чат с Алисой AI и DeepSeek, компания уверенно удерживает вторую позицию, вплотную следуя за "АльфаСтрахованием".

"АльфаСтрахование" является основным конкурентом, доминируя в 4 нейросетях (Google Gemini, Чат с Алисой AI, DeepSeek, Perplexity), что указывает на высокую конкуренцию за Brand Mention Rate.

Отмечено существенное отставание в нейросетях OpenAI и GigaChat, где лидирующие позиции занимают агрегаторы ("Banki.ru", "Сравни.ру") и другие страховые компании.

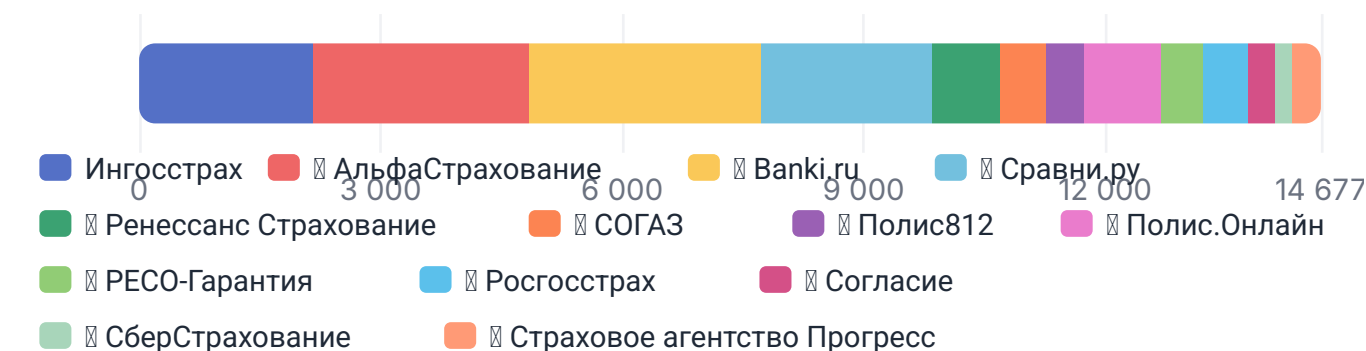
Общая Brand Visibility "Ингосстраха" высока, но стратегическое усиление присутствия в определенных нейросетях может значительно увеличить долю рынка.

Анализ:

Ингосстрах обладает прочными позициями в большей части анализируемых нейросетей, часто занимая первое или второе место по упоминаниям. Это свидетельствует о высоком Brand Mention Rate и хорошей узнаваемости, особенно в нейросетях, ориентированных на российскую аудиторию и Google. Однако, существуют ниши, где Brand Visibility значительно ниже, требующие целенаправленной оптимизации.

Наше присутствие в нейросетях оценивается как сильное с хорошими точками роста. В частности, "Ингосстрах" доминирует в Grok (3 570 упоминаний), Поиске с Алисой (2 190) и Google AI Mode (2 128), что демонстрирует эффективную стратегию в этих сегментах. Мы уверенно занимаем второе место в таких ключевых платформах, как Google Gemini (7 733) и Чат с Алисой AI (3 573), уступая лишь "АльфаСтрахованию", которое является нашим основным конкурентом и лидирует в этих, а также DeepSeek и Perplexity. Значительное отставание наблюдается в OpenAI, где лидируют агрегаторы "Banki.ru" (1 539) и "Ренессанс Страхование" (1 278) среди страховых, и GigaChat, где "Сравни.ру" (2 310) и "Banki.ru" (1 627) демонстрируют подавляющее превосходство. Для стратегии продвижения бренда это означает необходимость усиления работы в этих отстающих нейросетях для повышения Brand Mention Rate и Brand Visibility, возможно, через оптимизацию контента и ключевых запросов, а также поддержание лидерства в текущих сильных позициях. Расширение присутствия в OpenAI и GigaChat станет важным шагом для всеобъемлющего доминирования на рынке.

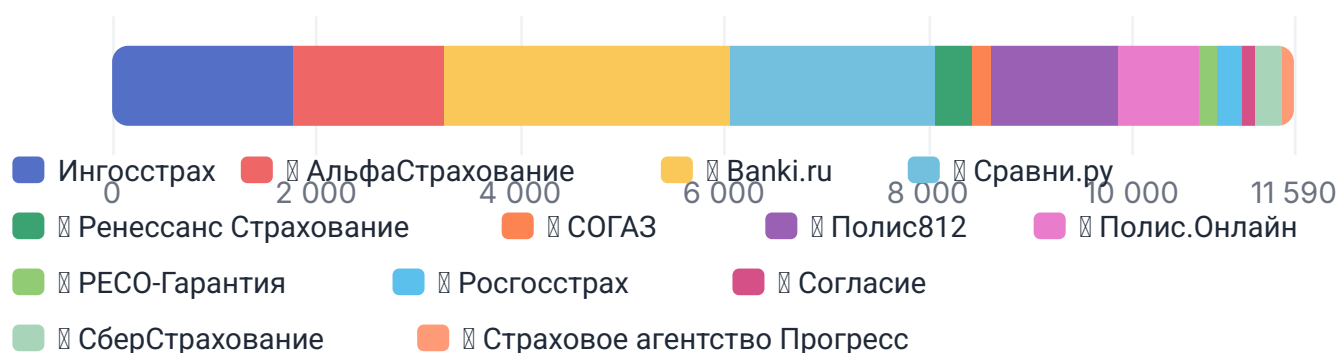
Продукт: ОСАГО



Компания	Упоминания	Статус
Banki.ru	2 889	Лидер
АльфаСтрахование	2 674	
Ингосстрах	2 166	
Сравни.ру	2 118	
Полис.Онлайн	956	
Ренессанс Страхование	855	
Выберу.ру	799	
Финуслуги	639	
Росгосстрах	567	
СОГАЗ	559	
РЕСО-Гарантия	517	
Полис812	478	
Т-Страхование	388	
Страхование агентство Прогресс	349	
ВСК	332	
Согласие	330	
СберСтрахование	219	
Черехапа	175	
Зетта Страхование	168	
Совкомбанк Страхование	122	
Югория	105	
МАКС	61	

INFULL	36
Энергогарант	31
Абсолют Страхование	28
MTC Страхование	9
Евроинс	7
Allianz	6
Астро-Волга	5
ДомКлик	4
Гайде	2
ВТБ Страхование	2
Капитал Лайф	1

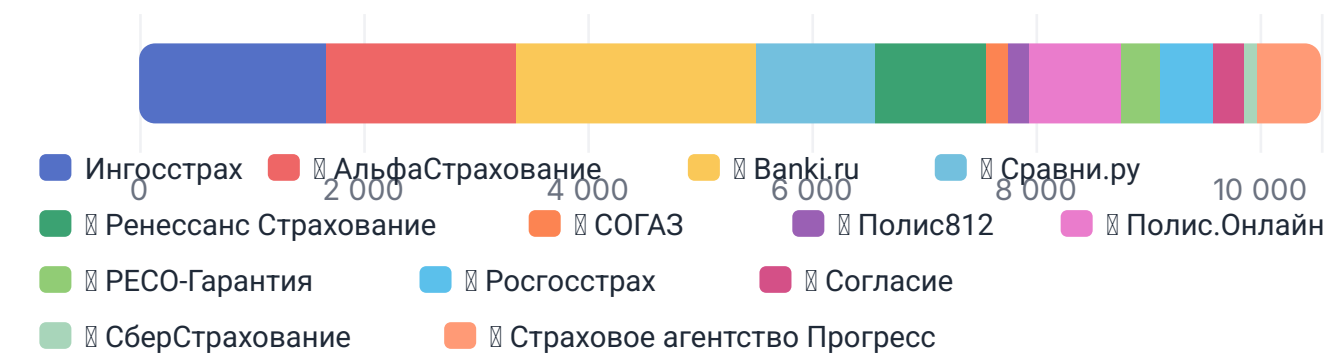
Продукт: Ипотечное страхование



Компания	Упоминания	Статус
Banki.ru	2 812	Лидер
Сравни.ру	2 008	
Ингосстрах	1 772	
АльфаСтрахование	1 481	
Полис812	1 243	
ДомКлик	964	
Полис.Онлайн	797	
Финуслуги	375	
Ренессанс Страхование	363	

ВСК	309
СберСтрахование	265
Выберу.ру	257
Росгосстрах	242
Зетта Страхование	223
СОГАЗ	186
РЕСО-Гарантия	175
Черехапа	151
Т-Страхование	145
Согласие	130
Страхование агентство Прогресс	116
Абсолют Страхование	88
Энергогарант	71
ВТБ Страхование	49
Югория	47
Совкомбанк Страхование	43
INFULL	31
РСХБ-Страхование	31
МТС Страхование	27
Евроинс	16
МАКС	10
Капитал Лайф	6
ERV	3
Пари	2
ПСБ Страхование	2

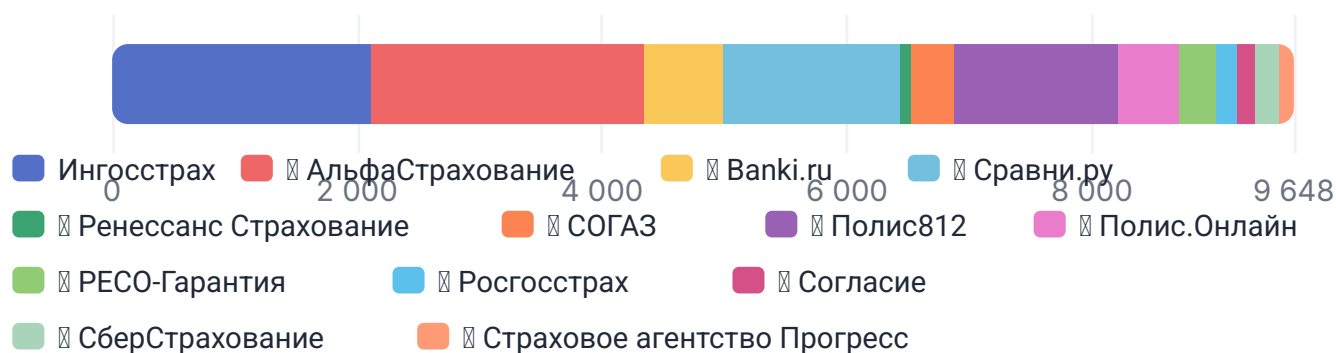
Продукт: КАСКО



Компания	Упоминания	Статус
Banki.ru	2 140	Лидер
АльфаСтрахование	1 691	
Ингосстрах	1 672	
Сравни.ру	1 061	
Ренессанс Страхование	996	
Полис.Онлайн	820	
Финуслуги	810	
Страхование агентство Прогресс	566	
Росгосстрах	466	
Т-Страхование	386	
ВСК	349	
РЕСО-Гарантия	349	
Согласие	278	
Выберу.ру	276	
СОГАЗ	198	
Зетта Страхование	196	
Полис812	187	
Совкомбанк Страхование	154	
МАКС	126	
СберСтрахование	118	
Югория	81	
Евроинс	70	

Абсолют Страхование	54
Энергогарант	42
INFULL	14
МТС Страхование	12
ВТБ Страхование	5
Черехапа	4
Астро-Волга	3
Allianz	3
РСХБ-Страхование	2
Капитал Лайф	2
Чулпан	1
ДомКлик	1
Райффайзен Лайф	1

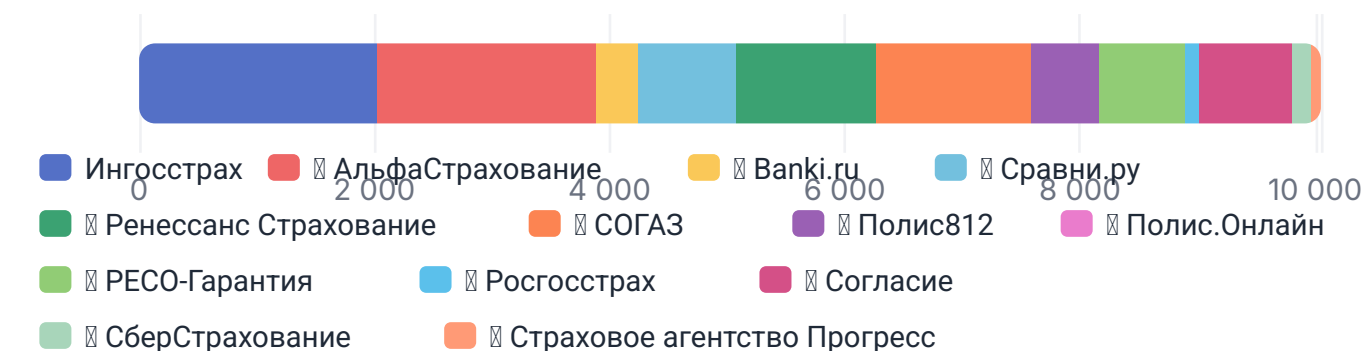
Продукт: Страховка для путешествий ВЗР



Компания	Упоминания	Статус
АльфаСтрахование	2 234	Лидер
Ингосстрах	2 113	
Сравни.ру	1 439	
Полис812	1 347	
ERV	762	
Banki.ru	646	
Черехапа	628	

Полис.Онлайн	493
СОГАЗ	345
Евроинс	318
РЕСО-Гарантия	299
Т-Страхование	261
Allianz	230
СберСтрахование	200
Росгосстрах	178
Согласие	141
Страхование агентство Прогресс	119
Ренессанс Страхование	94
Зетта Страхование	84
Совкомбанк Страхование	71
ВСК	65
Капитал Лайф	51
Выберу.ру	33
Абсолют Страхование	21
ВТБ Страхование	15
Гайде	13
Энергогарант	12
МАКС	11
INFULL	10
МТС Страхование	5
Югория	4

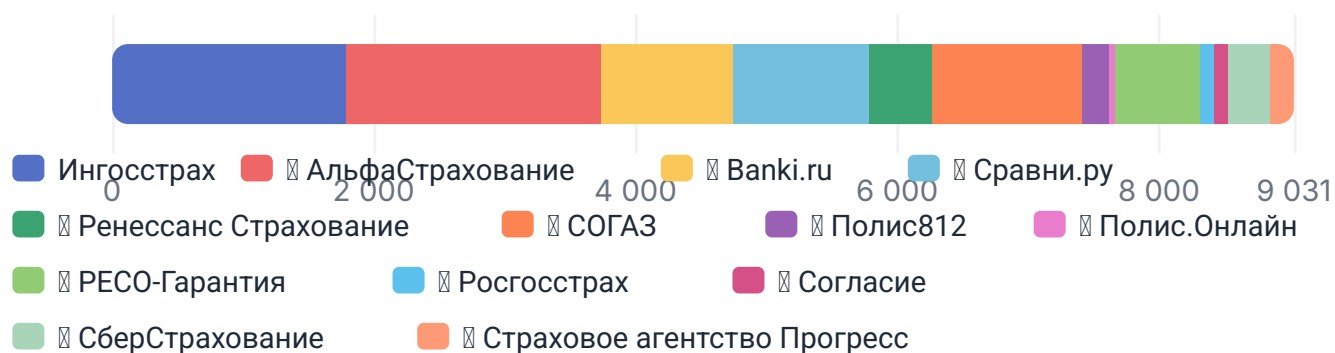
Продукт: Корпоративный ДМС



Компания	Упоминания	Статус
Ингосстрах	2 022	Лидер
АльфаСтрахование	1 860	
СОГАЗ	1 319	
Ренессанс Страхование	1 190	
Сравни.ру	829	
Согласие	783	
1001 полис	738	
РЕСО-Гарантия	724	
Полис812	575	
Banki.ru	365	
ВСК	291	
МАКС	219	
СберСтрахование	168	
Росгосстрах	128	
Энергогарант	114	
Зетта Страхование	87	
Страховое агентство Прогресс	79	
Allianz	68	
Совкомбанк Страхование	62	
INFULL	53	
Выберу.ру	38	
Абсолют Страхование	27	

Капитал Лайф	27
ВТБ Страхование	23
Евроинс	20
Т-Страхование	9
Полис.Онлайн	6
Гайде	6
Югория	3
ДомКлик	2
Астро-Волга	2
ERV	2
Чулпан	1
РСХБ-Страхование	1
Манго Страхование	1

Продукт: ДМС



Компания	Упоминания	Статус
АльфаСтрахование	1952	Лидер
Ингосстрах	1786	
СОГАЗ	1148	
Сравни.ру	1039	
Banki.ru	1011	
РЕСО-Гарантия	647	
Ренессанс Страхование	479	

СберСтрахование	326
Полис812	204
Страхование агентство Прогресс	178
ВСК	162
Выберу.ру	121
Согласие	106
Росгосстрах	104
Евроинс	102
1001 полис	99
Allianz	56
Полис.Онлайн	51
МАКС	47
Финуслуги	45
Энергогарант	28
ERV	27
РСХБ-Страхование	27
Т-Страхование	26
Совкомбанк Страхование	17
Капитал Лайф	17
Абсолют Страхование	14
ВТБ Страхование	13
Зетта Страхование	12
ДомКлик	12
INFULL	12
Черехапа	9
Гайде	4
Югория	2
Астро-Волга	1

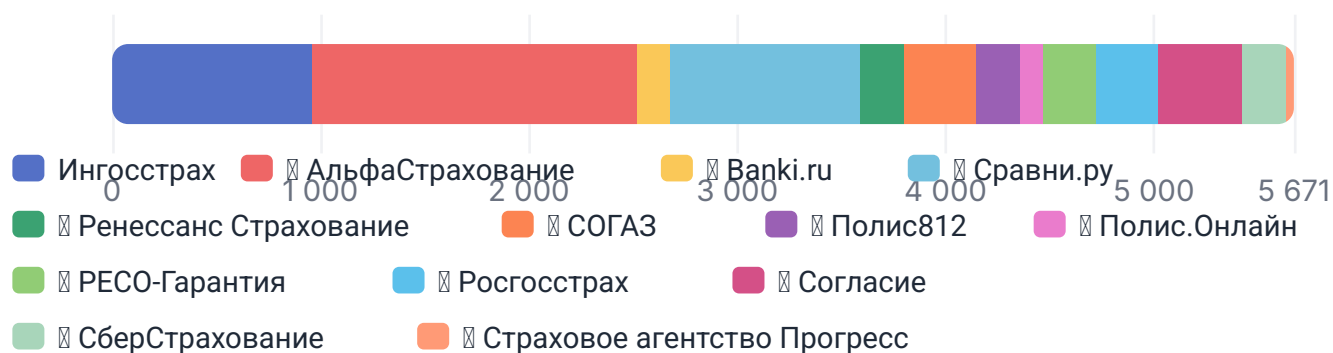
Продукт: Страхование квартиры



Компания	Упоминания	Статус
Ингосстрах	1 603	Лидер
АльфаСтрахование	1 398	
Banki.ru	1 000	
Сравни.ру	696	
Полис812	505	
Росгосстрах	371	
Ренессанс Страхование	331	
СберСтрахование	279	
СОГАЗ	273	
РЕСО-Гарантия	246	
ДомКлик	245	
Согласие	242	
Т-Страхование	208	
Финуслуги	197	
ВСК	166	
Полис.Онлайн	164	
Страховое агентство Прогресс	142	
Зетта Страхование	60	
Евроинс	49	
Выберу.ру	39	
МТС Страхование	28	

ERV	21
Абсолют Страхование	16
INFULL	12
Энергогарант	12
Черехапа	11
Совкомбанк Страхование	11
ВТБ Страхование	11
Пари	1
ПСБ Страхование	1
МАКС	1
РСХБ-Страхование	1
Манго Страхование	1
Райффайзен Лайф	1

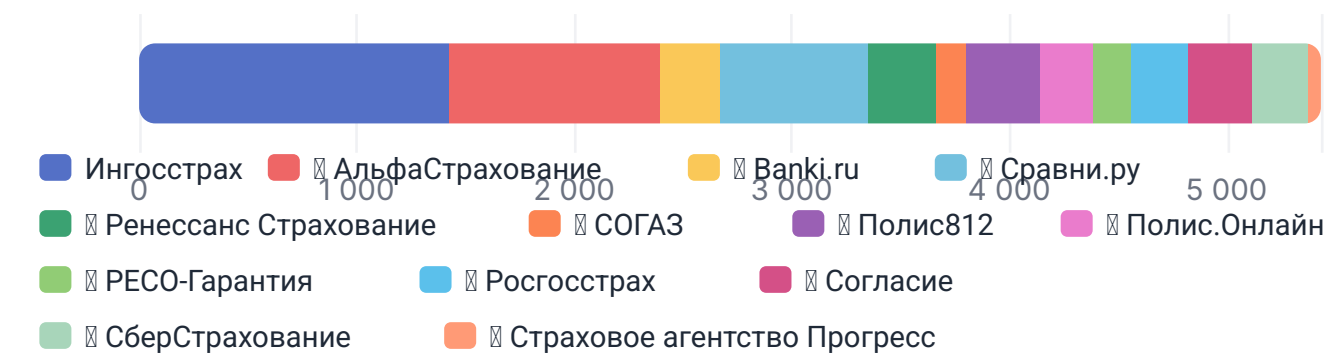
Продукт: Страхование дачи



Компания	Упоминания	Статус
АльфаСтрахование	1 558	Лидер
Ингосстрах	960	
Сравни.ру	911	
Согласие	400	
СОГАЗ	347	
ДомКлик	306	
Росгосстрах	302	

РЕСО-Гарантия	250
Финуслуги	238
СберСтрахование	213
Ренессанс Страхование	212
Полис812	209
Banki.ru	160
ВСК	142
Полис.Онлайн	113
Т-Страхование	92
Зетта Страхование	74
Энергогарант	42
Страхование агентство Прогресс	36
МАКС	29
Выберу.ру	19
Абсолют Страхование	15
Астро-Волга	11
Югория	6
Совкомбанк Страхование	6
INFULL	3
Черехапа	2
ВТБ Страхование	2
РСХБ-Страхование	2
Евроинс	1
Пари	1

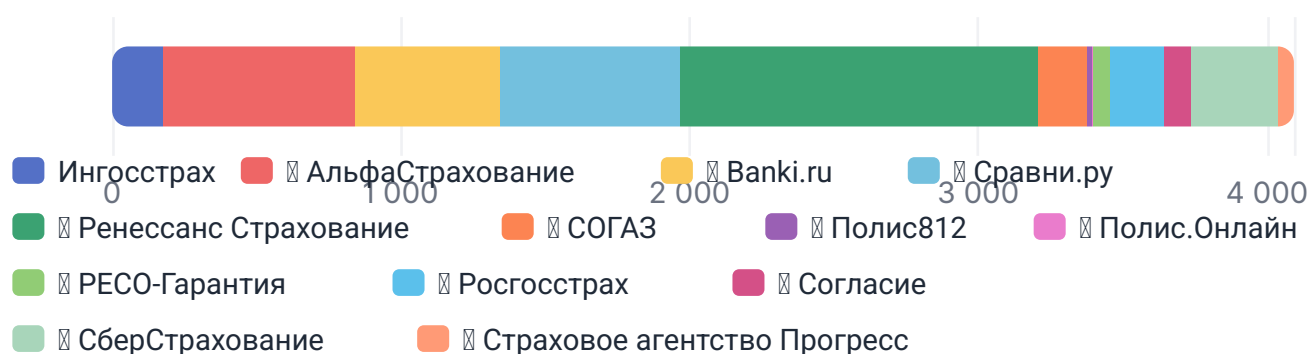
Продукт: Страхование от НС



Компания	Упоминания	Статус
Ингосстрах	1 425	Лидер
АльфаСтрахование	968	
Сравни.ру	679	
Полис812	339	
Ренессанс Страхование	313	
Согласие	293	
Banki.ru	279	
Росгосстрах	263	
СберСтрахование	257	
Полис.Онлайн	243	
РЕСО-Гарантия	176	
СОГАЗ	139	
ВСК	124	
Зетта Страхование	107	
Выберу.ру	96	
ERV	58	
Страхование агентство Прогресс	58	
Т-Страхование	53	
Евроинс	48	
Капитал Лайф	41	
Энергогарант	40	
Совкомбанк Страхование	37	

Финуслуги	31
ДомКлик	28
МАКС	24
Черехапа	19
Югория	13
РСХБ-Страхование	12
ВТБ Страхование	9
Allianz	8
INFULL	8
ПСБ Страхование	3
Манго Страхование	3
Абсолют Страхование	2
Райффайзен Лайф	2
Гардиа	1
БКС Страхование жизни	1
МТС Страхование	1

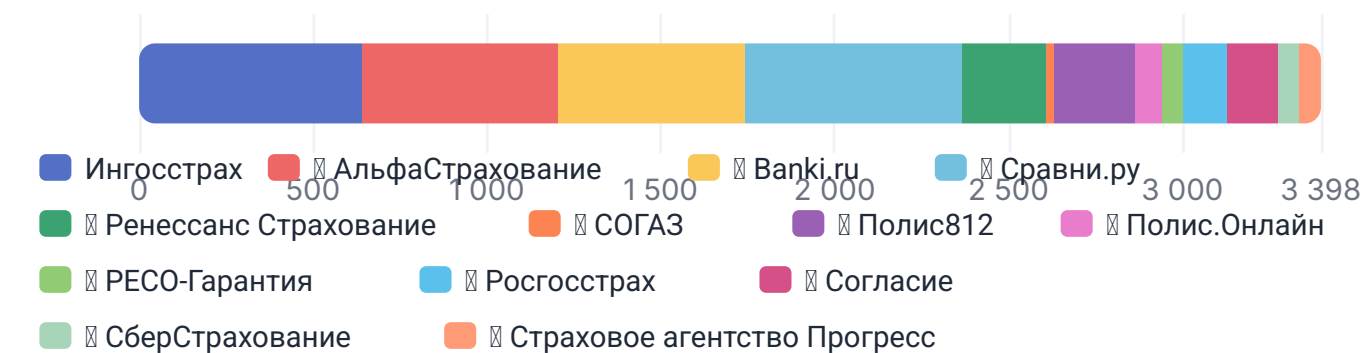
Продукт: НСЖ



Компания	Упоминания	Статус
Ренессанс Страхование	1 239	Лидер
АльфаСтрахование	665	
Сравни.ру	624	
Banki.ru	503	

Выберу.ру	338
СберСтрахование	303
Росгосстрах	188
Ингосстрах	177
СОГАЗ	169
Капитал Лайф	143
БКС Страхование жизни	128
Совкомбанк Страхование	104
РСХБ-Страхование	99
Согласие	91
РЕСО-Гарантия	62
Страхование агентство Прогресс	53
Финуслуги	50
ДомКлик	43
ВТБ Страхование	24
Зетта Страхование	18
Полис812	18
ВСК	10
МАКС	10
Т-Страхование	7
Allianz	4
ПСБ Страхование	2
ППФ Страхование жизни	2
Полис.Онлайн	1
Югория	1
МТС Страхование	1

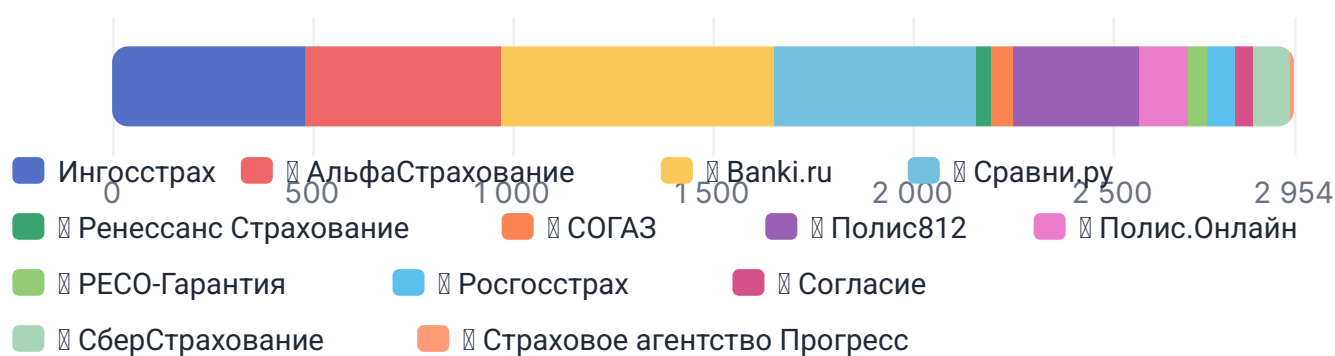
Продукт: Титульное страхование



Компания	Упоминания	Статус
Ингосстрах	642	Лидер
Сравни.ру	626	
АльфаСтрахование	563	
ДомКлик	547	
Banki.ru	536	
Ренессанс Страхование	242	
Полис812	233	
Согласие	147	
Росгосстрах	127	
ВСК	111	
Финуслуги	85	
Полис.Онлайн	77	
Страховое агентство Прогресс	62	
РЕСО-Гарантия	61	
СберСтрахование	60	
Евроинс	37	
Т-Страхование	28	
СОГАЗ	22	
Выберу.ру	21	
INFULL	19	
Черехапа	11	
Абсолют Страхование	9	

Зетта Страхование	7
МТС Страхование	7
Югория	5
ВТБ Страхование	5
Совкомбанк Страхование	3
ПСБ Страхование	2
Астро-Волга	1
МАКС	1

Продукт: Страхование жизни заёмщика



Компания	Упоминания	Статус
Banki.ru	682	Лидер
Сравни.ру	505	
АльфаСтрахование	491	
Ингосстрах	482	
Полис812	316	
ДомКлик	193	
Выберу.ру	135	
Полис.Онлайн	122	
СберСтрахование	93	
Росгосстрах	71	
ВСК	57	
Финуслуги	56	

СОГАЗ	54
РЕСО-Гарантия	47
Согласие	45
Черехапа	43
Ренессанс Страхование	38
Зетта Страхование	36
Т-Страхование	26
Совкомбанк Страхование	22
Абсолют Страхование	21
ВТБ Страхование	14
РСХБ-Страхование	14
Югория	11
Страхование агентство Прогресс	8
Энергогарант	7
Евроинс	5
INFULL	5
Капитал Лайф	3
МАКС	2
МТС Страхование	1

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

- Ингосстрах уверенно лидирует по Brand Visibility в четырех категориях: Корпоративный ДМС, Страхование квартиры, Страхование от НС и Титульное страхование.
- Компания демонстрирует сильные, конкурентные позиции в сегментах Страховки для путешествий (ВЗР) и индивидуального ДМС, находясь в непосредственной близости от лидеров рынка.
- В высокоактивных и массовых сегментах, таких как ОСАГО, Ипотечное страхование, КАСКО и Страхование жизни заемщика, Brand Visibility Ингосстраха уступает агрегаторам, что указывает на упущенные возможности прямого взаимодействия с потребителями.
- Наблюдается значительное отставание по Brand Visibility в нишах Страхования дачи и

особенно Накопительного страхования жизни (НСЖ), где конкуренты демонстрируют гораздо более высокие показатели.

Анализ:

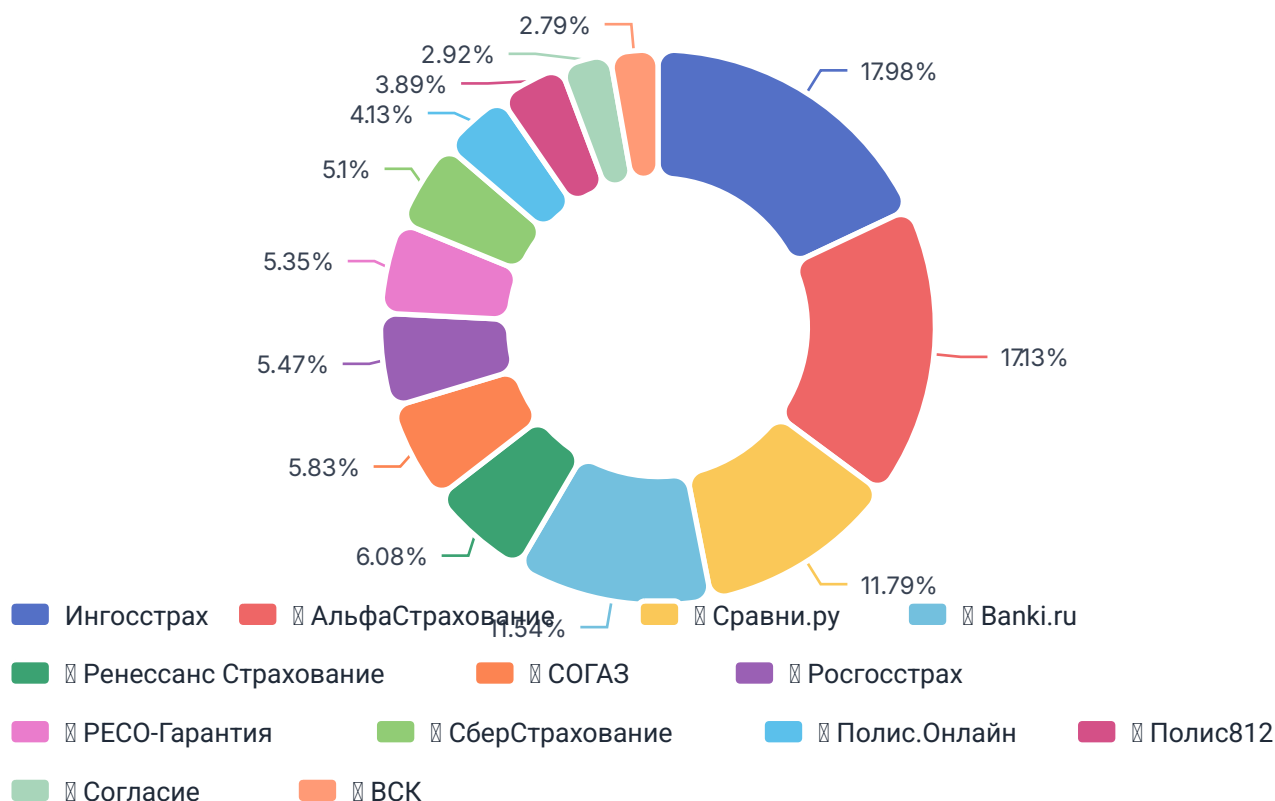
Продуктовое портфолио Ингосстраха демонстрирует сильные стороны в нишевых и корпоративных продуктах, где компания является признанным лидером по Brand Visibility. Однако, в массовых и высококонкурентных сегментах, таких как ОСАГО и КАСКО, Ингосстрах сталкивается с доминированием агрегаторов и уступает другим страховым компаниям в отдельных продуктах, что сигнализирует о необходимости пересмотра стратегии продвижения.

Развернутое заключение:

Ингосстрах демонстрирует лидерство в четырех категориях: Корпоративный ДМС, Страхование квартиры, Страхование от НС и Титульное страхование, что свидетельствует о сильных позициях в B2B и определенных розничных нишах. Отставание в массовых продуктах, таких как ОСАГО, Ипотечное страхование и КАСКО, где лидирует Banki.ru, вероятно, происходит из-за того, что потребители активно используют агрегаторы для сравнения и покупки, а Brand Visibility Ингосстраха в этих каналах или прямом продвижении недостаточна. Значительное отставание в НСЖ и Страховании дачи указывает на менее агрессивную стратегию или менее конкурентные предложения в этих сегментах по сравнению с лидерами, такими как Ренессанс Страхование и АльфаСтрахование.

Перспективными нишами для усиления присутствия являются массовые продукты (ОСАГО, Ипотечное страхование, КАСКО) из-за их высокого объема, а также НСЖ, как растущий рынок с низкой текущей Brand Visibility Ингосстраха. Страхование дачи является категорией, где мы незаслуженно отстаём, учитывая лидерство в страховании квартир и потенциальную синергию с этой аудиторией. Практические рекомендации включают усиление присутствия на агрегаторах и развитие прямых онлайн-каналов для массовых продуктов, пересмотр и активное продвижение НСЖ-продуктов, а также запуск пакетных предложений для имущественного страхования. Кроме того, небольшие дополнительные инвестиции в ВЗР и ДМС могут помочь Ингосстраху выйти в лидеры в этих уже сильных категориях.

Share of Voice



Share of Voice (доля голоса) показывает, какую часть «эфира» нейросетей занимает бренд. Каждый ответ = 1 голос, который делится поровну между всеми брендами, упомянутыми в этом ответе; доли суммируются и нормируются до 100%.

Компания	Доля (%)
Ингосстрах	14.8%
АльфаСтрахование	14.1%
Сравни.ру	9.7%
Banki.ru	9.5%
Ренессанс Страхование	5.0%
СОГАЗ	4.8%
Росгосстрах	4.5%
РЕСО-Гарантия	4.4%
СберСтрахование	4.2%
Полис.Онлайн	3.4%
Полис812	3.2%

Ключевые выводы:

- «Ингосстрах» занимает лидирующую позицию с долей голоса 14.8%, но его отрыв от ближайшего конкурента, «АльфаСтрахования» (14.1%), составляет всего 0.7 процентных пункта, что указывает на высокую конкуренцию на вершине.
- Рынок не имеет явно доминирующего игрока, а общая доля топ-3 брендов составляет 33.3%, что свидетельствует об умеренной фрагментации.
- Агрегаторы «Сравни.ру» (9.7%) и «Banki.ru» (9.5%) совокупно занимают 19.2% Share of Voice, демонстрируя их значительное влияние на распределение внимания.
- После первой четверки игроков наблюдается существенный спад: «Ренессанс Страхование» (5.0%) и «СОГАЗ» (4.8%) имеют доли в два-три раза меньше, чем лидеры.

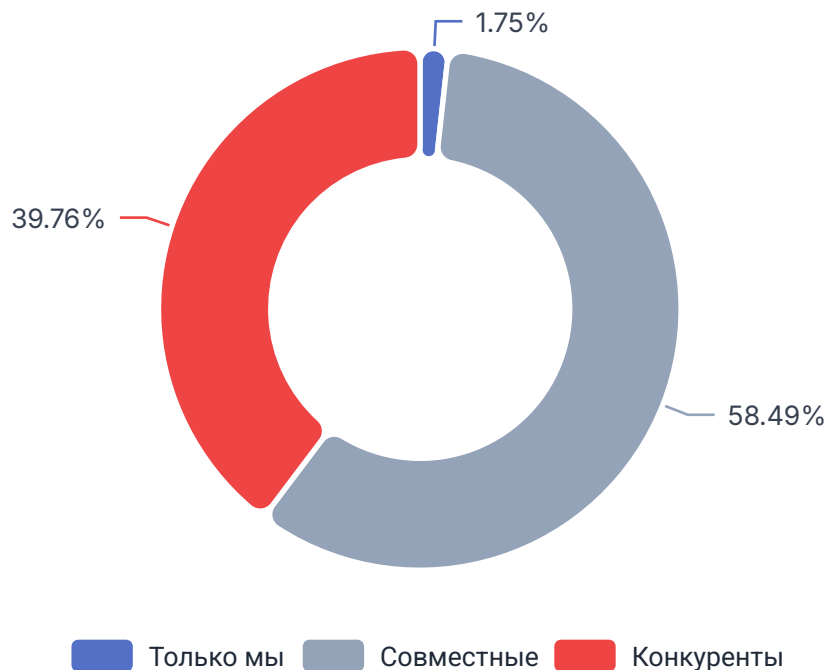
Анализ:

Рынок демонстрирует высокую степень конкуренции, особенно в верхней части, где «Ингосстрах» удерживает лидерство с минимальным преимуществом. Отсутствие ярко выраженного доминирующего игрока и значительное присутствие агрегаторов свидетельствуют о распределенном Share of Voice, где каждый процент имеет большое значение для Brand Visibility.

Позиция «Ингосстраха» относительно ключевых конкурентов является сильной, но уязвимой. Мы лидируем с 14.8%, но «АльфаСтрахование» дышит в спину с 14.1%, требуя постоянного внимания к конкурентной борьбе. Рынок не является высоконцентрированным, так как даже топ-3 игрока (Ингосстрах, АльфаСтрахование, Сравни.ру) совокупно набирают лишь 38.6% голоса, а общее число брендов в топе (включая агрегаторы) говорит о том, что нет одного доминирующего игрока, который бы контролировал большую часть рынка.

Для увеличения нашей доли голоса в AI-ответах, «Ингосстраху» следует сосредоточиться на нескольких ключевых действиях. Прежде всего, необходимо оптимизировать контент, сделав его максимально структурированным, авторитетным и легко "читаемым" для AI-систем, включая четкие ответы на часто задаваемые вопросы о страховании, глоссарии терминов и актуальные данные о продуктах. Усиление Brand Mention Rate и Brand Visibility требует стратегического размещения экспертного контента на авторитетных ресурсах, которые являются источниками для обучения AI, а также проактивного взаимодействия с AI-платформами для обеспечения точного и полного представления информации о «Ингосстрахе». Разработка уникального контента, который AI может идентифицировать как ценный и релевантный, поможет укрепить наши позиции.

Эксклюзивность упоминаний



Показывает, как часто бренд упоминается в одиночку, а как часто — вместе с конкурентами. Каждый ответ относится к одной из категорий: «Только мы» (упомянуты лишь мы), «Совместные» (мы и конкуренты в одном ответе), «Только конкуренты» (нас в ответе нет).

Категория	Ответов	Доля
Только мы	269	1.8%
Совместные	8 979	58.5%
Только конкуренты	6 103	39.8%

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

- Доля эксклюзивных упоминаний нашего бренда крайне низка, составляя всего 1.8% (269 ответов) от общего числа упоминаний.
- Подавляющее большинство упоминаний (58.5%, или 8 979 ответов) происходит совместно с конкурентами, что указывает на сильную ассоциацию с ними в контексте AI.
- Конкуренты упоминаются исключительно, без нашего бренда, в значительном объеме — 39.8% (6 103 ответов).
- В общей сложности наш бренд присутствует (эксклюзивно или совместно) в 60.2% всех ответов, но это присутствие редко бывает обособленным.

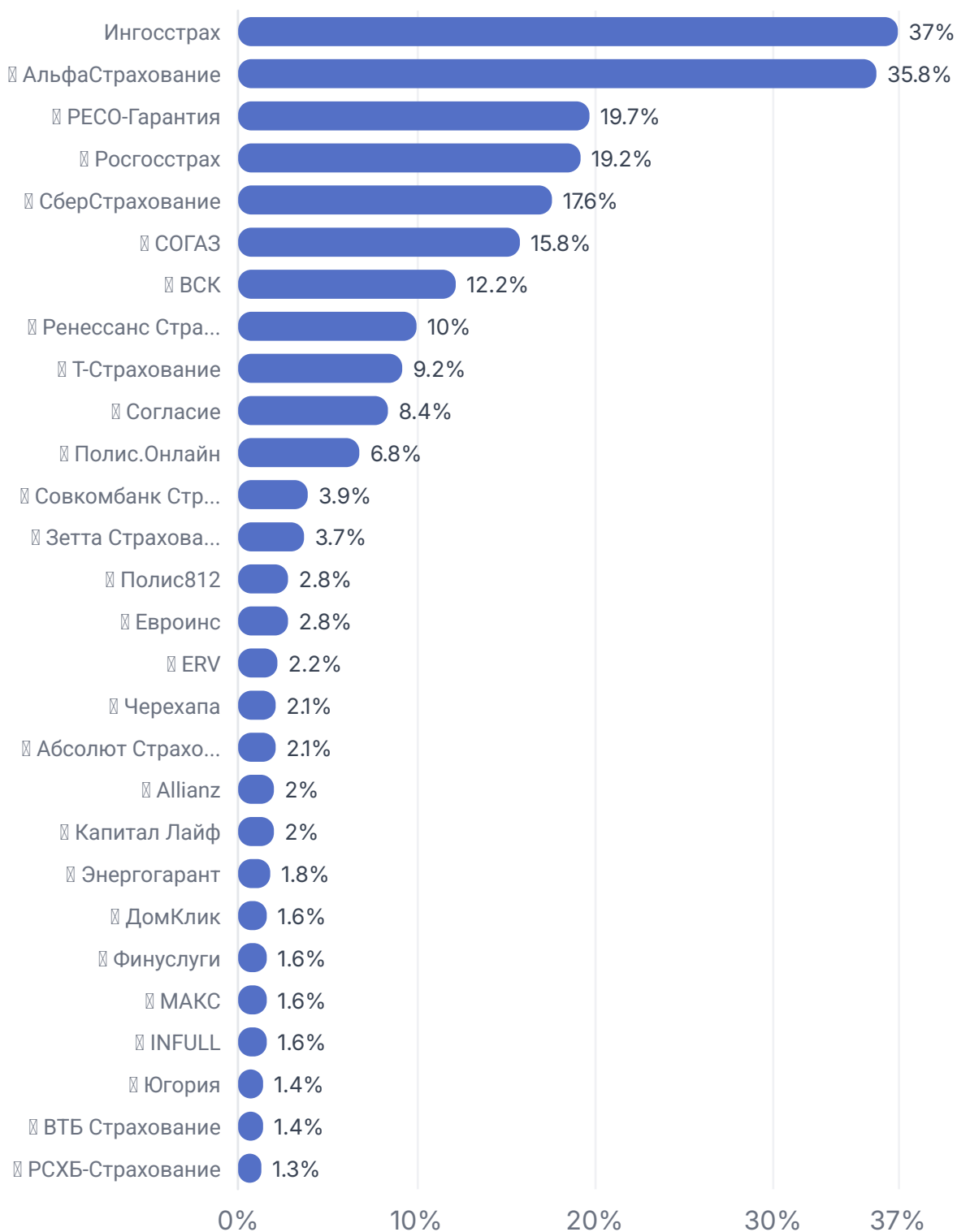
Анализ:

Данные указывают на критически низкую эксклюзивность упоминаний нашего бренда в AI, что свидетельствует о слабом позиционировании как самостоятельного лидера. Высокая доля

совместных упоминаний говорит о том, что AI чаще всего видит наш бренд в прямом сравнении или наряду с конкурентами, что снижает Brand Visibility нашего уникального предложения.

Анализ эксклюзивности упоминаний показывает, что AI упоминает только наш бренд без конкурентов крайне редко, всего в 1.8% случаев. Это очень низкий показатель, свидетельствующий о том, что AI не воспринимает наш бренд как уникальное или доминирующее решение в своей категории без прямой связи с другими игроками рынка. Высокая доля совместных упоминаний (58.5%) означает, что наш бренд часто ассоциируется с конкурентами в запросах или в тренировочных данных AI. Это увеличивает общую Brand Visibility, так как наш бренд упоминается, но при этом подрывает Brand Mention Rate как самостоятельного игрока, поскольку он всегда находится в контексте сравнения, что может привести к его восприятию как "одного из многих" или как прямого аналога. Чтобы увеличить количество эксклюзивных упоминаний, необходимо активно работать над формированием уникального предложения и подчеркиванием дифференцированных характеристик, которые отсутствуют у конкурентов. Это включает создание контента, ориентированного на уникальные сценарии использования, инновационные функции и преимущества, которые четко отделяют наш бренд от конкурентов и позиционируют его как предпочтительное или единственное решение для конкретных задач.

Brand Mention Rate



Brand Mention Rate (BMR) — насколько часто бренд вообще попадает в ответы. Считается как доля ответов, где упомянут бренд, от всех ответов на нейтральные (небрендовые) запросы, в процентах: ответы с упоминанием бренда / все ответы × 100%.

Компания	BMR (%)	Ответов
Ингосстрах	370%	6 638

АльфаСтрахование	35.8%	6 422
РЕСО-Гарантия	19.7%	3 532
Росгосстрах	19.2%	3 443
СберСтрахование	17.6%	3 148
СОГАЗ	15.8%	2 829
ВСК	12.2%	2 186
Ренессанс Страхование	10.0%	1 795
Т-Страхование	9.2%	1 648
Согласие	8.4%	1 501
Полис.Онлайн	6.8%	1 215
Совкомбанк Страхование	3.9%	700
Зетта Страхование	3.7%	661
Полис812	2.8%	502
Евроинс	2.8%	510
ERV	2.2%	387
Черехапа	2.1%	381
Абсолют Страхование	2.1%	369
Allianz	2.0%	358
Капитал Лайф	2.0%	354
Энергогарант	1.8%	321
ДомКлик	1.6%	284
Финуслуги	1.6%	282
МАКС	1.6%	284
INFULL	1.6%	287
Югория	1.4%	258
ВТБ Страхование	1.4%	243
РСХБ-Страхование	1.3%	234
Сравни.ру	0.8%	138

МТС Страхование	0.8%	144
БКС Страхование жизни	0.5%	88
1001 полис	0.2%	31
Астро-Волга	0.2%	34
Пари	0.2%	31
Гайде	0.2%	27
ПСБ Страхование	0.1%	20
Galaxy Insurance	0.1%	15
Гардиа	0.0%	6
Райффайзен Лайф	0.0%	8
Манго Страхование	0.0%	5
Чулпан	0.0%	2
ППФ Страхование жизни	0.0%	1

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

Ингосстрах лидирует по Brand Mention Rate с показателем 370%, опережая ближайшего конкурента АльфаСтрахование на 1.2 процентных пункта (35.8%).

BMR Ингосстраха более чем в два раза превышает средний показатель по рынку (15.3%), демонстрируя сильную Brand Visibility.

Компания занимает первое место из 13 участников рейтинга по количеству брендовых упоминаний (6 638).

Разрыв между Ингосстрахом (370%) и третьим местом (РЕСО-Гарантия, 19.7%) составляет значительные 173 процентных пункта.

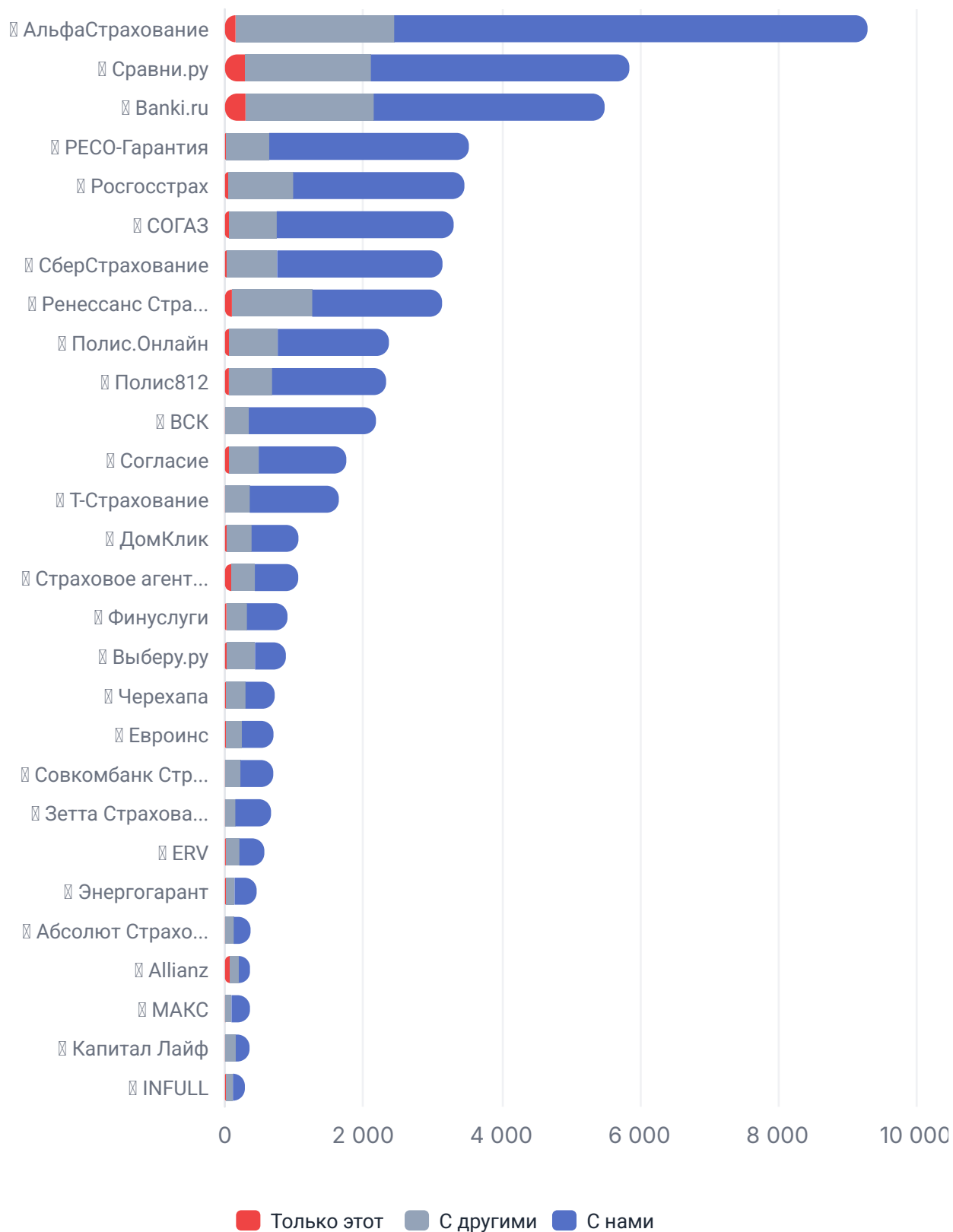
Анализ:

Ингосстрах демонстрирует сильные позиции в Brand Visibility, занимая лидирующую строчку рейтинга. С BMR 370%, компания уверенно входит в категорию "хорошей узнаваемости", значительно опережая средние рыночные показатели.

Ингосстрах демонстрирует доминирующую Brand Visibility, занимая лидирующую позицию в рейтинге с BMR 370%. Компания значительно опережает большинство конкурентов, отрываясь от третьего места на 173 процентных пункта, что подтверждает ее сильные рыночные позиции,

однако АльфаСтрахование остается крайне близким преследователем. Такой высокий Brand Mention Rate (37.0%) критически важен для восприятия бренда в AI. Он означает, что Ингосстрах является часто упоминаемым и релевантным субъектом в контексте страхования, что повышает вероятность его рекомендаций AI-системами и способствует формированию авторитетного образа в сознании потребителей, использующих AI. Для дальнейшего увеличения BMR необходимо сосредоточиться на создании и распространении высококачественного экспертного контента, а также активно работать над стимулированием пользовательских упоминаний и отзывов. Кроме того, стратегическое партнерство с лидерами мнений и освещение инноваций в продуктах и сервисах может существенно укрепить Brand Visibility в цифровом пространстве.

Эксклюзивность по конкурентам



Разбивает упоминания каждого конкурента на три типа: «Только он» (конкурент один в ответе, без нас и без других), «С другими» (вместе с другими конкурентами, но без нас) и «С нами» (в одном ответе с нашим брендом).

Конкурент	Только он	С другими	С нами	Всего
АльфаСтрахование	153	2 298	6 852	9 303
Сравни.ру	291	1 821	3 744	5 856

 Banki.ru	297	1 856	3 344	5 497
 РЕСО-Гарантия	21	620	2 891	3 532
 Росгосстрах	49	937	2 481	3 467
 СОГАЗ	65	684	2 561	3 310
 СберСтрахование	27	727	2 394	3 148
 Ренессанс Страхование	101	1 162	1 881	3 144
 Полис.Онлайн	62	701	1 612	2 375
 Полис812	57	625	1 652	2 334
 ВСК	6	339	1 841	2 186
 Согласие	61	428	1 267	1 756
 Т-Страхование	5	352	1 291	1 648
 ДомКлик	27	359	677	1 063
 Страховое агентство Прогресс	93	340	627	1 060
 Финуслуги	22	296	586	904
 Выберу.ру	30	406	445	881
 Черехапа	21	276	424	721
 Евроинс	14	230	457	701
 Совкомбанк Страхование	3	221	476	700
 Зетта Страхование	3	147	516	666
 ERV	11	198	362	571
 Энергогарант	19	118	321	458
 Абсолют Страхование	5	122	242	369
 Allianz	74	125	162	361
 МАКС	9	84	267	360
 Капитал Лайф	7	148	199	354
 INFULL	20	95	173	288
 Югория	0	73	185	258
 ВТБ Страхование	3	85	155	243

РСХБ-Страхование	4	103	127	234
1001 полис	1	44	178	223
МТС Страхование	3	91	50	144
БКС Страхование жизни	8	52	28	88
Астро-Волга	0	14	20	34
Пари	2	9	20	31
Гайде	0	1	27	28
ПСБ Страхование	0	11	9	20
Galaxy Insurance	0	1	14	15
Гардиа	0	3	5	8
Райффайзен Лайф	0	3	5	8
Манго Страхование	0	2	3	5
Чулпан	0	0	2	2
ППФ Страхование жизни	0	1	0	1

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

- Мы демонстрируем очень высокий уровень Brand Visibility, участвуя в 29 412 совместных упоминаниях с другими брендами.
- Наиболее часто нас ассоциируют с АльфаСтрахование, на долю которого приходится 6 852 совместных упоминания (около 23,3% от всех наших совместных упоминаний).
- Крупные финансовые агрегаторы Сравни.ру и Banki.ru занимают второе и третье место по частоте совместных упоминаний с нами, с показателями 3 744 и 3 344 соответственно.
- Среди наших основных партнеров по упоминаниям, АльфаСтрахование имеет самый низкий показатель эксклюзивных упоминаний (2%), что указывает на их сильную интеграцию в общие дискуссии с другими игроками, включая нас.
- Banki.ru и Сравни.ру обладают наиболее высоким "эксклюзивным" Brand Mention Rate среди наших основных партнеров (по 5% от их общего числа упоминаний), подчеркивая их сильный независимый бренд.

Анализ:

Высокий объем совместных упоминаний (29 412) ясно показывает нашу ключевую роль и значительную Brand Visibility на рынке, где мы часто обсуждаемся наряду с ведущими

игроками. Это свидетельствует о сильном присутствии и релевантности нашего бренда в общих дискуссиях конкурентного ландшафта.

Развернутое заключение:

Нас чаще всего ассоциируют с  АльфаСтрахование,  Сравни.ру и  Banki.ru. Ассоциация с  АльфаСтрахование, одним из лидеров страхового рынка, подразумевает, что наш бренд воспринимается как надежный и актуальный в сфере страхования или смежных финансовых услуг. Упоминания рядом с агрегаторами  Сравни.ру и  Banki.ru указывают на нашу значимость в процессе выбора продукта потребителем, когда пользователи сравнивают различные предложения или ищут оптимальные решения. Это позиционирует нас как важного игрока, входящего в круг рассмотрения при поиске и сравнении финансовых и страховых продуктов.

Среди проанализированных конкурентов,  Banki.ru и  Сравни.ру демонстрируют наиболее сильную "эксклюзивную" позицию, с 5% их упоминаний приходящимися на эксклюзивные, то есть без связи с другими брендами. Это говорит о том, что они являются сильными "конечными точками" для потребителей, которые обращаются к ним напрямую за их собственным ценностным предложением, что подчеркивает их независимую Brand Mention Rate и лояльность аудитории. В то же время,  АльфаСтрахование, несмотря на общее лидерство, гораздо чаще упоминается совместно с другими брендами, включая нас, что может указывать на их вовлеченность в более широкие партнерские или конкурентные контексты.

Используя эти данные для позиционирования бренда, мы можем акцентировать наше место среди лидеров и активно работать с теми, кто ищет информацию на агрегаторах. Сильная ассоциация с АльфаСтрахованием позволяет нам усилить сообщение о надежности и экспертизности в страховой сфере. Для агрегаторов, таких как Banki.ru и Сравни.ру, мы можем разработать кампании, направленные на привлечение их "эксклюзивной" аудитории, предлагая более выгодные или уникальные условия, которые они не найдут напрямую на этих платформах, или же, наоборот, углубить партнерство, подчеркивая наше присутствие на их ресурсах. Общая высокая Brand Visibility дает нам прочную основу для дальнейшего укрепления нашего имиджа как одного из ведущих и постоянно обсуждаемых игроков рынка.

Таблица сравнения

Сравнение нашего бренда с конкурентами по данным нейросетей (ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude и т.п.), агрегированным за период. Колонки: «Ответы» — число ответов AI с упоминанием бренда; «Упоминания» — общее число упоминаний (бренд + ссылки); «Ссылки» — упоминания в виде ссылок на сайт; «Тональность» — средний балл по шкале 0–100.

Компания	Ответы нейросетей	Упоминания	Ссылки	Тональность
Ингосстрах	9 248	24 507	16 304	79/100
АльфаСтрахование	9 303	23 525	15 720	72/100
Banki.ru	5 497	15 536	15 536	70/100
Сравни.ру	5 856	15 277	15 131	70/100
Ренессанс Страхование	3 144	7 693	5 601	68/100
СОГАЗ	3 310	6 978	3 264	71/100
Полис812	2 334	6 547	6 009	73/100
Полис.Онлайн	2 375	4 843	3 499	68/100
РЕСО-Гарантия	3 532	4 658	3	69/100
Росгосстрах	3 467	4 168	108	63/100
Согласие	1 756	3 989	2 285	68/100
СберСтрахование	3 148	3 883	1	65/100
Страховое агентство Прогресс	1 060	3 115	3 115	60/100
Финуслуги	904	2 742	2 450	65/100
ВСК	2 186	2 702	0	70/100
ДомКлик	1 063	2 493	2 142	69/100
Выберу.ру	881	2 412	2 412	56/100
Т-Страхование	1 648	1 979	0	70/100
Черехапа	721	1 356	906	75/100
Зетта Страхование	666	1 186	22	69/100
Евроинс	701	1 181	569	64/100
ERV	571	1 165	671	70/100
1001 полис	223	864	832	94/100
Энергогарант	458	831	498	60/100
Совкомбанк Страхование	700	785	0	61/100
Allianz	361	617	81	69/100
МАКС	360	611	291	62/100
Капитал Лайф	354	452	0	63/100

Компания	Ответы нейросетей	Упоминания	Ссылки	Тональность
Абсолют Страхование	369	392	0	60/100
РСХБ-Страхование	234	366	0	55/100
INFULL	288	315	4	66/100
Югория	258	293	5	57/100
ВТБ Страхование	243	262	0	65/100
БКС Страхование жизни	88	194	0	60/100
МТС Страхование	144	157	0	57/100
Астро-Волга	34	34	0	51/100
Гайде	28	32	2	68/100
Пари	31	31	0	66/100
ПСБ Страхование	20	23	0	60/100
Galaxy Insurance	15	16	0	60/100
Райффайзен Лайф	8	11	0	63/100
Гардиа	8	8	2	69/100
Манго Страхование	5	5	0	50/100
Чулпан	2	2	0	50/100
ППФ Страхование жизни	1	2	0	50/100

Тональность — средний балл тональности упоминаний бренда по шкале 0–100: ~50 — нейтрально, выше 50 — преимущественно позитивные упоминания, ниже 50 — преимущественно негативные.

Ключевые наблюдения

- Доля нашего бренда в ответах нейросетей: 17%
- Лидер по количеству ответов: АльфаСтрахование
- Топ-3 конкурента по общему числу упоминаний (бренд + ссылки): Ингосстрах, АльфаСтрахование, Banki.ru.

02 / 04

Ссылки

Анализ источников ссылок в ответах нейросетей

Содержание раздела:

- Топ доменов по количеству ссылок и упоминаний
- Распределение источников по нейросетям
- Анализ концентрации и разнообразия источников
- Рекомендации по работе с источниками ссылок

Динамика ссылок во времени



Дата	Ссылки	Ответов	Домены
2026-05-27	18 970	7 579	5 452
2026-05-28	16 977	6 090	5 576
2026-05-29	28 448	3 207	8 154
2026-05-30	1 112	502	395
2026-05-31	38	11	26
2026-06-01	1 380	425	365
2026-06-02	298	106	142

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

- Наблюдается полная стабильность в объеме ссылок, без изменений в динамике последней недели по сравнению с первой (тренд 0%).
- Поддерживается высокий ежедневный объем активности, включая в среднем 9603.3 ссылки, 2560.0 ответов и 2872.9 доменов в день.
- Количество уникальных доменов (50) относительно общего числа упоминаний (418 968)

указывает на крайне низкое разнообразие источников и высокую концентрацию Brand Visibility.

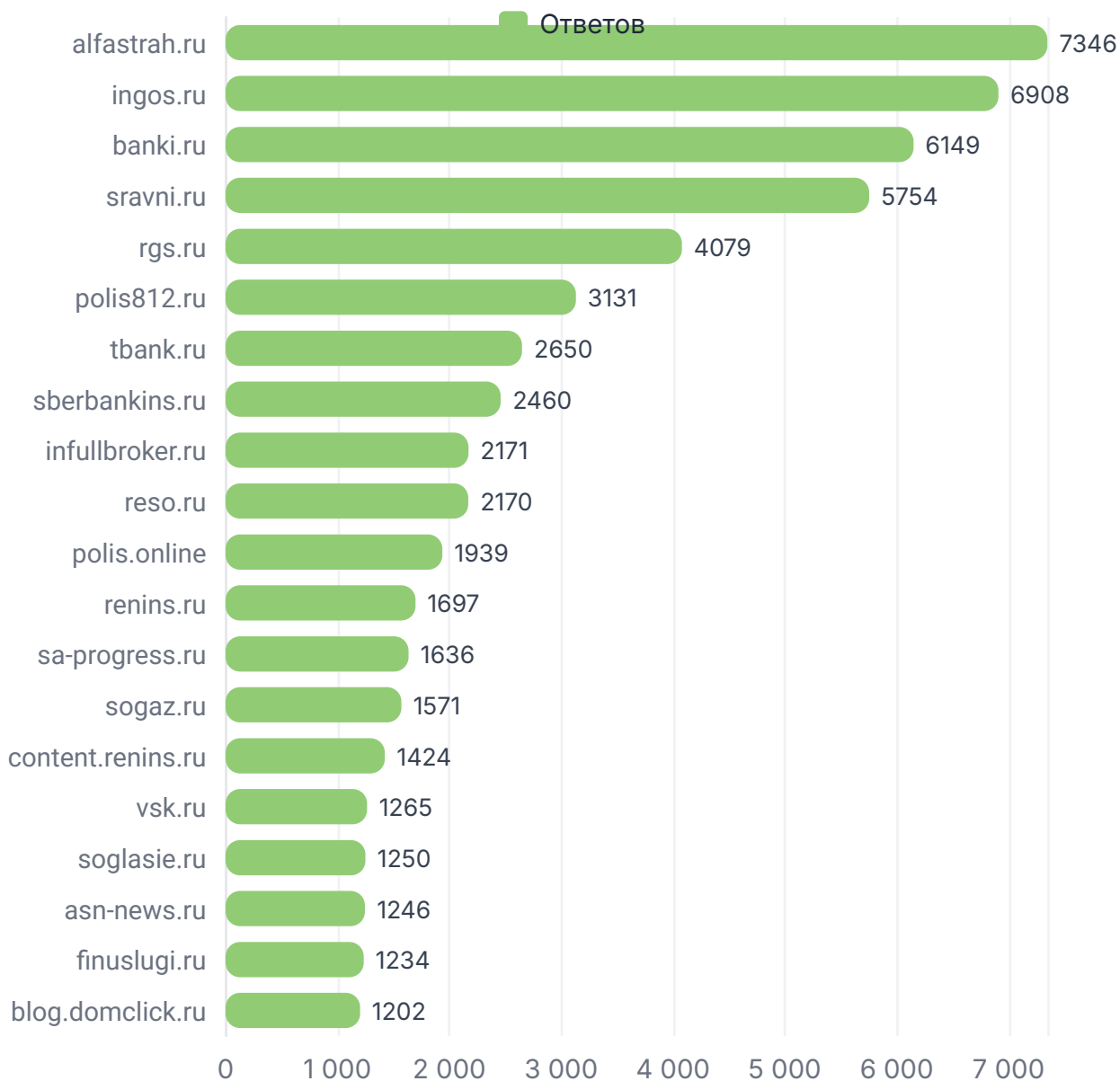
- Несмотря на статичный тренд, Brand Mention Rate остается высоким за счет значительного общего числа упоминаний за период.

Анализ:

Система демонстрирует высокую операционную нагрузку с тысячами ссылок и ответов ежедневно, что свидетельствует о стабильном и активном функционировании. Однако, отсутствие роста в динамике объема ссылок указывает на достижение плато в текущих каналах взаимодействия.

Итоговая статистика подчеркивает парадоксальную ситуацию: при очень высоком Brand Mention Rate (418 968 упоминаний) наблюдается крайне ограниченное разнообразие источников (всего 50 уникальных доменов). Это означает, что Brand Visibility сосредоточена в узком круге платформ или партнеров. Отсутствие динамики в объеме ссылок (тренд 0%) говорит о стабилизации охвата, но не его расширении. Без данных по динамике во времени (7 точек) сложно выявить сезонные паттерны или аномалии, но представленные агрегированные показатели не указывают на выраженные колебания. Для дальнейшего развития необходимо сосредоточиться на стратегии по расширению Brand Visibility за счет привлечения новых уникальных доменов и источников.

Топ-20 доменов по количеству ответов



Домен	Ответов	Ссылок	Упоминаний	% позит.	% негат.
alfastrah.ru	7 346	553	141 887	21%	0%
ingos.ru	6 908	726	132 882	22%	0%
banki.ru	6 149	1 342	134 004	19%	0%
sravni.ru	5 754	795	112 858	19%	0%
rgs.ru	4 079	432	67 823	17%	0%
polis812.ru	3 131	541	66 053	27%	0%
tbank.ru	2 650	303	40 476	19%	0%
sberbankins.ru	2 460	139	36 540	19%	0%
infullbroker.ru	2 171	603	33 903	37%	0%

reso.ru	2 170	152	33 483	20%	0%
polis.online	1 939	356	39 277	25%	0%
renins.ru	1 697	255	32 719	21%	0%
sa-progress.ru	1 636	268	25 496	16%	0%
sogaz.ru	1 571	167	25 457	21%	0%
content.renins.ru	1 424	171	20 412	20%	0%
vsk.ru	1 265	99	18 561	26%	0%
soglasie.ru	1 250	101	23 247	21%	0%
asn-news.ru	1 246	493	17 646	25%	0%
finuslugi.ru	1 234	260	25 318	20%	0%
blog.domclick.ru	1 202	91	16 743	23%	0%
insure.travel	1 098	221	12 030	21%	0%
t-j.ru	1 074	137	14 239	28%	0%
vbr.ru	1 045	205	21 052	13%	0%
vtb.ru	1 041	86	15 276	15%	0%
sovcomins.ru	1 034	157	16 907	21%	0%
reddit.com	928	831	12 735	29%	0%
fincult.info	856	48	10 888	12%	0%
insurance.mts.ru	809	118	10 756	21%	0%
insur-info.ru	775	433	9 275	28%	0%
sberbank.ru	727	128	9 670	22%	0%
avtocod.ru	720	97	13 746	19%	0%
vc.ru	646	190	13 051	34%	0%
kaplife.ru	638	130	8 704	24%	0%
brobank.ru	585	94	10 141	15%	0%
instagram.com	573	656	8 684	36%	0%
rshbins-life.ru	567	83	8 492	9%	0%
sberbank-insurance.ru	559	50	7 101	10%	0%

consultant.ru	548	397	5 850	21%	0%
prosto.insure	542	113	6 839	25%	0%
zettains.ru	536	73	9 194	25%	0%
euro-ins.ru	525	58	6 703	23%	0%
cherehapa.ru	519	145	7 122	28%	0%
auras.insure	517	251	6 773	34%	0%
sovcomlife.ru	493	64	7 448	11%	0%
absolutins.ru	476	69	5 778	23%	0%
renlife.ru	470	55	6 253	8%	0%
raiffeisen.ru	468	39	5 508	18%	0%
bankiros.ru	457	72	6 766	7%	0%
bip.ru	450	78	8 118	22%	0%
YouTube	443	308	5 249	28%	0%
erv.ru	432	94	5 368	18%	0%
ugsk.ru	432	72	6 810	30%	0%
energogarant.ru	394	49	4 528	19%	0%
realty.yandex.ru	385	42	4 995	18%	0%
gazprombank.ru	376	54	4 739	10%	0%
xn--h1alcedd.xn--d1aqf.xn--p1ai	374	54	4 765	33%	0%
ru.wikipedia.org	370	94	3 976	13%	0%
rosstrah.ru	363	71	5 971	23%	0%
psbins.ru	353	36	3 102	30%	0%
shop.sogaz.ru	352	46	4 290	27%	0%
dtf.ru	348	94	8 139	35%	1%
galaxyinsurance.ru	346	102	3 562	19%	0%
cian.ru	343	62	4 706	31%	0%
1001polis.ru	341	24	8 385	30%	0%
glavbukh.ru	336	92	2 157	14%	0%

makc.ru	323	64	5 733	28%	0%
einsur.ru	322	43	4 136	28%	0%
reso-insurance.ru	319	39	4 776	16%	0%
sbersova.ru	318	36	4 341	13%	0%
turinsure.ru	313	76	2 999	19%	0%
lifeingos.ru	308	33	4 844	9%	0%
companies.rbc.ru	305	114	3 775	16%	1%
gosuslugi.ru	304	94	4 230	22%	0%
facebook.com	293	334	3 124	36%	0%
rg.ru	293	89	3 700	11%	0%
journal.sovcombank.ru	292	71	3 634	15%	0%
dms.msk.ru	290	41	4 793	30%	0%
insurance.domclick.ru	281	5	5 665	31%	0%
asccenter.ru	280	68	3 542	20%	0%
mainsgroup.ru	273	27	3 211	29%	0%
domrfbank.ru	271	27	3 190	20%	0%
shop.renlife.ru	269	54	4 987	8%	0%
kp.ru	266	53	3 547	30%	0%
owconsult.ru	265	15	3 027	27%	0%
auto.ru	259	61	4 551	15%	0%
xn--80aaah5ahzcdskie8bxa4l.xn--p1ai	258	48	4 081	34%	0%
klerk.ru	257	133	2 402	14%	0%
skpari.ru	255	37	2 531	19%	0%
luchi.ru	249	11	3 866	31%	0%
mafin.ru	242	73	4 575	23%	0%
medadvisor.ru	235	189	5 514	21%	0%
kommersant.ru	232	114	2 343	33%	0%
astrovolga.ru	230	31	3 329	22%	0%

rbc.ru	228	79	2 427	20%	0%
sport.insure	226	75	2 287	20%	0%
iplanet.su	219	31	2 847	24%	0%
dms-tut.ru	214	4	3 030	37%	0%
assistances.info	210	46	3 161	25%	0%
insurator.online	203	48	2 585	27%	1%
vk.com	200	124	1 897	19%	1%

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

- Высокая концентрация ссылок наблюдается в ТОП-10 доменов (почти 70%), что указывает на риски специализации и ограниченности информационного ландшафта для нейросетей.
- Доминирование финансовых и страховых порталов формирует узкий тематический профиль данных, что может ограничивать общую экспертизу нейросети.
- Присутствие социальных сетей (reddit.com, instagram.com) расширяет Brand Visibility, но может снижать общую авторитетность источников для формирования фактических знаний.
- Значительное количество ссылок на официальные сайты крупных компаний (ingos.ru, alfastrah.ru) обеспечивает высокую достоверность информации в рамках их предметной области.
- Относительно небольшое количество уникальных доменов (50 из 200) свидетельствует о повторном использовании ограниченного круга источников.

Анализ:

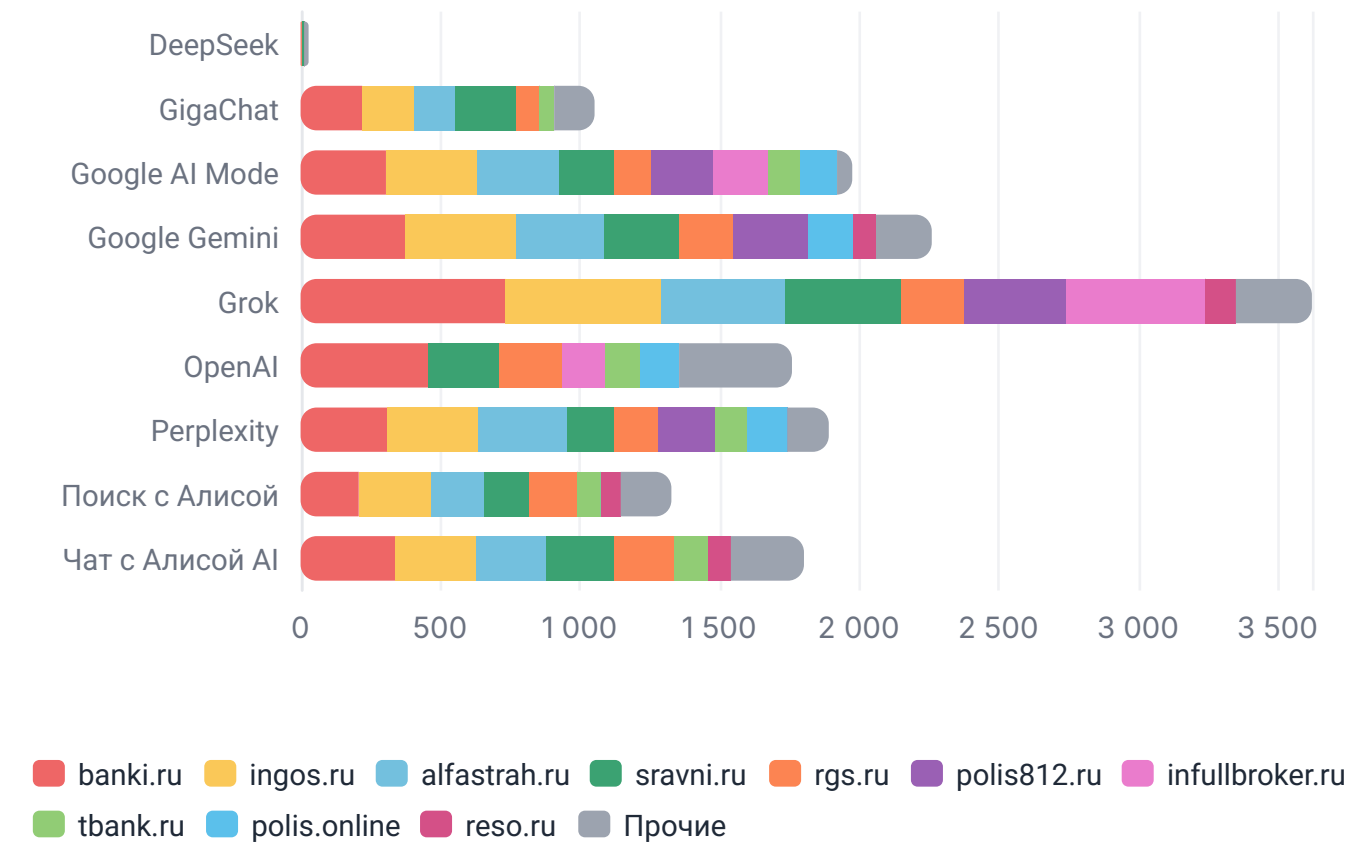
Источники информации для нейросетей демонстрируют значительную концентрацию вокруг тематики финансов и страхования, с доминированием авторитетных отраслевых порталов и официальных сайтов компаний. При этом почти 70% ссылок приходится на десять доменов, что указывает на высокую зависимость от ограниченного пула источников, несмотря на присутствие социальных медиа для расширения Brand Visibility. Это формирует специфический информационный ландшафт, который может быть как преимуществом для специализированных нейросетей, так и ограничением для более общих задач.

Развернутое заключение:

Доминирующими доменами являются финансовые и страховые порталы, такие как banki.ru, sravni.ru, ingos.ru и alfastrah.ru. Это означает, что нейросети, обучающиеся на этих данных, будут восприниматься как эксперты в финансово-страховой отрасли, что положительно влияет на их репутацию в этой нише. Однако, несмотря на присутствие различных типов источников,

включая новостные, официальные и социальные сети (reddit.com, instagram.com), наблюдается чрезмерная тематическая зависимость от конкретных платформ финансового сектора. Высокая концентрация источников (почти 70% ссылок из ТОП-10 доменов) может быть как преимуществом для узкоспециализированных нейросетей, обеспечивая глубокую экспертизу в определенной области, так и недостатком для универсальных моделей из-за риска однобокого восприятия информации. Для увеличения разнообразия и снижения рисков концентрации рекомендуется активно включать домены из других отраслей, например, научные порталы, технические блоги и правительственные сайты. Это поможет расширить горизонты знаний нейросети и улучшить ее способность обрабатывать разносторонние запросы. Стратегическое расширение источников позволит диверсифицировать информационный поток и повысить общую авторитетность и сбалансированность получаемых знаний.

Топ доменов по нейросетям



Grok

Домен	Ответов	Ссылок
alfastrah.ru	1654	444
ingos.ru	1535	556

banki.ru	1 317	735
infullbroker.ru	1 198	499
sravni.ru	1 166	417
polis812.ru	962	368
rgs.ru	899	224
sberbankins.ru	671	104
renins.ru	650	168
reso.ru	647	108

Google Gemini

Домен	Ответов	Ссылок
alfastrah.ru	1 391	314
ingos.ru	1 296	397
banki.ru	916	376
sravni.ru	833	269
polis812.ru	688	268
rgs.ru	556	195
sberbankins.ru	501	65
sa-progress.ru	366	134
polis.online	365	162
reso.ru	356	81

Perplexity

Домен	Ответов	Ссылок
alfastrah.ru	1 379	316
ingos.ru	1 113	329
banki.ru	759	310
sravni.ru	615	170
rgs.ru	590	157

polis812.ru	511	203
sberbankins.ru	440	64
tbank.ru	375	116
polis.online	366	143
content.renins.ru	349	84

Google AI Mode

Домен	Ответов	Ссылок
alfastrah.ru	1 142	293
ingos.ru	1 018	326
banki.ru	652	306
sravni.ru	588	199
polis812.ru	481	220
infullbroker.ru	450	197
rgs.ru	391	134
tbank.ru	355	115
sberbankins.ru	344	55
polis.online	309	132

Чат с Алисой AI

Домен	Ответов	Ссылок
alfastrah.ru	864	254
banki.ru	862	341
sravni.ru	783	244
ingos.ru	769	287
rgs.ru	558	212
tbank.ru	395	123
vbr.ru	388	118
reso.ru	308	81

sa-progress.ru	270	91
brobank.ru	209	53

Поиск с Алисой

Домен	Ответов	Ссылок
ingos.ru	729	261
sravni.ru	534	160
alfastrah.ru	528	189
banki.ru	474	209
rgs.ru	395	172
reso.ru	221	71
tbank.ru	211	85
vbr.ru	175	72
sa-progress.ru	174	76
sberbankins.ru	161	34

OpenAI

Домен	Ответов	Ссылок
banki.ru	667	460
rgs.ru	508	229
sravni.ru	471	251
infullbroker.ru	304	151
tbank.ru	294	127
reddit.com	285	199
polis.online	225	138
sogaz.ru	215	68
renins.ru	204	75
content.renins.ru	161	63

GigaChat

Домен	Ответов	Ссылок
sravni.ru	755	218
banki.ru	497	221
ingos.ru	419	187
alfastrah.ru	378	147
glavbukh.ru	273	59
rgs.ru	182	84
news.ru	132	15
tbank.ru	129	52
klerk.ru	122	32
sberbank.ru	109	38

DeepSeek

Домен	Ответов	Ссылок
sravni.ru	9	8
cherehapa.ru	6	5
banki.ru	5	5
dkbm-web.autoins.ru	5	3
sberbank.ru	3	3
tinkoff.ru	2	1
alfastrah.ru	2	1
rus-rsa.ru	1	1
spasibo.insure	1	1
dks.sro-rsa.ru	1	1

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Приветствую! Как эксперт по AI-маркетингу, проведу развернутый анализ представленных данных о Brand Visibility в различных нейросетях.

Анализ Brand Visibility демонстрирует лидерство Grok по общему объему упоминаний (32.6%), за которым следует Google Gemini, что указывает на их значительную долю в информационном поле. При этом, по активности использования ссылок относительно числа упоминаний, Perplexity, DeepSeek и GigaChat выделяются как нейросети, наиболее склонные к цитированию источников, демонстрируя самые высокие коэффициенты ссылок на упоминание. В плане предпочтений источников, все анализируемые нейросети сфокусированы на финансово-страховой тематике, активно используя banki.ru, ingos.ru и alfastrah.ru как основные ресурсы. Отдельно стоит отметить, что OpenAI, GigaChat и DeepSeek проявляют дополнительный интерес к агрегаторам и сравнительным платформам, таким как sravni.ru и cherehapa.ru, что указывает на их потребность в аналитическом контенте. Позитивная тональность упоминаний со ссылками наилучшим образом выражена у Google Gemini, Google AI Mode, Perplexity и DeepSeek, практически без негативных откликов. В то время как Grok имеет наибольшее количество упоминаний, он же демонстрирует и самый высокий абсолютный объем негатива, подчеркивая важность не только объема, но и качества Brand Mention Rate. Этот паттерн указывает на высокую тематическую концентрированность источников во всех нейросетях.

Рекомендации по оптимизации присутствия в источниках:

- 1. Усиление ключевых платформ:** Обеспечьте максимально полное и актуальное присутствие на banki.ru, ingos.ru и alfastrah.ru, поскольку эти ресурсы являются стержневыми для большинства нейросетей.
- 2. Стратегия для агрегаторов:** Активно развивайте контент и Brand Visibility на sravni.ru и cherehapa.ru. Это критично для нейросетей, ориентированных на сравнение и аналитику (OpenAI, GigaChat, DeepSeek).
- 3. Качество цитирования:** Для нейросетей с высокой склонностью к ссылочной активности (Perplexity, DeepSeek, GigaChat), создавайте легко цитируемый, авторитетный контент, подтвержденный данными и фактами, чтобы повысить вероятность его использования как источника.
- 4. Репутационный менеджмент:** Учитывая высокий объем негатива у Grok, необходимо уделить особое внимание управлению репутацией и отработке обратной связи на тех источниках, которые он активно цитирует.
- 5. Нишевое развитие:** DeepSeek, несмотря на низкий объем упоминаний, демонстрирует идеальную тональность и высокую склонность к цитированию. Это может быть перспективной точкой для наращивания Brand Visibility с помощью высококачественного и релевантного контента.

Топ-10 URL по упоминаниям

URL	Домен	Упоминаний
https://www.sravni.ru/strahovanie-ipoteki	sravni.ru	7 463
https://www.alfastrah.ru/corporate/msb/dms	alfastrah.ru	7 242
https://www.banki.ru/insurance/order/realty/mor...	banki.ru	6 366
https://sberbankins.ru/products/dms	sberbankins.ru	5 504
https://polis812.ru/blog/dms-dlya-organizaczij-...	polis812.ru	5 222
https://www.renins.ru/insurance/staff/dms	renins.ru	5 209
https://www.soglasie.ru/firm/strahovanie-sotrud...	soglasie.ru	5 017
https://www.ingos.ru/corporate/employees/dms	ingos.ru	4 718
https://www.sravni.ru/dms/korporativnyj	sravni.ru	4 542
https://www.sravni.ru/strahovanie-domov	sravni.ru	4 381

Ключевые наблюдения

- Всего ссылок: 200 (активных: 200)
- Уникальных доменов: 50
- Всего упоминаний со ссылками: 418 968
- Топ домен: banki.ru (1 342 ссылок, 134 004 упоминаний)
- Наиболее активная нейросеть: Grok (701 193 упоминаний)

03 / 04

Тональность

Оценка тональности и настроения аудитории

Содержание раздела:

- Распределение позитивных, нейтральных и негативных ответов
- Детальные метрики качества: информативность, достоверность, полезность
- Оценка отношения к бренду: предпочтение, рекомендации, справедливость
- Анализ влияния на бренд и проблемные ответы
- Сравнение тональности по нейросетям и типам запросов

Общий балл тональности

77

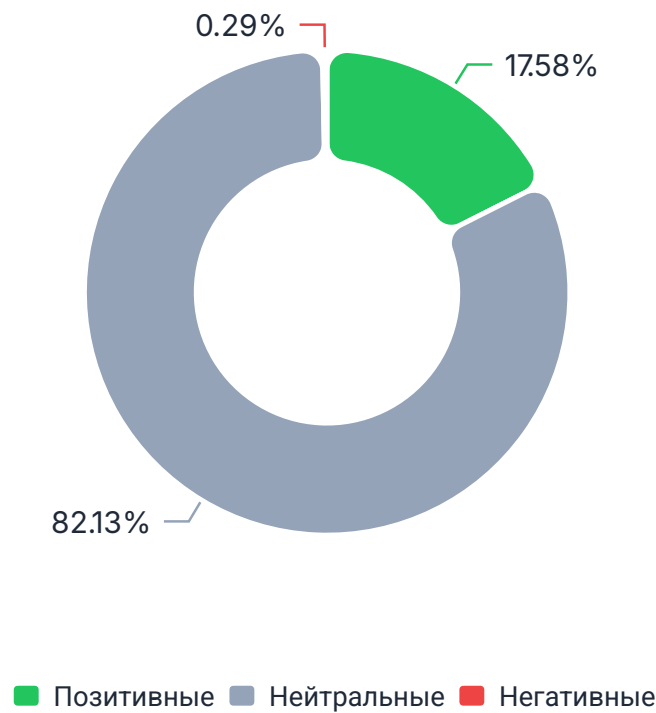
из 100

Хороший

Интерпретация:

- Нейросети положительно отзываются о бренде
- Всего проанализировано ответов: 17 920

Распределение сентиментов



Категория	Количество	Процент	Средний балл
Позитивные	3 150	18%	82
Нейтральные	14 717	82%	76
Негативные	53	0%	58

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

Общее восприятие бренда характеризуется стабильностью и отсутствием конфликтов, с впечатляющим 0% негативных упоминаний и высоким средним баллом тональности 77/100.

Бренд демонстрирует исключительную эффективность в функциональных метриках:

Информативность (83/100), Полезность (81/100) и Справедливость (81/100), подтверждая свою репутацию надежного источника.

Критически слабыми являются метрики, связанные с приверженностью бренду и адвокацией:

"Влияние на бренд" (0/100), "Предпочтение бренда" (28/100) и "Сила рекомендаций" (36/100)

находятся на крайне низком уровне.

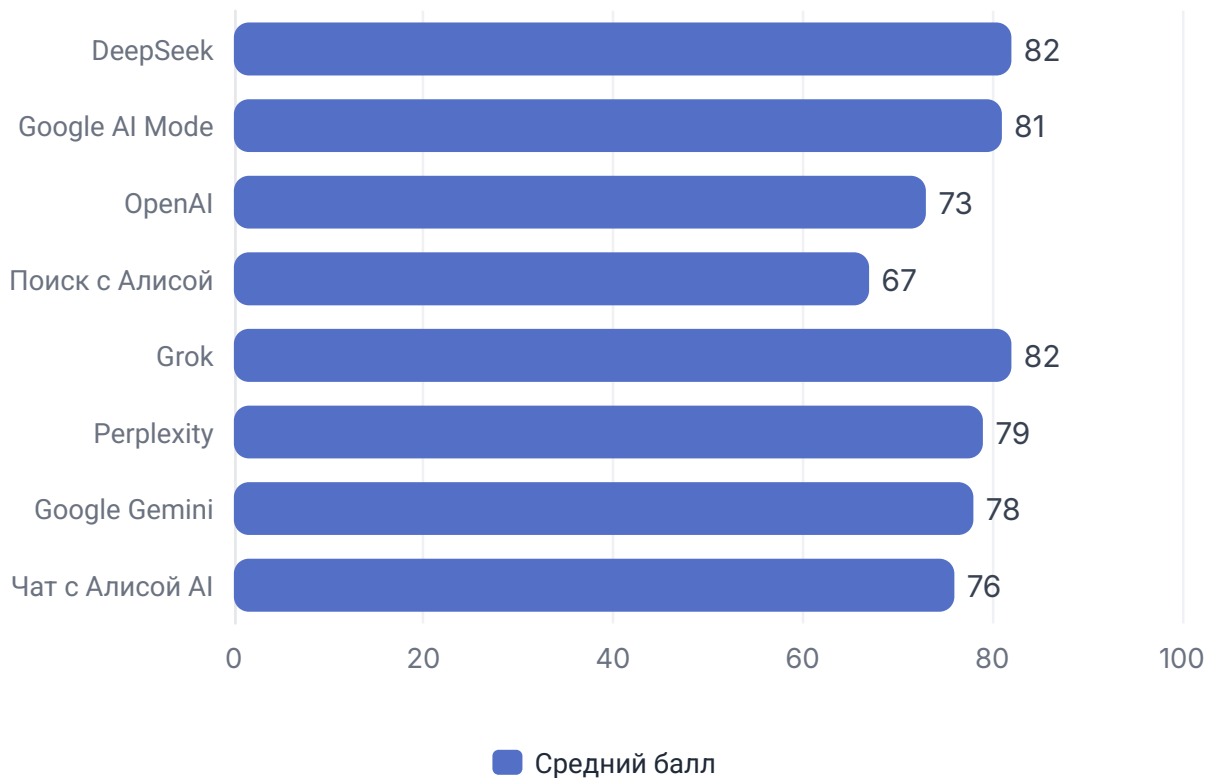
Преобладание нейтральных упоминаний (82%) указывает на восприятие бренда как объективного и фактического инструмента, а не как объекта эмоциональной привязанности или лояльности.

Анализ:

Бренд демонстрирует стабильное и практически бесконфликтное онлайн-присутствие, что подтверждается впечатляющим 0% негативных упоминаний и высоким средним баллом тональности 77/100. Хотя упоминания преимущественно нейтральны (82%), что указывает на восприятие бренда как объективного и информативного ресурса, это одновременно сигнализирует о значительной упущенной возможности для формирования лояльности и адвокации бренда.

Общая картина выглядит здоровой с точки зрения избегания негатива и предоставления ценного, достоверного контента, однако она критически нездорова в аспектах построения эмоциональной связи с брендом и стимулирования адвокации. Наибольшую тревогу вызывают метрики "Влияние на бренд" (0/100), "Предпочтение бренда" (28/100) и "Сила рекомендаций" (36/100), которые указывают на серьезный разрыв между функциональной полезностью бренда и его способностью вдохновлять лояльность или генерировать органическое продвижение. Доминирующая нейтральная тональность (82%) говорит о восприятии бренда как надежного, фактического инструмента, но не как объекта сильных эмоций или предпочтений. Бренд может использовать свои сильные стороны в "Информативности", "Полезности" и "Достоверности" как основу для дальнейшего развития. Для улучшения показателей необходимо срочно работать над стратегиями, направленными на эмоциональное вовлечение, развитие сообщества и демонстрацию уникальных ценностей бренда, чтобы превратить функциональную полезность в Brand Preference и увеличить Brand Mention Rate и Brand Visibility.

Средний балл по нейросетям



Нейросеть	Ответов	Средний балл	% позит.	% негат.
Grok	1 999	82	33%	0%
DeepSeek	2 001	82	35%	1%
Google AI Mode	2 000	81	35%	0%
Perplexity	1 999	79	10%	0%
Google Gemini	1 999	78	8%	0%
GigaChat	1 923	77	12%	0%
Чат с Алисой AI	1 999	76	9%	1%
OpenAI	2 000	73	12%	0%
Поиск с Алисой	2 000	67	3%	0%

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

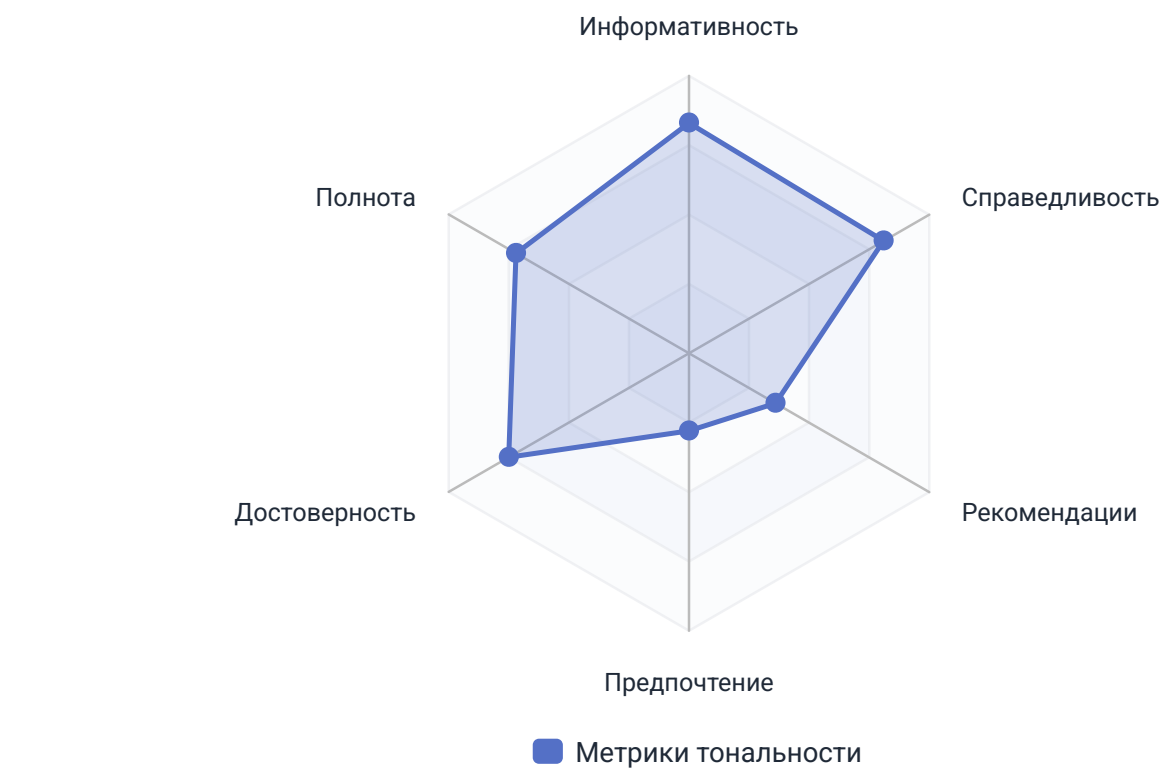
Как консультант по AI-репутации, могу заключить, что распределение тональности по нейросетям на русском языке демонстрирует явную дифференциацию в восприятии бренда. Нейросети Grok и DeepSeek лидируют с результатом 82/100, обеспечивая наиболее позитивную тональность и высокую Brand Visibility, что свидетельствует о благоприятном качестве упоминаний. В то же время, Поиск с Алисой (67/100) и OpenAI (73/100) являются наиболее проблемными зонами, указывая на потенциальные критические проблемы с контентом,

варьирующимся от нейтрального до негативного.

Эти различия между платформами могут быть обусловлены уникальностью их обучающих данных, спецификой алгоритмов ранжирования и фильтрации информации, а также общими подходами к генерации ответов: некоторые нейросети склонны к более "безопасным" и позитивным формулировкам, тогда как другие, особенно поисковые, агрегируют более широкий и менее отфильтрованный спектр мнений. Для нейросетей Grok, DeepSeek и Google AI Mode рекомендуется усилить проактивное распространение положительного контента для дальнейшего укрепления Brand Mention Rate.

Особое внимание следует уделить Поиску с Алисой и OpenAI: необходим детальный аудит, направленный на выявление причин низкой тональности и разработку стратегии по улучшению общей репутации бренда в их информационном поле. Стратегия присутствия в нейросетях должна быть многовекторной, адаптированной под особенности каждой платформы для поддержания высокого среднего балла и обеспечения максимального позитивного охвата.

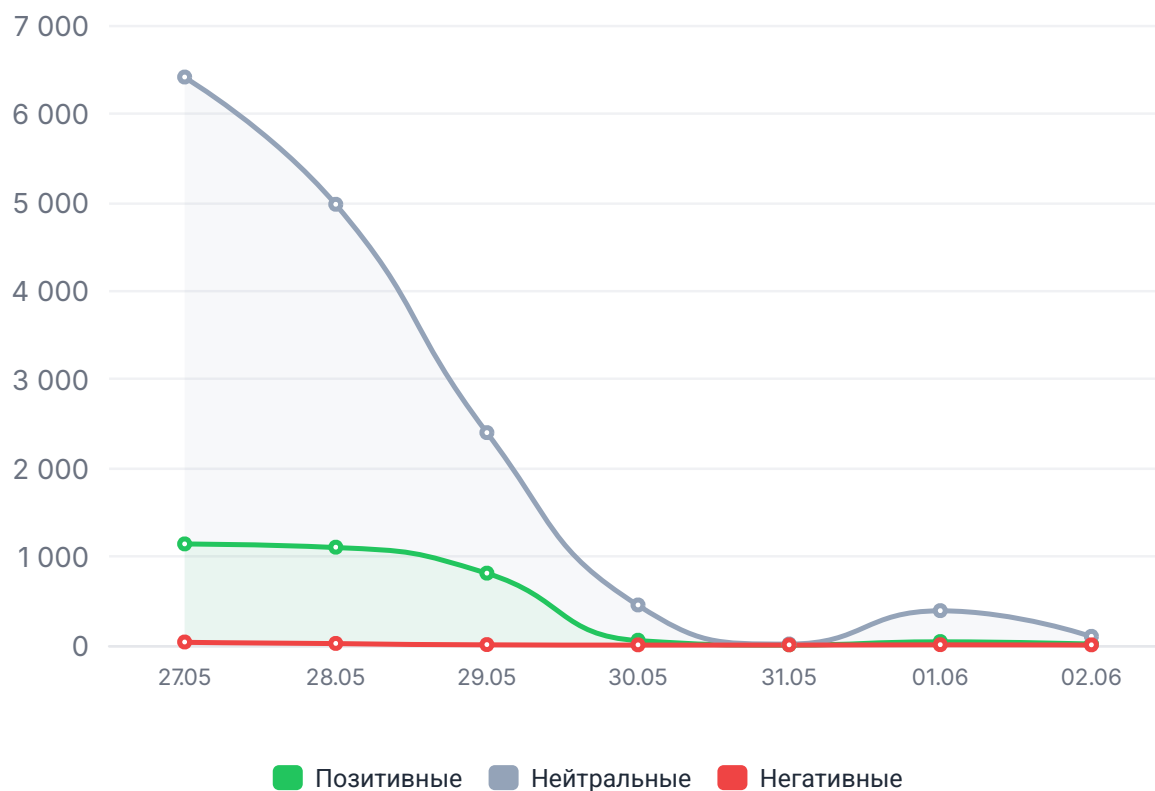
Детальные метрики качества



Метрика	Балл
Информативность	83

Полнота	72
Достоверность	75
Поддержка доказательствами	66
Предпочтение бренда	28
Сила рекомендаций	36
Справедливость	81
Релевантность бренду	63
Влияние на бренд	0
Полезность	81

Динамика тональности во времени



Сводка за период	Количество	Процент
Позитивные	3 150	18%
Нейтральные	14 717	82%
Негативные	53	0%
Всего	17 920	100%

Ключевые выводы:

- Высокая доля нейтральных упоминаний (82.1%) указывает на стабильную Brand Visibility и информированность без выраженной эмоциональной окраски большинства обсуждений.
- Крайне низкий уровень негативной тональности (0.3%) является исключительным результатом, демонстрирующим минимальное количество проблем или недовольства со стороны аудитории.
- Позитивные упоминания составляют значительную долю (17.6%), что свидетельствует о наличии лояльной аудитории и позитивного восприятия бренда.
- Динамика позитива стабильна: тренд между первой и последней неделей составляет 0%, указывая на отсутствие роста или падения положительных настроений.

Анализ:

Общая картина тональности характеризуется доминированием нейтральных обсуждений, что говорит о широкой Brand Visibility без выраженных эмоциональных пиков. При этом, доля позитивных упоминаний является существенной и стабильной, тогда как негатив практически отсутствует, подтверждая общее положительное и беспроblemное восприятие бренда.

Развернутое заключение:

Наблюдается тренд стабильности в восприятии бренда, где основную часть дискуссий формируют нейтральные упоминания, демонстрируя высокую Brand Visibility без значительных эмоциональных колебаний. Позитив не демонстрирует роста: согласно представленным данным, его доля осталась неизменной (0% тренд) между началом и концом анализируемого периода, указывая на устойчивое, но не увеличивающееся положительное отношение. Из-за отсутствия детальной динамики тональности по времени, невозможно точно определить всплески негатива. Однако, крайне низкий общий процент негативных упоминаний (0.3%) позволяет предположить, что значительных негативных событий, способных вызвать масштабные всплески, не происходило, и Brand Mention Rate остается здоровым. Общая картина свидетельствует о хорошо управляемой репутации и стабильно позитивном имидже бренда.

Ключевые наблюдения

- Всего проанализировано ответов: 17 920
- Средний балл тональности: 77/100
- Распределение сентиментов: позитивные 18%, нейтральные 82%, негативные 0%
- Низкое предпочтение бренда (28/100) — требуется работа над улучшением позиционирования
- Лучшая тональность в Grok: 82/100 (1 999 ответов)

04 / 04

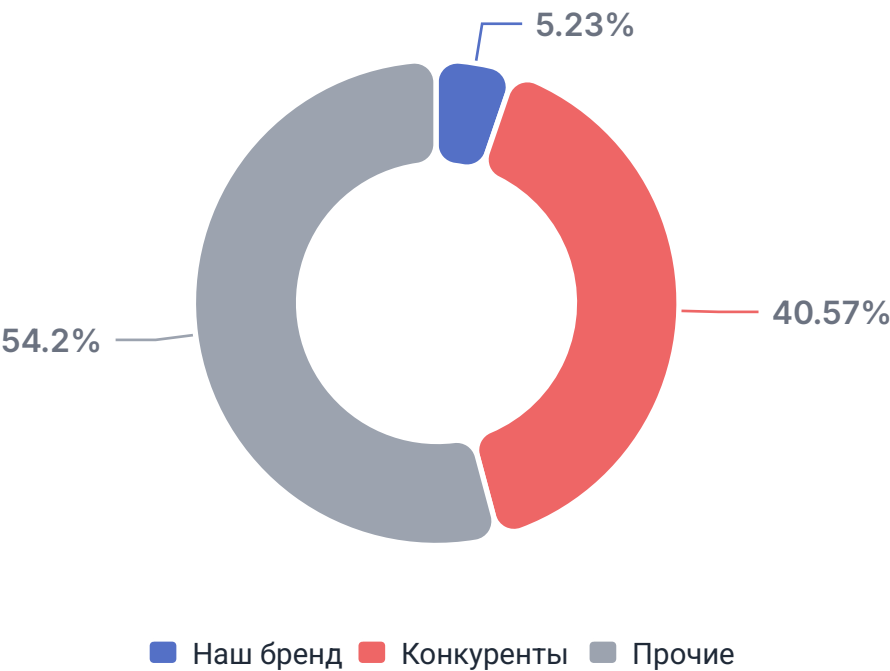
Реклама

Анализ рекламных упоминаний в ответах нейросетей

Содержание раздела:

- Распределение рекламных упоминаний: наш бренд vs конкуренты
- Топ рекламных доменов и площадок
- Динамика рекламных упоминаний во времени
- Анализ эффективности рекламного присутствия

Распределение рекламных упоминаний



Показатель	Значение	Доля (%)
Всего рекламных упоминаний	2 465	100%
Наш бренд	129	5%
Конкуренты	1 000	41%
Прочие	1 336	54%
Ответов с рекламой	1 689	84%
Уникальных доменов	354	—

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

Наша Brand Mention Rate составляет всего 5.2% от общего числа рекламных блоков в нейросетях.

Доля рекламных упоминаний конкурентов (40.6%) в 7.75 раз превышает наше присутствие. Из 2 465 проанализированных рекламных блоков, 1 000 принадлежат конкурентам, тогда как нашему бренду – лишь 129.

Рекламные упоминания распространяются через 354 уникальных домена, что указывает на высокую степень фрагментации рекламного пространства, которое мы используем

недостаточно.

Анализ:

Распределение рекламных упоминаний в нейросетях демонстрирует критическое доминирование конкурентов: их Brand Mention Rate в 7.75 раз превышает нашу, достигая 40.6% против наших 5.2%. Наша текущая Brand Visibility находится на неприемлемо низком уровне, что указывает на значительное упущение возможностей. При этом, наличие 354 уникальных доменов говорит о широких и разнообразных рекламных площадках, которые наш бренд явно недоиспользует. Для улучшения Brand Visibility в AI-ответах крайне важно срочно увеличить объем рекламных размещений и активно диверсифицировать присутствие на этих площадках, иначе мы рискуем потерять долю рынка. Рекомендуется пересмотреть бюджет и стратегию, сфокусировавшись на агрессивном наращивании Brand Mention Rate.

Топ рекламных доменов



Домен	Всего	Доля (%)	Наш бренд	Конкуренты	Ответов
sravni.ru	372	15%	0	372	372
ingos.ru	129	5%	129	0	129
renins.ru	128	5%	0	128	128
sberbankins.ru	90	4%	0	90	90

cherehapa.ru	84	3%	0	84	84
tbank.ru	84	3%	0	84	84
alfastrah.ru	64	3%	0	64	64
yandex.ru	63	3%	0	0	63
sberbank.com	61	2%	0	0	61
ast.insure	61	2%	0	0	61
renins.promo.page	59	2%	0	0	59
bip.ru	49	2%	0	0	49
galaxyinsurance.ru	47	2%	0	47	47
tripinsurance.ru	45	2%	0	0	45
ast-broker.ru	39	2%	0	0	39
banki.ru	34	1%	0	34	34
goprotect.ru	33	1%	0	0	33
luchi.ru	30	1%	0	0	30
rgs.ru	29	1%	0	29	29
forbusiness.sprosivracha.com	28	1%	0	0	28
sberhealth.ru	27	1%	0	0	27
ms-quiz.ak62-auto.ru	24	1%	0	0	24
alfastrah.promo.page	24	1%	0	0	24
b2b.sprosivracha.com	23	1%	0	0	23
ryazan-law.ru	23	1%	0	0	23
alfastrah-office.ru	23	1%	0	0	23
sa-progress.ru	20	1%	0	20	20
petstory.ru	18	1%	0	0	18
euroonco.ru	17	1%	0	0	17
gruzy-i-logistika.sovcomins.ru	17	1%	0	0	17
sovcomlife.ru	16	1%	0	0	16
shop.renlife.ru	16	1%	0	0	16

polis812.ru	13	1%	0	13	13
soglasie.ru	13	1%	0	13	13
возврат-страховок-альфабанк.рф	13	1%	0	0	13
finam.ru	11	0%	0	0	11
lawyer-vld.ru	11	0%	0	0	11
realty.yandex.ru	10	0%	0	0	10
sberbank.ru	10	0%	0	0	10
верну-страховку24.рф	9	0%	0	0	9
internet-urist.ru	9	0%	0	0	9
kubiki.ai	9	0%	0	0	9
дом-крылья.рф	9	0%	0	0	9
b2b.polis.online	8	0%	0	0	8
travel.yandex.ru	8	0%	0	0	8
смп-страхование.рф	8	0%	0	0	8
legal.pravoved.ru	8	0%	0	0	8
meowing1.tilda.ws	8	0%	0	0	8
petshop.ru	7	0%	0	0	7
bunegina.pro	7	0%	0	0	7
astrahovanie.ru	7	0%	0	0	7
direct.yandex.ru	7	0%	0	0	7
tiborg.ru	7	0%	0	0	7
corp-portal.alfastrah.ru	7	0%	0	0	7
coip77.ru	7	0%	0	0	7
адвокат-33.рф	6	0%	0	0	6
zettains.ru	6	0%	0	6	6
vsk.ru	6	0%	0	6	6
erv.ru	6	0%	0	6	6
dms.sproshivrach.com	6	0%	0	0	6

al-experts.ru	6	0%	0	0	6
banki.promo.page	6	0%	0	0	6
graniriska.ru	6	0%	0	0	6
возврат-страховки24.рф	5	0%	0	0	5
avtopolisonline.kz	5	0%	0	0	5
ozon.ru	5	0%	0	0	5
october-park.ru	5	0%	0	0	5
kasko-kalculators.com	5	0%	0	0	5
hh.ru	5	0%	0	0	5
credistory.ru	5	0%	0	0	5
титульнаястраховка.рф	5	0%	0	0	5
clinica-niar.ru	4	0%	0	0	4
polis-cargo.org.ru	4	0%	0	0	4
отказотнавязанныхуслугавтосо...	4	0%	0	0	4
pay.yandex.ru	4	0%	0	0	4
osagostart.ru	4	0%	0	0	4
mrqz.me	4	0%	0	0	4
lifeingos.ru	4	0%	0	0	4
finpod.ru	4	0%	0	0	4
ksgrupp.ru	4	0%	0	0	4
sravni.promo.page	4	0%	0	0	4
gt-logistics.ru	4	0%	0	0	4
pocket-consultant.ru	3	0%	0	0	3
vsk.finleo.ru	3	0%	0	0	3
business.go.yandex	3	0%	0	0	3
myexport.exportcenter.ru	3	0%	0	0	3
alfastrah.finleo.ru	3	0%	0	0	3
lp.ksamata.ru	3	0%	0	0	3

staya.dog	3	0%	0	0	3
browser.yandex.ru	3	0%	0	0	3
a7.ru	3	0%	0	0	3
mak-broker.ru	3	0%	0	0	3
strahovka-kredita.ru	3	0%	0	0	3
alfastrahcorp.ru	3	0%	0	0	3
inslog.ru	3	0%	0	0	3
seller.ozon.ru	3	0%	0	0	3
hadl.app	3	0%	0	0	3
deti.mc-elamed.ru	3	0%	0	0	3
icba.ru	3	0%	0	0	3
sddbк.ru	3	0%	0	0	3

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

Brand Visibility нашей компании в нейросетях составляет всего 11.4% от общего объема рекламных упоминаний в топ-10 доменах, полностью сконцентрированных на площадке ingos.ru.

Конкуренты доминируют на большинстве ключевых площадок, занимая 32.7% упоминаний на sravni.ru и 11.3% на renins.ru, при полном отсутствии нашего присутствия на этих доменах.

Наблюдается высокая концентрация рекламных упоминаний: ТОП-3 домена (sravni.ru, ingos.ru, renins.ru) формируют 55.4% всей Brand Mention Rate, при этом sravni.ru является безусловным лидером с 32.7%.

Наша компания полностью отсутствует на 7 из 10 доминирующих рекламных площадок, где активно представлены конкуренты, что ограничивает Brand Visibility и упускает 75.8% потенциальных упоминаний на этих доменах.

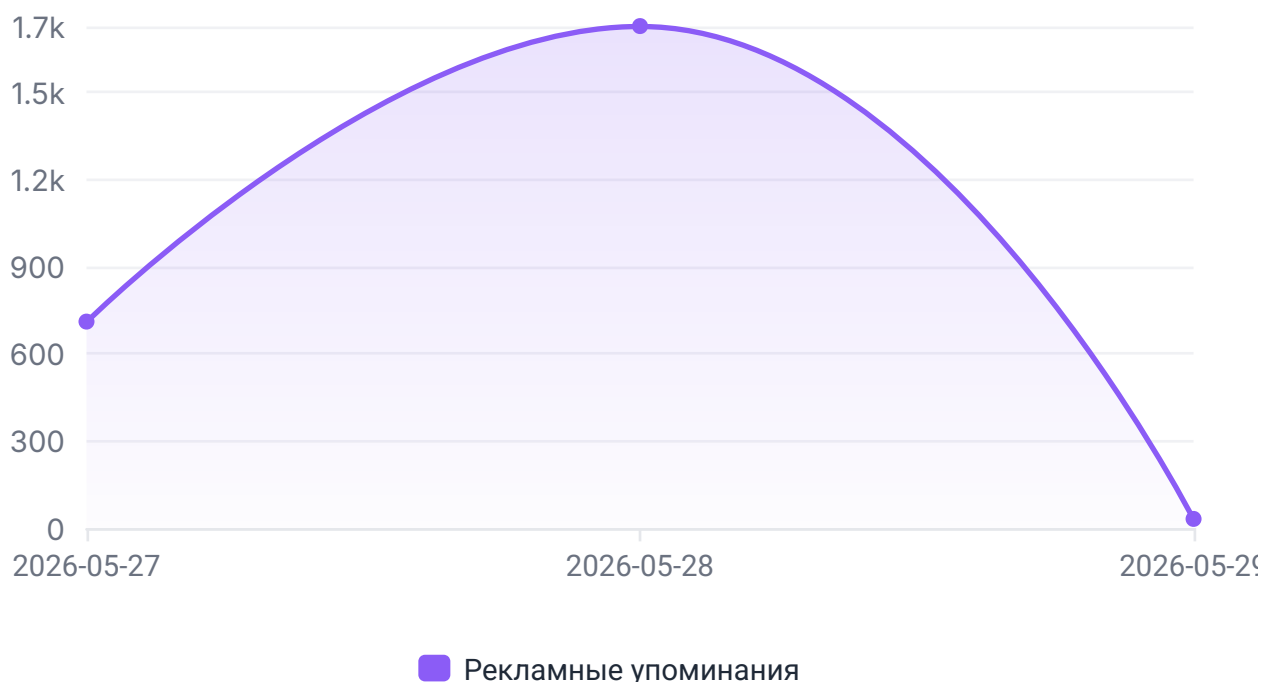
Площадки yandex.ru (5.5%) и sberbank.com (5.4%) также демонстрируют значительную Brand Visibility, но в предоставленных данных не указано явного присутствия ни нашей компании, ни конкурентов.

Анализ:

Текущее распределение рекламных упоминаний в нейросетях демонстрирует критическую концентрацию нашего присутствия исключительно на ingos.ru (11.4%), в то время как 75.8% Brand Visibility в топ-7 конкурентных доменах остаются неохваченными. Высокая концентрация

Brand Mention Rate на ТОП-3 доменах (55.4%, с 32.7% у sravni.ru) требует немедленной диверсификации рекламных усилий для увеличения **Brand Visibility** и захвата доли рынка. Рекомендуется срочно начать тестирование и планомерное размещение рекламных материалов на площадках sravni.ru, renins.ru и cherehapa.ru, а также исследовать возможности sberbankins.ru и tbank.ru, чтобы снизить риски зависимости от одного канала и эффективно конкурировать за внимание целевой аудитории в нейросетях.

Динамика рекламных упоминаний



AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевые выводы:

- **Экстремальная волатильность Brand Mention Rate:** Динамика демонстрирует резкие и непредсказуемые колебания Brand Mention Rate, от пика в 1726 промоду до минимума в 30 промоду в течение 48 часов, что указывает на крайне нестабильную Brand Visibility.
- **Отсутствие направленного долгосрочного тренда:** Показатель "Тренд (последняя неделя vs первая): 0%" подтверждает, что при всей суточной турбулентности, общая рекламная активность в нейросетях не демонстрирует устойчивого роста или падения в рассматриваемый период.
- **Импульсный паттерн активации:** Наблюдается паттерн "событийного всплеска" – мощная, но кратковременная концентрация рекламных упоминаний, с последующим резким спадом, что может указывать на запуск гипертаргетированных или краткосрочных кампаний.
- **Скрытая природа "среднего объема":** Средний объем в 821.7 промоду скрывает реальную, бимодальную динамику, где активность либо очень низка, либо аномально высока, делая этот

показатель малоинформативным для оценки текущей Brand Visibility.

Анализ:

Представленная динамика рекламных упоминаний в нейросетях характеризуется выраженной импульсивностью и отсутствием плавной траектории. Мы наблюдаем паттерн "взрыва" рекламной активности, сосредоточенной вокруг одного дня (28 мая), с последующим почти полным затишьем, что не типично для органического роста Brand Visibility и, скорее, является результатом целенаправленной, но прерывистой стратегии.

Заключение:

Наблюдается крайне нестабильный, импульсный тренд, а не устойчивый рост или падение. Динамика характеризуется внезапными, аномально высокими пиками Brand Mention Rate (как 28 мая) и последующими резкими спадами до минимальных значений, что говорит об отсутствии непрерывной Brand Visibility. Явных сезонных паттернов по таким фрагментарным данным выявить невозможно, но наблюдается четкий паттерн "аномалия-спад", указывающий на точечные активации. Эта динамика свидетельствует о том, что рекламная активность в нейросетях часто строится на краткосрочных, высокоинтенсивных кампаниях, возможно, для максимального охвата в узкие временные рамки или для тестирования гипотез. Вместо поддержания стабильного Brand Visibility, компании предпочитают тактику "блицкрига", что требует глубокого анализа триггеров этих всплесков и их влияния на долгосрочную стратегию.

Ключевые наблюдения

- Всего рекламных упоминаний: 2 465
- Доля нашего бренда: 5% (129 упоминаний)
- Доля конкурентов: 41% (1 000 упоминаний)
- Ответов с рекламой: 1 689 из 2 000
- Топ рекламный домен: sravni.ru (372 упоминаний)

Executive Summary

Ключевые выводы и рекомендации

AI-ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общая оценка:

Ингосстрах демонстрирует умеренное, но недостаточно влиятельное присутствие в AI-дискурсе. Несмотря на преимущественно позитивную тональность упоминаний (77/100), текущие усилия не обеспечивают ощутимого влияния на бренд (0/100) и стратегического лидерства.

По разделам:

Конкуренция: Бренд имеет низкую Brand Visibility на фоне конкурентов, удерживая Share of Voice на уровне 14.8%.

Источники ссылок: Охват через внешние источники ограничен, зафиксировано всего 50 уникальных доменных ссылок.

Тональность: Высокий средний балл тональности (77/100) не конвертируется во влияние на бренд, которое составляет критически низкие 0/100.

Реклама: Собственная рекламная активность бренда в контексте AI крайне низка, с всего 129 размещенными рекламными блоками.

Рекомендации:

- Приоритет 1 (Усиление Влияния):** Разработать и запустить интегрированную стратегическую кампанию по усилению Brand Visibility и прямого влияния на бренд в AI-дискурсе, сфокусировавшись на создании экспертного контента и стратегических партнерствах для повышения показателя "Влияние на бренд" с 0/100.
- Приоритет 2 (Расширение Охвата):** Активно расширять партнерства и присутствие на ключевых и нишевых медиа-платформах и в AI-сообществах для увеличения числа уникальных доменов (текущие 50) и повышения релевантности упоминаний (текущие 63/100).
- Приоритет 3 (Целевая Реклама):** Существенно увеличить инвестиции в целевую рекламную кампанию, сфокусированную на продвижении наших решений и экспертизы в области AI, для роста числа собственных рекламных блоков (текущие 129) и улучшения Brand Mention Rate.