



ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ОТЧЁТ

Базовый замер видимости в ответах ИИ

Синтетические данные, без реальных брендов. Один период: 300 содержательных ответов, три платформы и две темы. Исходная точка для последующих сравнений.

40%

ОХВАТ ОТВЕТОВ
120 из 300 ответов

34,78%

ДОЛЯ ГОЛОСА
120 из 345 упоминаний

2 из 3

ПОЗИЦИЯ В ГРУППЕ
Среди вымышленных участников

55%

ЛУЧШАЯ ПЛАТФОРМА
Охват в ChatGPT

СВОДКА

Исходная точка мониторинга

Текущий замер описывает присутствие бренда. Исторической базы для оценки динамики нет.

120

УПОМИНАНИЯ
Из 300 ответов

66,7%

СИЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ
80 из 120 упоминаний

40%

ПОЗИТИВНО
48 из 120 оценок

Где бренд заметнее

По 100 ответов на платформу. Пул упоминаний участников: ChatGPT 140, Claude 115, Gemini 90.

ПЛАТФОРМА	ОХВАТ ОТВЕТОВ	SHARE OF VOICE	УПОМИНАНИЯ
ChatGPT	55.0%	39.29%	55
Claude	40.0%	34.78%	40
Gemini	25.0%	27.78%	25

Где бренд присутствует сильнее

Профиль текущего замера без утверждений о росте или снижении.

ChatGPT

ОХВАТ 55%

Бренд назван в **55 из 100** ответов. Это наибольший охват среди трёх платформ в этом замере.

Сравнение вариантов

ОХВАТ 30%

В этой теме бренд назван в **45 из 150** ответов. На теме выбора продукта охват составляет 50%. Это различие тем, а не динамика во времени.

Сильные и слабые темы

По 150 ответов на тему. Пул упоминаний участников: выбор продукта 195, сравнение вариантов 150.

КЛАСТЕР	ОХВАТ ОТВЕТОВ	SHARE OF VOICE	УПОМИНАНИЯ
Выбор продукта	50.0%	38.46%	75
Сравнение вариантов	30.0%	30%	45

Положение среди конкурентов

База — 300 ответов. Общий пул — 345 упоминаний трёх участников.

КОНКУРЕНТ	ОХВАТ ОТВЕТОВ	SHARE OF VOICE	УПОМИНАНИЯ
Конкурент А	45.0%	39.13%	135
Пример бренда	40.0%	34.78%	120
Конкурент Б	30.0%	26.09%	90

Качество текущего присутствия

База — 120 ответов с упоминанием бренда. Один ответ соответствует ровно одному уровню.

СИЛЬНЫЕ УРОВНИ ПРИСУТСТВИЯ

«С аргументами» + «Основная рекомендация» + «Эталон»

80 из 120 · 67%

Упоминание

21% 25 ответов

Бренд назван без аргументов или сравнения.

Вторичная альтернатива

13% 15 ответов

Назван слабее конкурента, с негативом либо выбор ушёл другому.

С аргументами

38% 45 ответов

Есть конкретные причины выбрать бренд или условная рекомендация.

Основная рекомендация

21% 25 ответов

ИИ прямо называет бренд своим выбором.

Эталон

8% 10 ответов

Бренд выигрывает в явном сравнении с другими упомянутыми конкурентами.

ВОСПРИЯТИЕ

Тональность упоминаний

База — 120 оценённых упоминаний бренда. Негативных оценок в примере нет.

60%

НЕЙТРАЛЬНО

72 ответа

40%

ПОЗИТИВНО

48 ответов

Краткие выводы

- Бренд упомянут в **120 из 300 ответов**: исходный охват — 40%, доля голоса — 34,78%.
- Среди платформ наибольший охват у **ChatGPT — 55%**; среди тем — у выбора продукта, 50%.
- В группе из трёх участников бренд занимает **второе место** по числу упоминаний.
- **80 из 120 упоминаний** относятся к сильным уровням присутствия. В следующем сопоставимом замере можно проверить изменение этой доли.
- **Это первый замер на вымышленных данных.** Он не позволяет судить о росте или снижении и не описывает реальные компании.