ИССЛЕДОВАНИЕ ВИДИМОСТИ В ИИ

Один вопрос, много списков

Как меняются рекомендации SEO-консультантов в Валенсии, если задавать ChatGPT один и тот же вопрос

200	198	26
ПОПЫТКИ	ВАЛИДНЫЕ СПИСКИ	КАНДИДАТЫ

ОДИН И ТОТ ЖЕ ВОПРОС В ДВУХ СРЕДАХ

100 попыток в бесплатном ChatGPT в браузере, без входа в аккаунт.

100 попыток через API OpenAI с включённым веб-поиском.

ИССЛЕДОВАНИЕ ELNIQ И QUESEO

Nina S. Dzhezher
ELNIQ SL

Eric Jorge Seguí Parejo
Queseo

Данные собраны 8 и 9 ноября 2026 года

11 ноября 2026 года

КРАТКО О РЕЗУЛЬТАТАХ

Что показало исследование

Если спросить ChatGPT, кого он рекомендует, один ответ даст лишь частичное представление о возможных вариантах. Мы повторили один и тот же запрос и обнаружили, что меняются не только имена специалистов, но и порядок их перечисления. Кроме того, в браузерной версии ChatGPT и при обращении через API одни и те же кандидаты встречаются с разной частотой.

Вывод	Наблюдаемый результат
Списки почти никогда не совпадают по составу и порядку	94 разных списка с учётом порядка в браузере и 95 в API.
Рекомендации в двух средах различаются	В двух списках из разных сред в среднем совпадают 1,77 имени из пяти.
Частота рекомендаций и первое место — разные показатели	В API чаще всего встречается Queseo, но первое место чаще занимает Jesús Porres.
Состав рекомендаций связан с источниками и карточками организаций	Наблюдаются различия, однако их причины эксперимент не устанавливает.
Важно не только наличие бренда в списке, но и его описание	Стоит проверять, какие услуги, ссылки и отзывы ChatGPT связывает с брендом и не смешивает ли данные разных организаций.

ВЫБОРКА

Всего выполнено 200 попыток с одним и тем же запросом: 100 в бесплатном ChatGPT в браузере без входа в аккаунт и 100 через API OpenAI с веб-поиском. В 198 случаях получен полный список из пяти кандидатов. Все количественные результаты рассчитаны по двум исходным файлам Excel.

Как читать отчёт. В основной части описаны методика, результаты и их практическое значение. Полные таблицы содержат сведения о 26 кандидатах. В приложениях приведены расчёты сходства списков и неопределённости статистических оценок.

01 / ЦЕЛЬ И МЕТОДИКА

Один вопрос в двух средах

Цель исследования — оценить, насколько стабильны рекомендации ChatGPT при повторении одного и того же запроса, изучить различия между двумя конкретными конфигурациями и определить, что нужно учитывать при измерении видимости брендов в генеративном поиске. Исследование не является рейтингом качества SEO-специалистов Валенсии.

Мы сравнили два способа обращения к ChatGPT: через сайт в браузере и программно через API OpenAI. В обоих случаях использовали один и тот же запрос на испанском языке.

«Recomiéndame 5 consultores SEO en Valencia, España. Explica brevemente por qué recomiendas a cada uno.»

Перевод: «Порекомендуй 5 SEO-консультантов в Валенсии, Испания. Кратко объясни, почему рекомендуешь каждого».

Условие	Браузер	API
Доступ	Бесплатный ChatGPT, без входа в аккаунт. Новый чат на попытку.	Запросы из программы с включённым веб-поиском.
Попытки и валидные списки	100 попыток; 98 списков.	100 попыток; 100 списков.
Модель	Не установлена.	gpt-5.6-luna — идентификатор, указанный в запросе и полученный в сохранённом ответе.
Время материковой Испании	8 ноя., 21:34 — 9 ноя., 00:35.	8 ноя., 21:32:59–22:03:42.
Сохранённые данные	Текст, списки доменов и страниц, карточки организаций и другие элементы ответа.	Текст, ссылки, сведения об использовании ресурсов и число вызовов веб-поиска.

При попытках 28 и 44 в браузере ChatGPT остановился на этапе поиска и не выдал списки. Эти попытки исключены из подсчёта рекомендаций. Для списка 85 сохранился текст, который видел пользователь, но нет исходного необработанного текста и полных данных об источниках веб-поиска.

Кого мы считали одним кандидатом

В каждом ответе учитывали пять пронумерованных имён из основного списка. Разные написания имени или названия одного специалиста или бренда объединяли: например, «Eric Jorge Seguí Parejo» и «Queseo» считались одним кандидатом. Всего в списках было 490 позиций в браузере и 500 в API. Кандидатами могли быть как отдельные специалисты, так и команды.

GEO (Generative Engine Optimization) — оптимизация видимости в ответах генеративных систем. В этом эксперименте мы наблюдали видимость, не предпринимая действий для её повышения. [3]

02 / ПОВТОРЕНИЕ ВОПРОСА

Имена и их порядок меняются

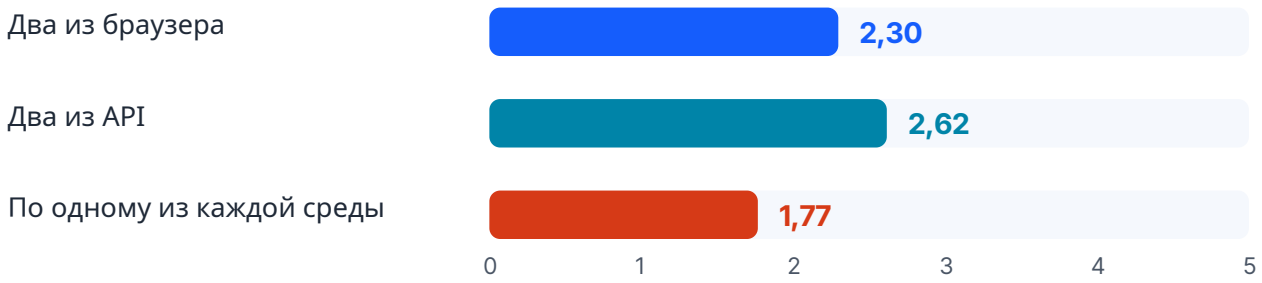
Мы сравнивали списки двумя способами: по составу и по составу с учётом порядка. В первом случае достаточно совпадения всех пяти имён. Во втором каждый кандидат должен занимать одинаковую позицию в обоих списках.

ПРОСТОЙ ПРИМЕР

В списке есть Ана, Бруно, Карла, Диего и Элена. Если Бруно и Ана поменяются местами, состав останется прежним, но порядок изменится. Если вместо одного из них появится другой человек, изменится и состав. Это вымышленный пример.

Что подсчитывали	Браузер 98 списков	API 100 списков
Уникальные кандидаты	20	23
Разные комбинации из пяти имён (без учёта порядка)	68	67
Разные списки с учётом порядка	94	95
Ответы, список которых ни разу не повторился в том же составе и порядке	91	90

Насколько похожи два ответа

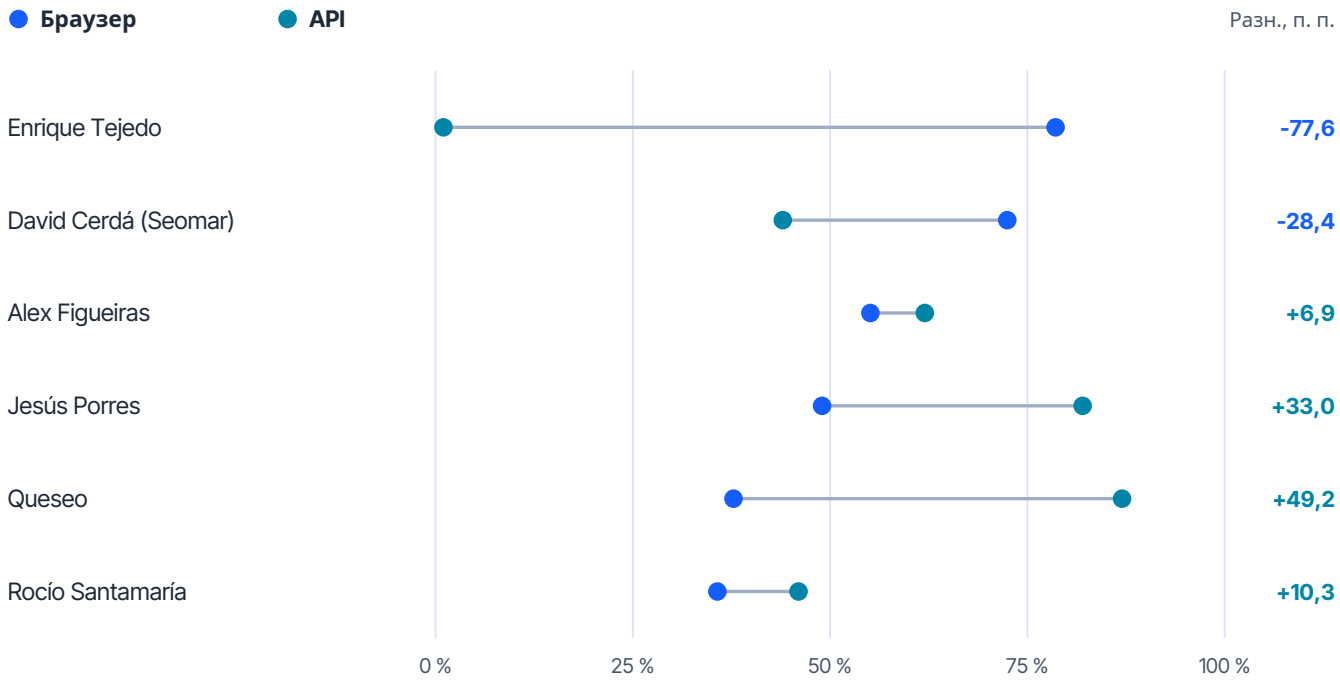


Полосы показывают среднее число общих имён из пяти. Мы сравнили все возможные пары ответов: 4 753 внутри браузера, 4 950 внутри API и 9 800 между средами. Ни одна пара из разных сред не совпала одновременно по всем пяти именам и их порядку.

03 / КОГО CHATGPT РЕКОМЕНДУЕТ ЧАЩЕ

В разных средах — разная частота рекомендаций

Если состав списков меняется, важно выяснить, как часто в них появляется каждый кандидат. Частоту появления измеряем как процент списков, в которых он занимает любую из пяти позиций. Сравниваем проценты, поскольку в браузере получено 98 валидных списков, а в API — 100.



Точки показывают частоту появления кандидата в каждой среде. Справа указана разница (API минус браузер) в процентных пунктах. Мы взяли пять наиболее часто рекомендуемых кандидатов из каждой среды; после объединения получилось шесть имён.

Как интерпретировать разницу

Queseo встречается в 37 из 98 списков браузера (37,8 %) и в 87 из 100 списков API (87,0 %): разница составляет 49,2 процентного пункта. Enrique Tejedo, напротив, рекомендуется в 77 из 98 ответов браузера и лишь в одном из 100 ответов API. У Alex Figueiras показатели ближе: 54 из 98 и 62 из 100.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОТНОСЯТСЯ К ДВУМ ПРОВЕРЕННЫМ КОНФИГУРАЦИЯМ

Модель ChatGPT, использованная в браузерной версии, неизвестна. Условия поиска и представления результатов тоже различаются. Поэтому нельзя объяснить наблюдаемые различия только способом доступа или считать, что любая другая конфигурация API даст такой же результат.

04 / НА КАКИХ ПОЗИЦИЯХ ПОЯВЛЯЮТСЯ КАНДИДАТЫ

Частота появления и позиции в списке

Часто появляться в рекомендациях и занимать первые позиции — не одно и то же. Поэтому мы отдельно подсчитали, сколько раз кандидаты занимали первое место и входили в первую тройку. Позиция — это место в списке, созданном ChatGPT, а не оценка качества специалиста.

Кандидат	1-е место Браузер	1-е место API	Топ-3 Браузер	Топ-3 API
Enrique Tejedo	26	1	66	1
David Cerdá (Seomar)	24	6	45	29
Alex Figueiras	25	2	39	27
Jesús Porres	10	50	31	74
Queseo	0	28	10	77
Rocío Santamaría	0	0	17	27

Указано число ответов из 98 в браузере и 100 в API. «Топ-3» включает первое, второе и третье места.

Почему важно учитывать оба показателя

Queseo чаще остальных встречается в ответах API и входит в первую тройку в 77 случаях. Однако Jesús Porres чаще занимает первое место: 50 раз против 28 у Queseo. В браузере Queseo рекомендован 37 раз, из них десять — в первой тройке и ни одного — на первом месте.

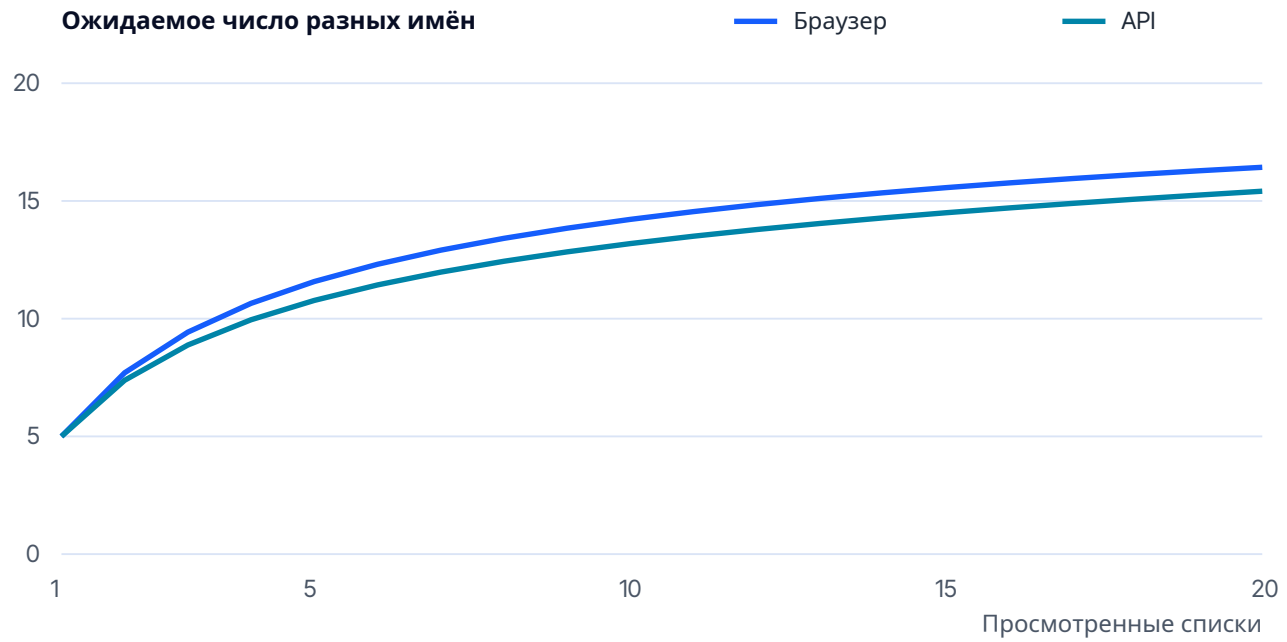
Alex Figueiras встречается в 54 списках браузера и 62 списках API. При этом он занимает первое место в 25 списках браузера и лишь в двух списках API. Таким образом, близкая частота рекомендаций может сочетаться с совершенно разными позициями.

Первое место занимали семь разных кандидатов в браузере и девять в API. Ни частота появления, ни место в списке сами по себе не позволяют судить о профессиональном качестве услуг.

05 / ЧТО НЕ ПОПАДАЕТ В ОДИН СПИСОК

Один ответ не показывает всех возможных кандидатов

В 198 списках мы обнаружили 26 разных кандидатов: 17 встречаются в обеих средах, три — только в браузере и шесть — только в API. Чем больше уже полученных ответов мы рассматриваем, тем больше имён, отсутствовавших в первом списке, обнаруживаем.



Просмотренные списки	1	3	10	20
Ожидаемое число кандидатов · браузер	5,0	9,4	14,2	16,4
Ожидаемое число кандидатов · API	5,0	8,9	13,2	15,4

Расчёт основан на сохранённых ответах. Мы определяем среднее число разных кандидатов при случайном выборе списков без повторений. Это характеристика данной выборки, а не прогноз того, сколько новых имён ChatGPT предложит в будущем.

Большинство рекомендаций приходится на небольшую группу

На девять наиболее часто рекомендуемых кандидатов приходится 83,5 % из 490 позиций в браузере. В API восемь наиболее часто рекомендуемых кандидатов занимают 82,6 % из 500 позиций. Но даже комбинация из пяти самых частых кандидатов каждой среды встречается лишь три раза в браузере и пять раз в API.

06 / КАКИЕ ИМЕНА ПОЯВЛЯЮТСЯ ВМЕСТЕ

Некоторые кандидаты часто встречаются вместе

Хотя состав списков меняется, определённые пары кандидатов появляются вместе чаще других. В таблице приведены примеры из 98 ответов в браузере.

Два кандидата	Списки, в которых они встречаются вместе
Queseo и Rocío Santamaría	24
Alex Figueiras и Álvaro Pichó	29
Paco Rubén и Alfredo Río	10
Paco Rubén и Alex Figueiras	0

Например, Queseo встречается в 37 списках, Rocío Santamaría — в 35, а вместе они появляются в 24 списках. В API наблюдается другая закономерность: Queseo и Jesús Porres рекомендованы вместе в 72 из 100 списков.

Связь состава рекомендаций с источниками веб-поиска

Для 97 ответов ChatGPT в браузере сохранились списки источников веб-поиска. Среди них оказалось 80 разных наборов доменов. Мы сравнили пары ответов по сходству этих наборов. В трети пар с наиболее похожими источниками совпадали в среднем около 2,8 из пяти рекомендованных кандидатов; в трети пар с наименее похожими источниками — около 1,8.

СХОДСТВО ИСТОЧНИКОВ И РЕКОМЕНДАЦИЙ

В нашей выборке более похожие наборы источников сопровождались более похожими рекомендациями. Но поиск может как подсказать модели имя кандидата, так и происходить после его выбора, чтобы дополнить описание. Сохранённые данные не позволяют восстановить последовательность действий или установить причинно-следственную связь.

07 / КАК ВЫГЛЯДЯТ ОТВЕТЫ

Имена меняются, формат ответов остаётся похожим

БРАУЗЕР

582 слова

Медианное количество слов в 98 ответах.

API

405 слов

Медианное количество слов в 100 ответах API.

Наблюдаемый элемент	Браузер	API
Сравнительная таблица	98 из 98	0 из 100
Признаки элементов изображений в исходном тексте	72 из 97	Нет сопоставимых визуальных данных
Интерактивная карта	32 из 98	Нет сопоставимых визуальных данных
Дословная фраза «no es un ranking»	23 из 98	86 из 100

Имена и позиции — не единственное различие между ответами. В браузере ChatGPT обычно описывает критерии выбора, представляет пять кандидатов, сравнивает их и даёт рекомендации с учётом проекта. В API ответы короче: модель перечисляет кандидатов, приводит ссылки и советы по выбору.

Мы подсчитывали буквальное употребление фразы «no es un ranking» («это не рейтинг») после удаления форматирования и нормализации пробелов. В некоторых ответах тот же смысл выражен другими словами: например, «без строгого порядка предпочтения» или «нет одного лучшего специалиста для всех». Такие варианты не входят в указанные числа.

В необработанном тексте мы фиксировали признаки элементов изображений. Их наличие само по себе не подтверждает, что пользователь действительно увидел изображение.

Длина ответов рассчитана приблизительно: из текста удалены ссылки и внутренние метки. Среднее арифметическое составляет около 575 слов в браузере и 400 в API. В отличие от медианы, среднее сильнее зависит от очень длинных или коротких ответов.

08 / ПОЧЕМУ РЕКОМЕНДУЮТ ТОГО ИЛИ ИНОГО КАНДИДАТА

Специализация — часть рекомендации

Для бизнеса важно не только то, как часто его рекомендуют, но и что именно ChatGPT сообщает о его услугах. Каждый список содержит пять пояснений. Мы анализировали текст этих описаний, не учитывая повторно заголовки с именами и итоговые таблицы. Подсчитывали упоминания тем, а не подтверждённые сведения об услугах и квалификации.

Тема в описании	Браузер 490 описаний	API 500 описаний
Локальное SEO: поиск в определённой местности	259 (53 %)	234 (47 %)
Техническое SEO: работа сайта	220 (45 %)	225 (45 %)
Интернет-магазины и электронная коммерция	179 (37 %)	227 (45 %)
ИИ, GEO и генеративный поиск	204 (42 %)	255 (51 %)
Стаж в годах или указание года начала деятельности	224 (46 %)	216 (43 %)
Конкретное число отзывов или мнений	128 (26 %)	36 (7 %)
Успешные кейсы, отзывы клиентов или портфолио	16 (3 %)	42 (8 %)

Одно описание может относиться сразу к нескольким категориям. Для обеих сред использовали один набор поисковых слов и выражений. Проценты рассчитаны от 490 описаний в браузере и 500 в API и показывают долю текстов с соответствующими упоминаниями.

Что это значит для GEO

Видимость бренда определяется не только его присутствием в списке. Важно понять, как ChatGPT представляет бренд потенциальным клиентам, какие услуги ему приписывает и для решения каких задач рекомендует к нему обратиться: например, для миграции сайта, продвижения локального бизнеса, интернет-магазина или многоязычного проекта.

09 / УСТОЙЧИВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕКОМЕНДАЦИЙ

ChatGPT связывает конкретные бренды с определёнными услугами

Даже когда бренд появляется не в каждом списке, в его описаниях могут регулярно повторяться одни и те же темы. Следующие примеры показывают, почему при измерении видимости полезно анализировать не только частоту рекомендаций, но и их содержание.

Кандидат	Повторяющиеся характеристики в описаниях
Queseo	Миграции сайтов во всех 37 описаниях браузера и 87 описаниях API. Также упоминаются техническое SEO, интернет-магазины или международные проекты.
Rocío Santamaría	ИИ, GEO или генеративный поиск — в 35 из 35 описаний браузера и 40 из 46 в API. 2017 год упоминается в 33 из 35 описаний браузера.
Jesús Porres	Часто упоминаются локальный бизнес и профессиональные услуги: клиники, стоматологи, адвокаты и консультационные компании.
Jamil Mansilla	Описывается комплексная работа: анализ, контент, оптимизация и мониторинг. В первом ответе API упомянуты 14 отзывов.

Как ChatGPT указывает происхождение сведений

Иногда ChatGPT прямо утверждает, что специалист имеет определённую специализацию. В других случаях ссылается на чьи-либо заявления или сайт: «заявляет», «согласно его сайту», «публикует». Например, в ответе 48 через API сведения о более чем 16 годах опыта Queseo представлены как утверждение самой компании. Указание источника не означает, что информация была независимо проверена.

ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ОПИСАНИЕ НЕ РАВНО НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКЕ

Сам вопрос предполагает рекомендацию, поэтому ChatGPT склонен объяснять достоинства кандидатов. В ответах встречаются оговорки и советы перед наймом. Однако мы не сравнивали профессиональные результаты кандидатов и не проверяли достоверность их успешных кейсов.

10 / ОТКУДА БЕРЁТСЯ ИНФОРМАЦИЯ

Четыре показателя, которые важно различать

Чтобы понять, с какими данными связаны рекомендации, рассмотрим источники веб-поиска, цитаты, прямые ссылки и сам факт рекомендации. Эти показатели нельзя подменять друг другом.

Показатель	Что он означает в этом исследовании
Зафиксированный источник или страница	Домен есть в сохранённом списке источников веб-поиска или URL — в списке страниц данного ответа.
Цитирование источника	ChatGPT указывает источник рядом с утверждением. Некоторые внутренние метки сами по себе не позволяют определить точный URL.
Прямая ссылка	Адрес, который читатель может открыть из ответа.
Рекомендация	Кандидат занимает одну из пяти позиций в основном списке.

Пример IP10: почему это разные показатели

Домен ip10.es присутствует среди источников веб-поиска в 96 из 97 ответов ChatGPT в браузере, для которых сохранились данные об источниках. Адрес сравнительной подборки IP10 по Валенсии встречается во всех 97 сохранённых списках страниц. Метка источника «IP10» видна в 68 из 98 текстов ответов. При этом прямая ссылка на домен есть лишь в трёх из 97 необработанных текстов.

Однако сам IP10 ни разу не рекомендован как поставщик услуг в 198 списках кандидатов. Таким образом, присутствие сайта среди зафиксированных источников и рекомендация его владельца — разные результаты.

ЧТО МОЖНО СРАВНИВАТЬ С API

В ходе эксперимента с API мы сохраняли ссылки из ответов, но не полные списки источников веб-поиска. Поэтому ссылки на IP10 в четырёх ответах API не означают, что модель обращалась к нему только четыре раза. API OpenAI позволяет отдельно запрашивать полный список источников веб-поиска наряду с цитатами в ответе. [5]

Сохранённые списки страниц включают также адреса, на которые ведут ссылки из текста ответа. Это перечни URL, а не доказательство того, что ChatGPT прочитал все эти страницы до выбора кандидатов.

11 / ИСТОЧНИКИ ВЕБ-ПОИСКА В БРАУЗЕРЕ

Сайт может быть источником, даже если его владельца не рекомендуют

В столбце «Sitios consultados (1ª)» (сайты, зафиксированные при первом запросе) сохранены списки источников веб-поиска для 97 ответов. В каждом списке от семи до тринадцати доменов, в среднем 10,06. Чаще всего встречаются ip10.es (96), valencianamente.es (90), albertofuster.com (79), sergidoseo.com (72) и jesusporres.com (68).

Кандидат	Рекомендован, когда сайт есть среди источников	Рекомендован, когда сайта нет среди источников
Álvaro Pichó	33 из 35 (94,3 %)	3 из 62 (4,8 %)
Alex Figueiras	44 из 56 (78,6 %)	10 из 41 (24,4 %)
Jesús Porres	46 из 68 (67,6 %)	1 из 29 (3,4 %)
Paul Cris	21 из 46 (45,7 %)	1 из 51 (2,0 %)
Andrés Castillo	16 из 51 (31,4 %)	0 из 46 (0,0 %)

Для каждого специалиста мы разделили 97 ответов на две группы: с его сайтом среди источников и без него. Например, сайт Álvaro Pichó зафиксирован среди источников в 35 ответах, и в 33 из них ChatGPT рекомендует самого специалиста. В остальных 62 ответах он рекомендован только три раза.

Связь между источниками и рекомендациями неодинакова

Queseo и Rocío Santamaría часто встречаются в рекомендациях, хотя их домены почти не представлены среди зафиксированных источников. Возможно, информация о них содержалась в подборках или на других сайтах, но установить источник каждого появления не удалось. У Alberto Fuster обратная ситуация: его домен фигурирует среди источников в 79 ответах, а самого специалиста ChatGPT рекомендует лишь в двух из этих ответов.

Мы не знаем, какие сведения были обработаны до выбора кандидата, а какие — после. Поэтому обнаруженная связь не доказывает, что включение страницы в источники вызывает рекомендацию.

НЕСКОЛЬКО САЙТОВ, ОДИН СПЕЦИАЛИСТ

Enrique Tejedo встречается в 77 из 98 списков браузера (78,6 %) и в одном из 100 списков API. В 44 ответах его описание содержит ссылку на kenjimarketing.es, а в двух — на seotejedo.es. Оба сайта связаны с его деятельностью. Если учитывать только seotejedo.es, можно недооценить число ответов со ссылками на сайты специалиста. Возможно, несколько брендов и сайтов упрощают идентификацию одного специалиста, но эксперимент не доказывает, что именно наличие нескольких доменов объясняет 77 рекомендаций. См. подробную таблицу доменов.

12 / ССЫЛКИ В ОТВЕТАХ

Прямая ссылка не всегда указывает на источник сведений

ССЫЛКИ В ОПИСАНИЯХ API

500

По одной на каждого кандидата: пять в каждом из 100 ответов.

ССЫЛКИ НА САЙТЫ КАНДИДАТОВ

478 из 500

95,6 % ссылок ведут на домены, связанные с деятельностью рекомендованных кандидатов.

Домен ссылки	Браузер 97 необработанных текстов	API 100 ответов
queseo.es	32	82
jesusporres.com	42	82
alexfigueirasseo.com	39	62
rafasospedra.com	11	40
seomar.es	70	40
rociosantamaria.com	35	39
jamilmansilla.com	7	22

В таблице указано число ответов, в которых есть хотя бы одна прямая ссылка на конкретный домен. Это не количество переходов на сайт или поисковых запросов. Из остальных 22 ссылок API, ведущих на сторонние сайты, десять указывают на IP10; они распределены между четырьмя ответами.

В 408 из 500 ссылок API есть метка utm_source=openai. Она может помочь определить источник перехода, если система веб-аналитики фиксирует этот параметр. Однако в исследовании нет данных о реальных переходах и конверсиях.

13 / КАРТОЧКИ И КАРТЫ

Карточки организаций и интерактивные карты в ChatGPT

ЗАФИКСИРОВАНА ХОТЯ БЫ ОДНА КАРТОЧКА

40 из 98

В Excel сохранены данные хотя бы одной карточки организации: рейтинг, отзывы или сайт.

ИНТЕРАКТИВНАЯ КАРТА

32 из 98

Карта отображалась в ответе: 31 случай зафиксирован в исходном тексте, один — в видимом тексте.

В 31 ответе зафиксированы оба элемента. Ещё в девяти случаях сохранены данные карточек, но карта не отображалась. В одном ответе карта отображалась, однако данных карточек в Excel нет. Поэтому 40 ответов с карточками нельзя считать 40 ответами с картами.

Карточка организации — отдельный элемент ответа с данными о компании или специалисте. В Excel эти сведения записаны в столбце «Fichas de Google Maps (1ª)»: в 32 из 40 ответов с карточками есть хотя бы одна прямая ссылка на Google Maps. Интерактивная карта внутри ChatGPT — другой элемент интерфейса. В сохранённом видимом тексте всех 32 ответов с картой указаны Mapbox и OpenStreetMap. Поэтому называть её картой Google Maps некорректно. Ссылки на Google Maps также не подтверждают происхождение всех сведений в карточках. [1]

Кандидат	С карточкой 40 ответов	Без карточки 58 ответов
Enrique Tejedo	37 (92,5 %)	40 (69,0 %)
Alfredo Río	23 (57,5 %)	6 (10,3 %)
Álvaro Pichó	3 (7,5 %)	33 (56,9 %)
Jesús Porres	11 (27,5 %)	37 (63,8 %)

Частота рекомендаций отдельных специалистов заметно различается между ответами, в которых зафиксированы карточки организаций, и ответами без зафиксированных карточек. При анализе видимости в ChatGPT поэтому стоит учитывать не только текст, но и дополнительные элементы интерфейса. Однако исследование не позволяет определить, влияет ли наличие карточек на выбор специалистов или оба результата связаны с другими особенностями формирования ответа.

В сохранённых ответах API есть текст и ссылки, но нет сопоставимых визуальных данных, по которым можно было бы сравнить отображение карт.

14 / КОРРЕКТНОСТЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

Имя специалиста и данные карточки могут не совпадать

При проверке рекомендаций важно выяснить, относятся ли имя, сайт и отзывы к одному человеку или компании. Мы обнаружили несоответствия между исходным текстом ChatGPT, сохранёнными данными карточек и сведениями, извлечёнными в Excel.

Пример	Что содержится в файле
Jamil Mansilla	Зафиксированная карточка связывает его имя с cristaleriasmansilla.com в пяти ответах. В ответе 2 ссылка в основном тексте ведёт на jamilmansilla.com.
Rocío Santamaría	Карточки ответов 75 и 80 связывают её имя с dramelguizo.com и 229 отзывами. Текст ответа 80 содержит ссылку на rociosantamaria.com и говорит о 22 отзывах.
Jesús Porres	В данных карточек имя связано с jesteve.com в трёх ответах. Нужно проверить, к какой организации относится сайт и откуда получены эти сведения.

Эти примеры показывают, что данные, связанные с одним именем, могут не совпадать между собой. Не во всех случаях удалось определить, где именно возникло несоответствие: в интерфейсе ChatGPT, при выборе карточки или при извлечении данных. Такие совпадения также не доказывают деловой связи между организациями.

Отзывы: совпадение чисел не подтверждает источник

В первом ответе API для Rocío Santamaría указаны 22 отзыва, а для Jamil Mansilla — 14; при этом ссылки ведут на их собственные сайты. Оба числа совпадают с данными подборки IP10, просмотренной при проверке. Возможно, модель получила эти сведения из подборки IP10, но подтвердить это нельзя.

Версия внешней страницы, просмотренная после эксперимента, не заменяет её копию на момент сбора данных. Различия в числе отзывов или стаже могут быть связаны с разными датами, источниками или организациями. Общая доля ошибок в исследовании не рассчитывалась.

15 / СКОЛЬКО ОТВЕТОВ СТОИТ СОБИРАТЬ · 1 ИЗ 3

Как измерять частоту рекомендаций

Когда результаты меняются от ответа к ответу, возникает вопрос: сколько ответов нужно собрать для оценки видимости бренда? Частоту появления мы рассчитываем как отношение числа списков с данным брендом к общему числу валидных списков в соответствующей среде. Каждый список учитываем один раз, даже если бренд упомянут в нём несколько раз.

QUESEO В БРАУЗЕРЕ

37,8 %

В 37 из 98 валидных списков бесплатного ChatGPT в браузере без входа в аккаунт.

QUESEO В API

87,0 %

В 87 из 100 валидных списков API с веб-поиском.

Измеренная частота и оценка будущих результатов

Эти проценты точно описывают собранную выборку. Но если повторить эксперимент в сопоставимых условиях, доля рекомендаций может оказаться другой. При оценке частоты появления бренда за пределами этой выборки необходимо учитывать статистическую неопределённость.

Почему размер выборки важен

Рассмотрим вымышленный пример. В обоих случаях бренд присутствует в 40 % списков. Если один ответ изменится и бренд появится в нём, при небольшом числе ответов частота изменится гораздо сильнее, чем при большом.

Гипотетический пример	Серия из 10 списков	Серия из 100 списков
До изменения	4 из 10 = 40 %	40 из 100 = 40 %
Один ответ начинает включать бренд	5 из 10 = 50 %	41 из 100 = 41 %
Изменение процента	+10 пунктов	+1 пункт

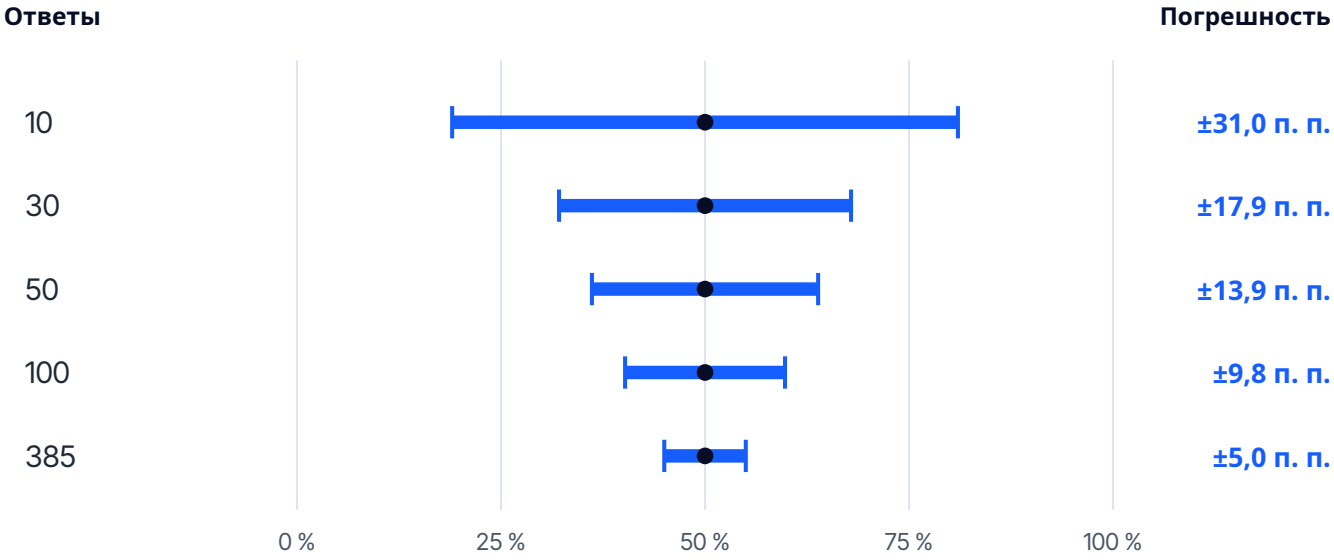
ЧТО ТАКОЕ ПРОЦЕНТНЫЕ ПУНКТЫ

Процентные пункты показывают разницу между двумя процентными значениями. Рост с 40 % до 50 % составляет 10 процентных пунктов. На следующих страницах «±9,8 пункта» означает, что от исходного процентного значения нужно вычесть или к нему прибавить 9,8.

15 / СКОЛЬКО ОТВЕТОВ СТОИТ СОБИРАТЬ · 2 ИЗ 3

Как понимать погрешность ±9,8 пункта

Чтобы спланировать размер выборки, можно рассчитать ориентировочную статистическую погрешность. На графике приведён условный пример: вероятность появления бренда равна 50 %. Каждая линия показывает диапазон вокруг 50 % с учётом рассчитанной погрешности. С увеличением числа ответов диапазон сужается.



Пример со 100 ответами

Для 100 ответов ориентировочная погрешность составляет ±9,8 процентного пункта. В нашем примере это диапазон от 40,2 % до 59,8 %. Для 385 ответов погрешность уменьшается примерно до ±5 пунктов, то есть диапазон составляет от 45 % до 55 %.

Почему используется 50 %

При фиксированном размере выборки статистическая неопределённость максимальна, когда вероятность появления бренда составляет 50 %. Поэтому это значение используют как осторожный ориентир при планировании. Для конкретного бренда оценка неопределённости зависит также от наблюдаемой частоты его появления, как показано на следующей странице.

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЭТИ ЦИФРЫ

Размер выборки рассчитывают для каждой среды отдельно. Для большей точности нужны дополнительные ответы, полученные в сопоставимых условиях. На графике — приближённый расчёт для уровня доверия 95 %, особенно условный при небольших выборках. Это не гарантированная точность измерений ChatGPT: применимость расчёта зависит от статистических предположений.

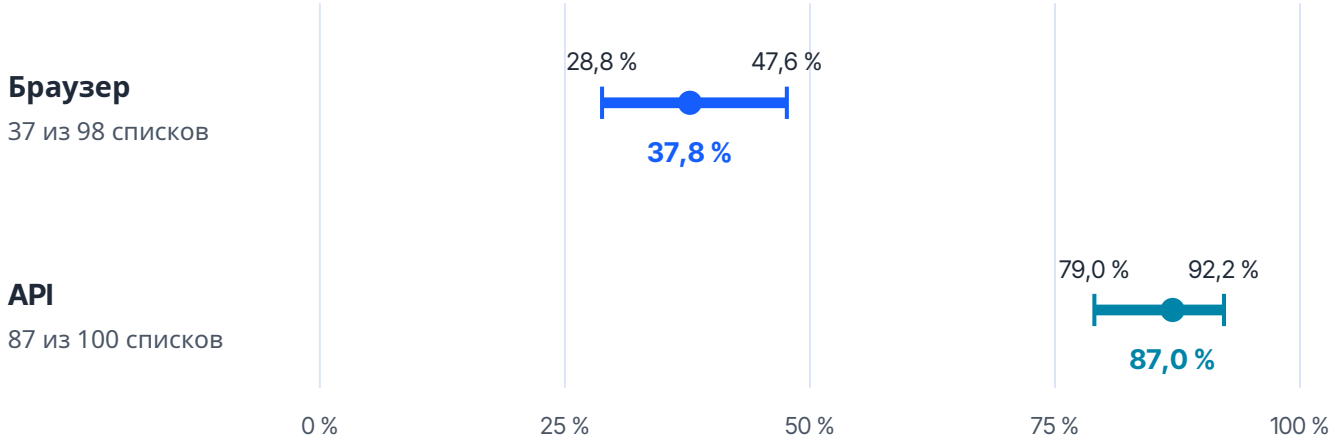
Формула: 1,96 × квадратный корень из (0,25 / n), где n — число ответов. Для выражения результата в процентных пунктах его умножают на 100. Расчёт предполагает независимость ответов и стабильную вероятность появления бренда. [6]

15 / СКОЛЬКО ОТВЕТОВ СТОИТ СОБИРАТЬ · 3 ИЗ 3

Доверительный интервал на примере Queseo

На предыдущей странице мы рассмотрели условный пример, а здесь используем реальные данные Queseo. Точка на графике — наблюдаемая частота рекомендаций, линия — 95%-ный доверительный интервал по методу Уилсона. Он показывает неопределённость оценки вероятности появления бренда при ограниченном числе ответов и выполнении статистических предположений. [6]

Частота появления Queseo: наблюдаемое значение и ориентировочный интервал 95 %



Как интерпретировать результаты

37,8 % — фактическая доля списков с Queseo среди 98 сохранённых ответов браузера. Доверительный интервал от 28,8 % до 47,6 % показывает, насколько неопределённа оценка вероятности появления бренда при указанных ниже предположениях. Для API фактическая частота составляет 87,0 %, расчётный интервал — от 79,0 % до 92,2 %.

Что означает «95 %»

Представим, что мы много раз повторяем эксперимент, а вероятность появления бренда остаётся неизменной. Для каждой новой серии рассчитываем доверительный интервал. При выполнении предположений метода примерно 95 из каждых 100 таких интервалов будут содержать истинную вероятность. Уровень 95 % характеризует метод построения интервалов.

ДВА СТАТИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ

Независимость: один ответ не влияет на следующий.
Стабильность: при том же запросе и сопоставимых условиях вероятность появления бренда не меняется в ходе измерения.
Наш эксперимент не подтверждает, что оба предположения выполняются.

Рассчитанные интервалы не предсказывают содержание следующего ответа ChatGPT или частоту рекомендаций через неделю. Результаты ста запросов за одну ночь нельзя автоматически распространять на всех пользователей ChatGPT, другие даты, модели и географические регионы. См. интервалы для 26 кандидатов.

16 / КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ

Как организовать измерение видимости в ChatGPT

1. Определите, что именно вы хотите измерить

Сохраните точную формулировку запроса и укажите условия эксперимента. В нашем случае это бесплатный ChatGPT в браузере без входа в аккаунт и конкретная конфигурация API.

2. Повторяйте запросы и сохраняйте неудачные попытки

Ведите отдельный учёт всех попыток и ответов с полным списком рекомендаций. Начните с пробной серии, чтобы оценить изменчивость ответов, и увеличивайте выборку в зависимости от необходимой точности. Универсальное минимальное число запросов это исследование не устанавливает.

3. Измеряйте частоту рекомендаций, позиции и наличие ссылок

Отдельно посчитайте, сколько списков содержат бренд, сколько помещают его в первую тройку и сколько дают прямую ссылку на его сайт. Для каждого показателя указывайте, из какого общего числа ответов он рассчитан.

4. Анализируйте содержание рекомендации

Отмечайте, какие услуги ChatGPT связывает с брендом, каким клиентам его рекомендует и какие факты приводит. Важные утверждения проверяйте по источникам.

5. Раздельно фиксируйте источники, карточки и карты

Сохраняйте доступную информацию об источниках веб-поиска, цитатах, прямых ссылках, карточках организаций и интерактивных картах. Например, ссылка на сайт специалиста ещё не объясняет происхождение указанного числа отзывов.

6. Повторяйте измерения в сопоставимых условиях

Чередуйте серии запросов в разных средах и повторяйте эксперимент в разные дни. Документируйте любые изменения модели или конфигурации.

ПРИЛОЖЕНИЕ A / 26 КАНДИДАТОВ И ИХ ПОЗИЦИИ

Результаты в браузерной версии ChatGPT

Бесплатный ChatGPT в браузере без входа в аккаунт. Основа расчёта: 98 валидных списков.

Кандидат	Списки	Частота	1-е	2-е	3-е	4-е	5-е
Enrique Tejedo	77	78,6 %	26	26	14	7	4
David Cerdá (Seomar)	71	72,4 %	24	12	9	16	10
Alex Figueiras	54	55,1 %	25	9	5	9	6
Jesús Porres	48	49,0 %	10	6	15	6	11
Queseo	37	37,8 %	0	5	5	13	14
Álvaro Pichó (SEO Levante)	36	36,7 %	9	17	0	7	3
Rocío Santamaría	35	35,7 %	0	3	14	7	11
Alfredo Río (SEO Local Valencia)	29	29,6 %	0	9	6	5	9
Paul Cris (Paul Marginean)	22	22,4 %	0	2	10	2	8
Andrés Castillo (GEO Valencia)	16	16,3 %	3	1	5	4	3
Paco Rubén	16	16,3 %	0	3	7	3	3
Rafa Sospedra	14	14,3 %	0	2	5	5	2
Jamil Mansilla	8	8,2 %	0	0	0	4	4
Daimako	7	7,1 %	0	0	0	5	2
Ruk Lab	7	7,1 %	0	0	1	4	2
Softalian (Nacho Monterde)	6	6,1 %	0	2	2	0	2
agenciaSEO.eu	3	3,1 %	0	0	0	1	2
Alberto Fuster	2	2,0 %	1	1	0	0	0
Alberto Illobre	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Miguel Valero	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Alban Febrer	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Arturo Argilés (SEO&SEM Valencia)	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Idital	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Jorge Segovia	0	0,0 %	0	0	0	0	0
SEO Solutions	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Vicente Climent (Santi Pc)	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Всего позиций	490		98	98	98	98	98

Кандидаты расположены по убыванию числа списков, в которых они встречаются; при равенстве — по имени. «Частота» — доля валидных списков с данным кандидатом в процентах. Сумма появлений на всех позициях равна общему числу списков с кандидатом. Ноль означает, что кандидат не встречался в этой выборке.

См. таблицу API

ПРИЛОЖЕНИЕ A / 26 КАНДИДАТОВ И ИХ ПОЗИЦИИ

Результаты при обращении через API

API OpenAI с веб-поиском. Основа расчёта: 100 валидных списков.

Кандидат	Списки	Частота	1-е	2-е	3-е	4-е	5-е
Queseo	87	87,0 %	28	37	12	5	5
Jesús Porres	82	82,0 %	50	15	9	7	1
Alex Figueiras	62	62,0 %	2	14	11	19	16
Rocío Santamaría	46	46,0 %	0	10	17	16	3
David Cerdá (Seomar)	44	44,0 %	6	7	16	8	7
Rafa Sospedra	42	42,0 %	10	7	8	10	7
Miguel Valero	26	26,0 %	1	6	7	6	6
Andrés Castillo (GEO Valencia)	24	24,0 %	0	1	7	3	13
Jamil Mansilla	23	23,0 %	1	0	2	7	13
Paco Rubén	17	17,0 %	0	0	0	6	11
Álvaro Pichó (SEO Levante)	12	12,0 %	1	3	5	2	1
Jorge Segovia	11	11,0 %	0	0	0	2	9
Softalian (Nacho Monterde)	9	9,0 %	0	0	4	4	1
Alberto Fuster	4	4,0 %	0	0	1	1	2
Alban Febrer	3	3,0 %	0	0	0	1	2
Alfredo Río (SEO Local Valencia)	1	1,0 %	0	0	1	0	0
Arturo Argilés (SEO&SEM Valencia)	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Enrique Tejedo	1	1,0 %	1	0	0	0	0
Idital	1	1,0 %	0	0	0	1	0
Paul Cris (Paul Marginean)	1	1,0 %	0	0	0	1	0
Ruk Lab	1	1,0 %	0	0	0	0	1
SEO Solutions	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Vicente Climent (Santi Pc)	1	1,0 %	0	0	0	1	0
agenciaSEO.eu	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Alberto Illobre	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Daimako	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Всего позиций	500		100	100	100	100	100

Кандидаты расположены по убыванию числа списков, в которых они встречаются; при равенстве — по имени. «Частота» — доля валидных списков с данным кандидатом в процентах. Сумма появлений на всех позициях равна общему числу списков с кандидатом. Ноль означает, что кандидат не встречался в этой выборке.

См. таблицу браузера

ПРИЛОЖЕНИЕ B / СХОДСТВО ОТВЕТОВ · 1 ИЗ 4

Как сравниваются два списка

Чтобы оценить сходство рекомендаций, мы сравнили все возможные пары списков. Внутри каждой среды каждый список сравнивали со всеми остальными. При сравнении между средами каждый список браузера сопоставляли с каждым списком API.

Показатель	Браузер	API	Между средами
Сравнённые пары ответов	4 753	4 950	9 800
Среднее число общих имён	2,30	2,62	1,77
Среднее число совпадений по имени и позиции	0,58	0,81	0,32
Пары с теми же пятью именами	47	59	10
Пары с совпадением всех пяти имён и позиций	5	5	0
Пары с одним и тем же первым именем	985	1 664	729

Как читать показатели. Имя считается общим, если кандидат есть в обоих списках независимо от позиции. Совпадение по имени и позиции означает, что один и тот же кандидат занимает одинаковое место. Полностью идентичны списки, в которых совпадают все пять имён и их позиции.

Пример для браузера. Среди пар ответов есть 47 пар с одинаковым набором из пяти кандидатов. Лишь в пяти из них совпал и порядок: 5 из 4 753 пар, или около 0,1 %. Речь идёт о парах уже полученных ответов, а не о 47 или пяти новых запросах.

Распределение числа общих имён

Общих имён	0	1	2	3	4	5
Браузер	207	991	1 479	1 382	647	47
API	82	516	1 530	1 972	791	59
Между средами	1 187	2 546	3 783	1 938	336	10

Например, число 1 479 в строке «Браузер» и столбце «2» означает, что в 1 479 парах списков совпадают ровно два имени. Сумма по каждой строке равна общему числу сравниваемых пар.

ПОЧЕМУ ПАР ТЫСЯЧИ, А СПИСКОВ ВСЕГО 198

Один список сравнивается со многими другими. Из 98 списков браузера получается 4 753 разные пары. Одни и те же ответы используются в нескольких парах, поэтому число пар нельзя считать числом независимых запросов.

ПРИЛОЖЕНИЕ B / СХОДСТВО ОТВЕТОВ · 2 ИЗ 4

Повторение имён и сохранение порядка

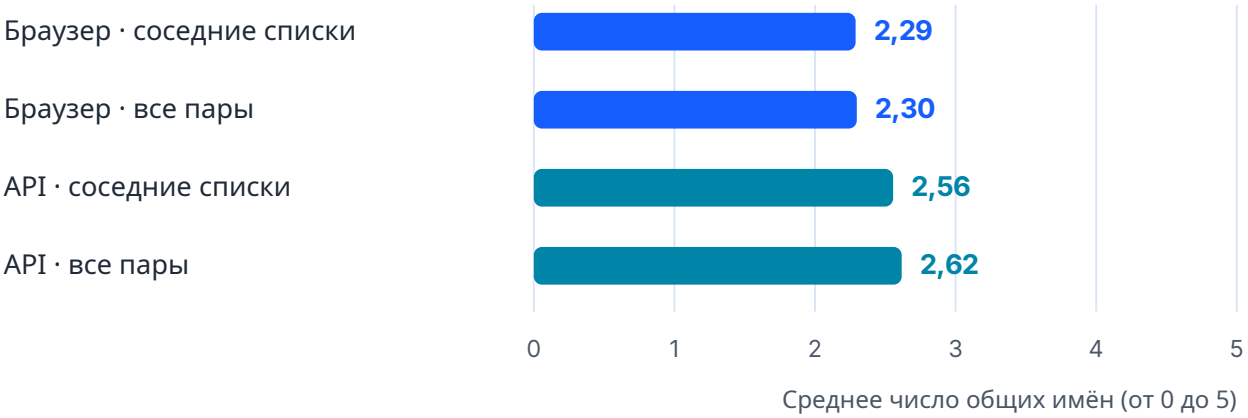
Списки могут совпадать по составу, даже если кандидаты расположены в разном порядке. Полное совпадение означает, что все пять кандидатов занимают одинаковые места.

Самое частое повторение в каждой среде	Браузер	API
Те же пять кандидатов в любом порядке	5 ответов	6 ответов
Те же пять кандидатов в том же порядке	3 ответа	2 ответа

В 98 списках браузера самый распространённый набор из пяти кандидатов встретился в пяти ответах. Это максимальное число появлений одной комбинации; другие комбинации тоже могли повторяться.

Отличается ли сходство ответов, полученных подряд?

Мы сравнили каждый валидный список со следующим в серии: первый со вторым, второй с третьим и так далее. Затем сопоставили среднее сходство последовательных ответов со средним сходством всех пар в той же среде, в том числе полученных далеко друг от друга по порядку.



КАК ЧИТАТЬ ГРАФИК

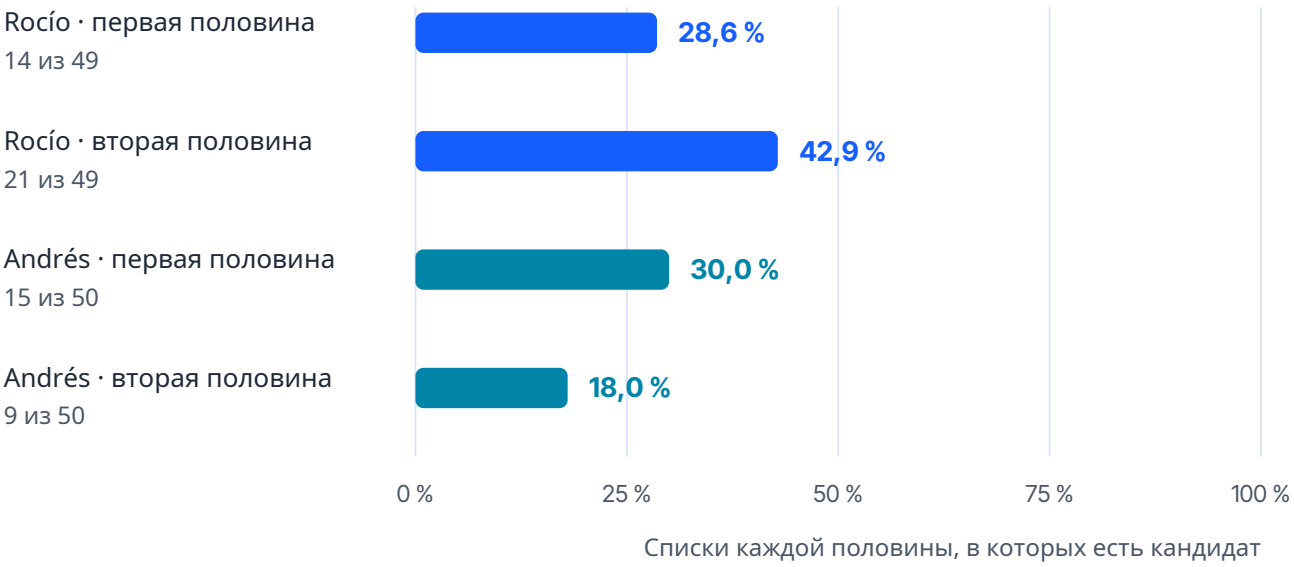
Два последовательных списка браузера содержат в среднем 2,29 общих имени из пяти, а среднее по всем парам составляет 2,30. Для API значения составляют 2,56 и 2,62 соответственно. В этой серии средние показатели сходства последовательных ответов и всех пар оказались близкими.

Ответы сравнивались в порядке получения валидных списков; интервалы времени между запросами могли различаться. Близость средних значений не доказывает независимость ответов и не исключает других изменений в ходе эксперимента.

ПРИЛОЖЕНИЕ B / СХОДСТВО ОТВЕТОВ · 3 ИЗ 4

Что меняется между началом и концом серии

Чтобы проверить, насколько различается частота рекомендаций в начале и конце эксперимента, мы разделили валидные списки в каждой среде пополам, сохранив порядок их получения. Для браузера получилось по 49 списков, для API — по 50. Частоту рассчитали отдельно для каждой половины.



Списки каждой половины, в которых есть кандидат

Браузер: пример Rocío Santamaría

Rocío Santamaría встречается в 14 из первых 49 списков (28,6 %) и в 21 из последних 49 (42,9 %). Разница составляет +14,3 процентного пункта. Среди кандидатов браузера это самое большое изменение частоты между половинами по абсолютной величине.

API: наибольшее изменение — 12 пунктов

В первой половине ответов API Andrés Castillo (GEO Valencia) встречается в 15 из 50 списков (30,0 %), во второй — в 9 из 50 (18,0 %): снижение на 12,0 процентного пункта. Это самое большое изменение среди кандидатов API независимо от его направления, а не среднее изменение по всем кандидатам.

ЧТО ПОКАЗЫВАЕТ СРАВНЕНИЕ

В двух половинах серии наблюдаемая частота появления кандидатов различается. По этому сравнению нельзя определить, вызваны ли различия обычной изменчивостью ответов или изменениями в самой системе. Оно также не позволяет утверждать, что тенденция сохранится в другое время или в другой день.

ПРИЛОЖЕНИЕ B / СХОДСТВО ОТВЕТОВ · 4 ИЗ 4

Сходство и обнаружение новых имён

Индекс Жаккара: сходство состава двух списков

Индекс Жаккара — отношение числа общих имён к общему числу уникальных имён в двух списках. Он равен 0, если совпадений нет, и 1, если совпадают все пять имён. Порядок кандидатов значения не имеет.

Вымышленный пример	Пять кандидатов в каждом списке
Список A	Queseo · Rocío Santamaría · Jamil Mansilla · Alex Figueiras · Jesús Porres
Список B	Rocío Santamaría · Queseo · Jamil Mansilla · Enrique Tejedo · Rafa Sospedra

В примере у списков три общих имени: Queseo, Rocío и Jamil. Всего в двух списках семь разных кандидатов. Следовательно, индекс Жаккара = 3 / 7 = 0,429. При подсчёте уникальных имён каждый человек или бренд учитывается один раз.

Среднее по реальным данным	Браузер	API	Между средами
Индекс Жаккара	0,326	0,378	0,234

Чем выше индекс, тем ближе списки по составу. Значение 0,326 для браузера — средний индекс сходства по всем парам. Оно не означает, что 32,6 % ответов идентичны.

Как растёт число обнаруженных кандидатов

Кривая накопления показывает, сколько уникальных имён можно обнаружить при рассмотрении всё большего числа списков. Первый список содержит пять имён. Каждый следующий добавляет только тех кандидатов, которых ещё не было. Например, при выборе трёх списков браузера среднее число уникальных кандидатов составляет 9,4 по всем возможным вариантам выбора.

Для расчёта мы использовали уже собранную выборку, выбирая списки без повторений. Результат описывает разнообразие сохранённых ответов и не предсказывает появление новых имён при будущих запросах.

Формула кривой накопления. Для каждого кандидата вычисляется 1 - C(N - f, k) / C(N, k) — вероятность того, что он встретится при выборе k списков. N — общее число сохранённых списков, f — число списков с этим кандидатом, C — число способов выбрать списки без повторений. Сумма этих вероятностей по всем кандидатам даёт ожидаемое число уникальных имён.

ПРИЛОЖЕНИЕ C / НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ СТАТИСТИЧЕСКИХ ОЦЕНОК

Ориентировочные доверительные интервалы по кандидатам

В таблице приведены интервалы для оценки частоты рекомендаций в процентах. «ДИ 95 %» — 95%-ный доверительный интервал. Использован метод Уилсона, предполагающий независимость ответов и стабильность вероятности появления. Выполнение этих предположений не доказано. «Разн.» — разница между API и браузером в процентных пунктах. [6]

Кандидат	Браузер · ДИ 95 %	API · ДИ 95 %	Разн., п. п.
Jesús Porres	39,3–58,7	73,3–88,3	+33,0
Queseo	28,8–47,6	79,0–92,2	+49,2
Alex Figueiras	45,2–64,6	52,2–70,9	+6,9
David Cerdá (Seomar)	62,9–80,3	34,7–53,8	-28,4
Rocío Santamaría	26,9–45,6	36,6–55,7	+10,3
Enrique Tejedo	69,5–85,5	0,2–5,4	-77,6
Rafa Sospedra	8,7–22,6	32,8–51,8	+27,7
Álvaro Pichó (SEO Levante)	27,9–46,6	7,0–19,8	-24,7
Andrés Castillo (GEO Valencia)	10,3–24,9	16,7–33,2	+7,7
Paco Rubén	10,3–24,9	10,9–25,5	+0,7
Jamil Mansilla	4,2–15,3	15,8–32,2	+14,8
Alfredo Río (SEO Local Valencia)	21,5–39,3	0,2–5,4	-28,6
Miguel Valero	0,2–5,6	18,4–35,4	+25,0
Paul Cris (Paul Marginean)	15,3–31,7	0,2–5,4	-21,4
Softalian (Nacho Monterde)	2,8–12,7	4,8–16,2	+2,9
Jorge Segovia	0,0–3,8	6,3–18,6	+11,0
Ruk Lab	3,5–14,0	0,2–5,4	-6,1
Daimako	3,5–14,0	0,0–3,7	-7,1
Alberto Fuster	0,6–7,1	1,6–9,8	+2,0
agenciaSEO.eu	1,0–8,6	0,0–3,7	-3,1
Alban Febrer	0,0–3,8	1,0–8,5	+3,0
Alberto Illobre	0,2–5,6	0,0–3,7	-1,0
Arturo Argilés (SEO&SEM Valencia)	0,0–3,8	0,2–5,4	+1,0
Idital	0,0–3,8	0,2–5,4	+1,0
SEO Solutions	0,0–3,8	0,2–5,4	+1,0
Vicente Climent (Santi Pc)	0,0–3,8	0,2–5,4	+1,0

Если кандидат не встретился в выборке, это не означает нулевую вероятность его появления. В рамках предварительного статистического анализа мы сравнили частоты рекомендаций между средами с помощью точного критерия Фишера: у 13 кандидатов $p < 0,05$; после поправки Бонферрони на 26 сравнений таких кандидатов остаётся десять. Эти расчёты опираются на указанные предположения и не доказывают причинно-следственную связь или применимость результата к другим условиям.

ПРИЛОЖЕНИЕ D / ДОМЕНЫ, СВЯЗАННЫЕ С ИМЕНАМИ · 1 ИЗ 3

Домены, связанные с именами кандидатов

Мы зафиксировали 51 связь между 26 кандидатами и доменами, на которые ведут ссылки в их описаниях или карточках. Среди них — сайты, связанные с деятельностью кандидатов, сторонние источники и домены, принадлежность которых не подтверждена.

Имя или бренд	Связанный домен	Источники Браузер	Ссылка Браузер	Ссылка API	Карточка Браузер
Enrique Tejedo	kenjimarketing.es	0	44	0	0
Enrique Tejedo	seotejedo.es	2	2	1	36
Enrique Tejedo	sergidoseo.com *	72	5	0	0
Enrique Tejedo	seotejedo.com *	0	4	0	0
Enrique Tejedo	enriquetejedo.com *	0	3	0	0
Enrique Tejedo	google.com *	0	3	0	0
Enrique Tejedo	valenciatop.info *	27	1	0	0
David Cerdá (Seomar)	seomar.es	3	70	40	20
David Cerdá (Seomar)	ip10.es *	96	0	4	0
Alex Figueiras	alexfigueirasseo.com	56	39	62	0
Alex Figueiras	sergidoseo.com *	72	7	0	0
Jesús Porres	jesusporres.com	68	42	82	0
Jesús Porres	jesteve.com *	0	0	0	3
Queseo	queseo.es	1	32	82	6
Queseo	ip10.es *	96	1	3	0
Queseo	valencia.wordcamp.org *	0	0	2	0

Источники (браузер): число ответов, в которых домен есть среди источников веб-поиска, независимо от наличия кандидата в рекомендациях (97 ответов с данными об источниках). Ссылка (браузер / API): домен указан в ссылке внутри описания кандидата (97 текстов браузера / 100 текстов API). Карточка (браузер): домен указан как сайт в карточке, связанной с именем кандидата (98 списков браузера).

* Сторонний сайт, платформа или адрес, принадлежность которого кандидату не подтверждена. Связь в ответе или карточке сама по себе не доказывает, что сайт принадлежит кандидату или что ссылка указана верно. Один ответ может учитываться в нескольких столбцах; складывать их значения не следует.

КАК ЧИТАТЬ ТАБЛИЦУ НА ПРИМЕРЕ KENJI

В 44 ответах в описании Enrique Tejedo есть ссылка на сайт Kenji, но этот домен ни разу не встречается в сохранённых списках источников веб-поиска. Само наличие ссылки не доказывает, что сайт был просмотрен до выбора кандидата.

ПРИЛОЖЕНИЕ D / ДОМЕНЫ, СВЯЗАННЫЕ С ИМЕНАМИ · 2 ИЗ 3

Домены, связанные с именами кандидатов

Продолжение таблицы доменов. В каждой ячейке указано число ответов: один и тот же домен в пределах одного ответа учитывается не более одного раза в каждом столбце.

Имя или бренд	Связанный домен	Источники Браузер	Ссылка Браузер	Ссылка API	Карточка Браузер
Álvaro Pichó	seolevante.com	35	31	12	3
Álvaro Pichó	geovalencia.com *	51	1	0	0
Rocío Santamaría	rociosantamaria.com	0	35	39	6
Rocío Santamaría	malt.es *	28	0	4	0
Rocío Santamaría	ip10.es *	96	0	1	0
Rocío Santamaría	malt.com *	0	0	1	0
Rocío Santamaría	mujeresenseo.es *	0	0	1	0
Rocío Santamaría	dramelguizo.com *	0	0	0	2
Alfredo Río	seolocalvalencia.es	29	25	1	21
Paul Cris / Marginean	paulcris.com	46	18	1	4
Andrés Castillo	geovalencia.com	51	15	24	0
Paco Rubén	pacoruben.com	5	14	14	13
Paco Rubén	elpais.com *	44	0	1	0
Paco Rubén	ip10.es *	96	0	1	0
Paco Rubén	valencianamente.es *	90	0	1	0
Rafa Sospedra	rafasospedra.com	0	11	40	4
Rafa Sospedra	albertofuster.com *	79	0	1	0
Rafa Sospedra	malt.es *	28	0	1	0

Источники (браузер): число ответов, в которых домен есть среди источников веб-поиска, независимо от наличия кандидата в рекомендациях (97 ответов с данными об источниках). Ссылка (браузер / API): домен указан в ссылке внутри описания кандидата (97 текстов браузера / 100 текстов API). Карточка (браузер): домен указан как сайт в карточке, связанной с именем кандидата (98 списков браузера).

* Сторонний сайт, платформа или адрес, принадлежность которого кандидату не подтверждена. Связь в ответе или карточке сама по себе не доказывает, что сайт принадлежит кандидату или что ссылка указана верно. Один ответ может учитываться в нескольких столбцах; складывать их значения не следует.

«Браузер» означает бесплатный ChatGPT в браузере без входа в аккаунт. В API включён веб-поиск. При подсчёте ссылок учитывались только описания кандидатов в основном списке, без ссылок из итогового резюме.

ПРИЛОЖЕНИЕ D / ДОМЕНЫ, СВЯЗАННЫЕ С ИМЕНАМИ · 3 ИЗ 3

Домены, связанные с именами кандидатов

Продолжение таблицы доменов. В каждой ячейке указано число ответов: один и тот же домен в пределах одного ответа учитывается не более одного раза в каждом столбце.

Имя или бренд	Связанный домен	Источники Браузер	Ссылка Браузер	Ссылка API	Карточка Браузер
Jamil Mansilla	jamilmansilla.com	0	7	22	0
Jamil Mansilla	ip10.es *	96	0	1	0
Jamil Mansilla	cristaleriasmansilla.com *	0	0	0	5
Daimako	daimako.com	2	7	0	6
Ruk Lab	ruklab.com	0	6	1	8
Softalian / N. Monterde	softalian.com	0	5	9	8
agenciaSEO.eu	agenciaseo.eu	0	3	0	0
Alberto Fuster	albertofuster.com	79	2	4	1
Alberto Illobre	valenciatop.info *	27	1	0	0
Alberto Illobre	sideor.com *	0	0	0	1
Miguel Valero	miguel-valero.es	1	1	26	0
Alban Febrer	albanfebrer.com	0	0	3	0
Arturo Argilés	seosemvalencia.es	1	0	1	0
Idital	idital.com	0	0	1	0
Jorge Segovia	jorgesegoviaciscar.com	0	0	11	0
SEO Solutions	seosolutions.es	0	0	1	0
Vicente Climent	santipc.com	0	0	1	0

Источники (браузер): число ответов, в которых домен есть среди источников веб-поиска, независимо от наличия кандидата в рекомендациях (97 ответов с данными об источниках). Ссылка (браузер / API): домен указан в ссылке внутри описания кандидата (97 текстов браузера / 100 текстов API). Карточка (браузер): домен указан как сайт в карточке, связанной с именем кандидата (98 списков браузера).

* Сторонний сайт, платформа или адрес, принадлежность которого кандидату не подтверждена. Связь в ответе или карточке сама по себе не доказывает, что сайт принадлежит кандидату или что ссылка указана верно. Один ответ может учитываться в нескольких столбцах; складывать их значения не следует.

Все значения рассчитаны по исходным файлам Excel. При обработке доменов префикс «www.» удалялся, а зоны «.es» и «.com» учитывались отдельно. Поскольку необработанный текст одного из 98 ответов браузера отсутствует, ссылки подсчитывались по 97 ответам.

ИСТОЧНИКИ И АВТОРСТВО

Источники данных и методологические материалы

[1] resultados-consultas-navegador-chatgpt.xlsx.

[2] resultado-5.6-luna-100-format-consultas-api.xlsx.

[3] Основы GEO. Aggarwal et al. (2024). GEO: Generative Engine Optimization.

[4] Проверка утверждений и цитат. Liu, Zhang и Liang (2023). Evaluating Verifiability in Generative Search Engines.

[5] Источники веб-поиска. OpenAI. Web search, раздел Sources.

[6] Интервалы для долей. NIST/SEMATECH. Confidence intervals, раздел о методе Уилсона.

Авторы и границы исследования

Авторы исследования — Nina S. Dzhezher, ELNIQ SL, и Eric Jorge Seguí Parejo, Queseo. Queseo — также один из брендов, рекомендованных в проанализированных ответах. При подсчёте рекомендаций ко всем кандидатам применялись одинаковые критерии.

Количественные результаты рассчитаны по двум исходным файлам Excel. Внешние публикации использованы для пояснения методологии и не увеличивают объём выборки.