

# Как можно быть уверенным в точности данных Genefy?

Алгоритмы поисковых систем извлекают данные из поведения людей — Genefy извлекает намерения людей из этих данных

1

Яндекс SERP

2

Подсказки

3

Ядро запросов

4

Конкуренты

5

Google PAA

# 1 Яндекс SERP

Что можно извлечь из поисковой выдачи

Яндекс распиливает тысячи страниц на маленькие кусочки информации, затем случайным образом показывает их разным людям. Он наблюдает, какие кусочки становятся более востребованными (кликабельными, чаще удерживают внимание), и начинает показывать их **чаще и выше**.

Упрощённо выдача Яндекса выстроена из наиболее ценных для пользователя в контексте запроса кусочков: **вверху — самые ценные, внизу — менее ценные**.

Топ 4 — мин. ценность

Топ 3

Топ 2

Топ 1 — макс. ценность

# 2 Поисковые подсказки

Уточняющие фразы раскрывают намерения

Когда человек задаёт поисковый запрос, часто он не находит информации и дополняет запрос уточняющими фразами. Эти фразы для нас наиболее ценны: если посчитать долю спроса на ключевое слово с подсказкой относительно основной фразы, можно **вычислить долю людей, которым это было интересно, относительно частоты основного запроса**.

$$\text{Доля аудитории} = \text{Частота подсказки} / \text{Частота основного запроса} \times 100\%$$

Просчитывая все дополняющие фразы, можно просчитать **разнообразие намерений людей** в контексте поискового запроса.

## ПРИМЕР

купить тент

300/мес

купить тент автомобильный

50/мес

50/300 = 16.7%

купить тент ангар

10/мес

10/300 = 3.3%

## 3 Ядро поисковых запросов

Топ-15 конкурентов · Поправочные коэффициенты

Ядро запросов, основанное на Топ-15 конкурентов, показывает, что Яндекс отфильтровал позиции по ключевым словам, не отвечающим интену. Поведенческий фактор — не единственный фактор ранжирования, поэтому мы используем:

- **Множество конкурентов**  
Анализ 5+ конкурентов вместо одного
- **Поправочные коэффициенты**  
«Заталкиваем» трастовые сайты, давая дорогу молодым страницам
- **Алгоритм схожести**  
Сравнение сайтов по ассортименту для поиска идеального конкурента

Баланс = идеальный конкурент

Схожий ассортимент

Высокий трафик

## 4 Страницы конкурентов

UX/UI элементы · Интен · Поведение

Сайты с наиболее успешным набором UX/UI-элементов значительно лучше ранжируются, чем те, у которых эти элементы не покрывают интены пользователей. Для нас наибольшую ценность представляет **что** и, самое главное, **как** эти UX/UI-элементы закрывают интены пользователей, задающих поисковый запрос.

В эпоху AI:

Позитивный UX = Лояльность к бренду = Конверсии = Продажи = Позиции = Трафик

**Хорошее SEO = поисковый маркетинг**

### Genefy — мультимодальная платформа

Ошибочно думать, что интен закрывают кусочки текстов, как это принято в SEO-сообществе. Текст — это только часть информации, и часто не самая большая её часть. Существует масса случаев, когда интен пользователя закрывают **изображения** (например каталоги), или **функционал** (например фильтры каталога). Цена, категории товара, содержание изображений — важнейшая часть пользовательского опыта, а соответственно и факторов ранжирования.

Genefy анализирует интены во всех плоскостях. **Компьютерное зрение** позволяет оценивать содержание изображений и визуальных элементов на страницах конкурентов.

Текст

Изображения

Видео

Аудио

Функционал

#### ИНТЕНТ, ЗАКРЫТЫЙ ИЗОБРАЖЕНИЯМИ

Пользователь задаёт запрос «каменные дома», но попадает на страницу с каталогом, на котором **изображены дома с кирпичным фасадом**. Пользователь разочаруется и покинет страницу, давая сигнал поисковой системе.

#### ИНТЕНТ, ЗАКРЫТЫЙ ЦЕНОВЫМ СЕГМЕНТОМ

Запрос «кирпичные дома» — **65% аудитории** ожидает увидеть каталог с бюджетными домами, но попадает на страницу с каталогом премиальных домов. Пользователь уходит, давая сигнал: страница не соответствует ожиданиям.

## 5 Google Вопросы (PAA)

Knowledge Graph · CTR · Граф знаний

Google отслеживает маршрут навигации миллионов людей и создал **Knowledge Graph (Граф знаний)**, в котором чётко знает, что хотят пользователи и с какой вероятностью.

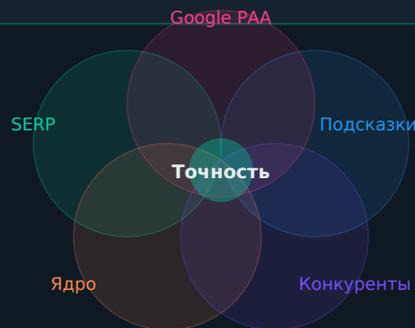
Выводя блок вопросов, Google отслеживает кликабельность (CTR) каждого вопроса, тем самым повышая точность прогнозирования. Использование этих знаний для понимания намерений, сегментов ЦА и проектирования целевой страницы — **мощный инструмент анализа**.



## Пересечение данных

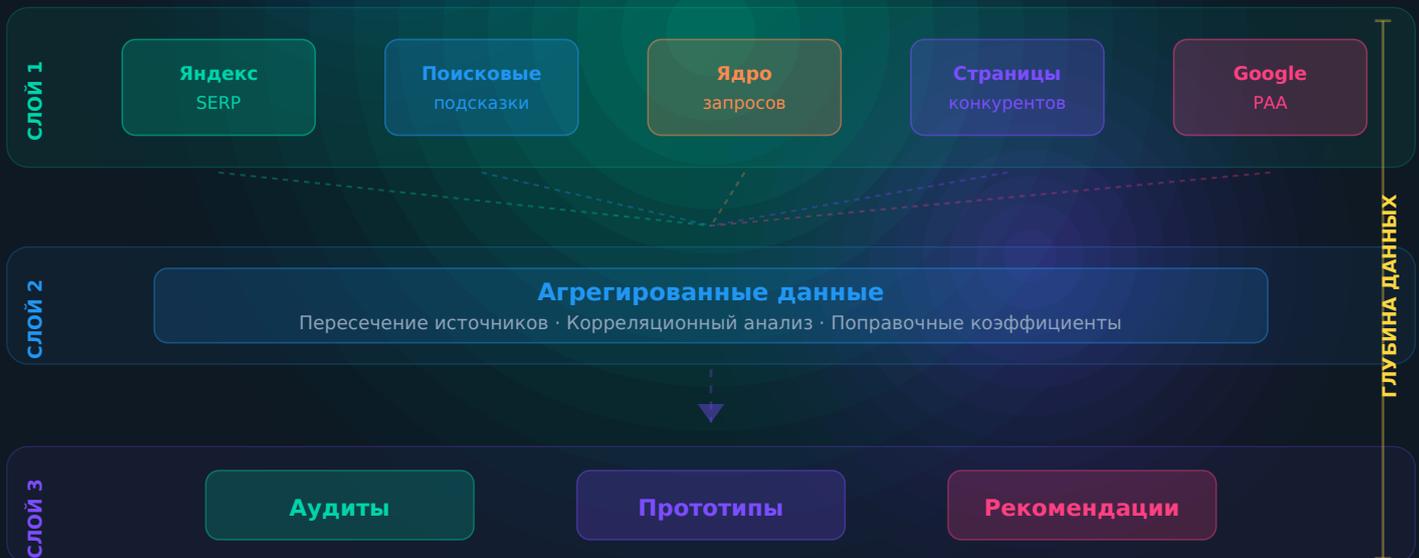
**+30% к точности** в точках пересечения

Любые прогнозы, даже такие сложные как у Google и Яндекс, не имеют 100% точности. Но что, если использовать данные из **всех 5 источников одновременно**? Каждый источник, несущий один и тот же интент, подтверждает значимость сигнала. В точках пересечения данных точность прогнозирования повышается минимум на 30%.



# Это и происходит под капотом Genefy

5 источников данных · 3 слоя глубины



**genefy.io**

AI-powered SEO платформа нового поколения