Пиксель Тулс

ИССЛЕДОВАНИЕ AI ПИКСЕЛЬ ТУЛС · 9 ОКТЯБРЯ 2026 Г.

Сбер теряет лидерство в рекомендациях AI?

В ответах нейросетей ВТБ, Альфа-Банк и Т-Банк опережают Сбер, хотя Сбер держит ≈44% рынка вкладов. Итоги по 8 100 ответам пяти нейросетей на 1 620 запросов о банковских продуктах.

Чаще всех называют

1	ВТБ	48,8%
2	Альфа-Банк	41,7%
3	Т-Банк	41,2%
4	Сбер	40,8%
5	Совкомбанк	20%

Поиск с Алисой с чатом · Google AI Overview с чатом · ChatGPT · Perplexity · DeepSeek

МЕТОДОЛОГИЯ

Как мы готовили это исследование

Открытая методология: всё, что нужно, чтобы воспроизвести результат или оспорить его.

01

Цель и предмет

Изучаем, как пять нейросетей описывают банковский рынок России по «холодным» запросам — без названия бренда в вопросе. Главный вопрос: кого модель называет, когда клиент просит «открыть вклад» или «выбрать карту».

Где лучше открыть вклад в Москве?

Нейросеть советует:

ВТБ · Альфа-Банк · Т-Банк

02

Объём выборки

1 620 запросов = 18 продуктов × 18 интентов × 5 городов. Каждый запрос отправлен в 5 нейросетей — итого 8 100 ответов, 33 110 упоминаний брендов и 47 428 ссылок на источники.

18 продуктов	×	18 интентов	×	5 городов	=	1 620 запросов

8 100 ответов	33 110 упоминаний брендов	47 428 ссылок на источники

03

Принцип нейтральности

Ни один из 1 620 запросов не содержит названия банка. Формулировки идут от клиента: «Где в Москве открыть вклад...», «Какая карта выгоднее...». Так измеряется «холодная» узнаваемость, а не пересказ вопроса.

0 из 1 620 запросов содержат название банка

04

Пять нейросетей

Поиск с Алисой, Google AI Overview, ChatGPT, Perplexity, DeepSeek — сценарии, через которые россиянин задаёт вопрос о банке в 2026 году.

- Поиск с Алисой с чатом
- Google AI Overview с чатом
- ChatGPT
- Perplexity
- DeepSeek

05

Пять городов

Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург, Новосибирск. Срез показывает, какие банки локально различимы, а не только «национальный» топ.

- Москва
- Санкт-Петербург
- Краснодар
- Екатеринбург
- Новосибирск

06

Разметка

Из каждого ответа извлекаются бренды, явная рекомендация и ссылки. Словарь канонических имён и типов источников открыт — его можно проверить в скачиваемых данных.

Ответ нейросети → Бренды · Явная рекомендация · Ссылки и типы источников → **Открытый словарь в данных**

Исследование в цифрах

1 620
запросов
типовых вопросов клиента задали каждой нейросети

8 100
ответов
получили от 5 нейросетей и разобрали по брендам и ссылкам

3 995
брендов
нейросети назвали хотя бы в одном ответе

47 428
ссылок
на сайты-источники привели в ответах

Коротко о результатах

ЧАЩЕ ВСЕХ НАЗЫВАЮТ
ВТБ
48,8%
ответов упоминают этот бренд

ЧАЩЕ ВСЕХ СОВЕТУЮТ
ВТБ
0,6%
ответов рекомендуют только его

ГЛАВНЫЙ ТИП ИСТОЧНИКА
Сайты банков
40,6%
всех ссылок в ответах

В ОДНОМ ОТВЕТЕ
Брендов в среднем
4,1
названий в типичном ответе нейросети

Офлайн-полка против AI-полки

Сравниваем долю рынка вкладов с долей голосов (SoV) в ответах нейросетей. Разрыв показывает, кого ИИ «переоценивает», а кого «недооценивает» относительно реального рынка.

Банк	Доля рынка вкладов	AI-полка (SoV)	Разрыв
Сбер	44,2%	10%	↓ 34,2 п.п.
ВТБ	16,4%	11,9%	↓ 4,5 п.п.
Т-Банк	7,1%	10,1%	↑ 3 п.п.
Альфа-Банк	6,4%	10,2%	↑ 3,8 п.п.
Газпромбанк	5,6%	4%	↓ 1,6 п.п.
Совкомбанк	3,2%	4,9%	↑ 1,7 п.п.
Райффайзен Банк	2,4%	0,9%	↓ 1,5 п.п.
МКБ	2,1%	0,6%	↓ 1,5 п.п.
Почта Банк	1,6%	0,2%	↓ 1,4 п.п.
Банк Санкт-Петербург	1,1%	2,4%	↑ 1,3 п.п.
Уралсиб	0,8%	1,2%	↑ 0,4 п.п.
Ак Барс	0,7%	0,3%	↓ 0,4 п.п.
Точка	0,5%	1,5%	↑ 1 п.п.

Офлайн-полка — оценочная доля рынка вкладов физлиц (внешний ориентир, не показатель нейросетей). AI-полка — доля голосов (SoV) в текущем срезе. Плюс — нейросети называют чаще рынка, минус — реже.

Кого называют нейросети

Топ-50 · 8 100 ответов

Видимость — доля ответов, в которых нейросеть назвала бренд. В колонках справа — тот же показатель отдельно по каждой нейросети.

#	Банк	Видимость	Алиса	Google AI	ChatGPT	Perplexity	DeepSeek
1	ВТБ	48,8%	35	55	51	39	64
2	Альфа-Банк	41,7%	31	58	40	32	48
3	Т-Банк	41,2%	37	54	39	30	47
4	Сбер	40,8%	30	62	19	34	60
5	Совкомбанк	20%	17	20	20	23	20
6	Газпромбанк	16,5%	12	14	14	15	28
7	ПСБ	14,8%	10	9	18	14	23
8	Банк Санкт-Петербург	9,8%	7	8	9	9	15
9	МТС Банк	6,9%	6	6	7	6	10
10	Банк ДОМ.РФ	6,3%	7	5	11	4	6
11	Точка	6,3%	5	10	6	6	6
12	Россельхозбанк	6,2%	4	3	4	6	14
13	ОТП Банк	5,7%	8	5	5	6	5
14	УБРиР	5,5%	3	6	5	4	10
15	Уралсиб	4,9%	2	3	6	6	8
16	Левобережный	4%	3	4	4	2	7
17	Локо-Банк	3,7%	3	3	2	3	8
18	Райффайзен Банк	3,5%	2	2	3	2	8
19	Ренессанс Банк	3%	2	3	1	4	4
20	Кубань Кредит	2,4%	2	3	1	1	5
21	МКБ	2,3%	1	1	1	3	5
22	Ozon Банк	2,2%	1	3	3	1	3
23	Яндекс Банк	1,9%	1	3	1	3	3
24	Банк Синара	1,8%	1	2	2	1	4
25	Модульбанк	1,8%	1	2	2	1	2
26	Ак Барс	1,4%	0	1	1	1	4
27	Росбанк	1%	0	1	0	1	3
28	Русский Стандарт	1%	0	0	1	2	2
29	Банк Зенит	1%	1	1	0	1	3
30	Почта Банк	0,9%	0	1	0	1	2
31	Центр-инвест	0,9%	0	1	1	1	1
32	Металлинвестбанк	0,8%	0	0	0	1	2
33	АТБ	0,8%	0	1	0	1	2
34	ЮниКредит Банк	0,7%	0	1	0	1	1

#								
35	Примсоцбанк	0,6%	0	1	0	0	1
36	Кредит Европа Банк	0,6%	0	1	1	0	1
37	Открытие	0,6%	0	0	0	0	3
38	БКС Банк	0,6%	1	1	0	0	1
39	МСП Банк	0,6%	0	0	1	1	1
40	Абсолют Банк	0,5%	1	0	0	0	1
41	Солид Банк	0,5%	0	1	0	0	2
42	Банк Акцепт	0,5%	0	1	0	0	1
43	ДелоБанк	0,5%	0	1	0	1	1
44	ББР Банк	0,4%	0	0	1	0	1
45	Фора-Банк	0,4%	0	1	0	0	1
46	БыстроБанк	0,4%	0	0	0	1	1
47	Камкомбанк	0,4%	0	1	0	0	1
48	Банк «Россия»	0,4%	0	0	0	1	1
49	Экспобанк	0,4%	0	1	0	1	1
50	Ланта-Банк	0,4%	1	0	0	0	1

Продуктовая ось: кто первый в каждом продукте

Лидер по доле голосов (SoV) внутри каждого из 18 банковских продуктов. Общий рейтинг прячет проигрыш в конкретном продукте — смотрите по своему.

Вклад и накопительный счёт
ВТБ
10,6%

Дебетовая карта
ВТБ
13,1%

Кредитная карта
Альфа-Банк
13,9%

Кредит наличными
Совкомбанк
10,5%

Рефинансирование кредита
ВТБ
13,3%

Автокредит
ВТБ
14,4%

Ипотека на квартиру
ВТБ
16,3%

Льготная ипотека и дом
ВТБ
16,2%

Счёт для бизнеса
Т-Банк
12,4%

Кредит для бизнеса
Альфа-Банк
11,5%

Эквайринг и приём платежей
Т-Банк
11,8%

Зарплатный проект
Альфа-Банк
12%

Инвестиции и ИИС
Т-Банк
17,4%

Премиальное обслуживание
ВТБ
9,9%

Переводы и платежи
Сбер
15,9%

Валюта и переводы за рубеж
ВТБ
10,5%

Страхование в банке
Сбер
14,2%

Надёжность и выбор банка
ВТБ
11,3%

Сводный AI-индекс банка

Единая оценка 0–100: видимость, доля голосов (SoV), явная рекомендация и ссылки на собственный сайт. Каждая компонента нормирована на лидера. Чем выше балл, тем «понятнее» банк нейросетям в целом.

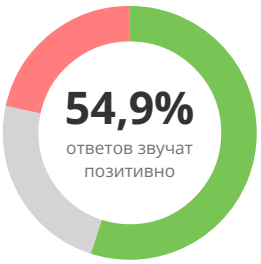
1	ВТБ	95
2	Т-Банк	80
3	Альфа-Банк	75
4	Сбер	74
5	Совкомбанк	43
6	Банк Санкт-Петербург	37
7	ПСБ	33
8	Газпромбанк	32
9	Левобережный	23
10	Банк ДОМ.РФ	21
11	ОТП Банк	20
12	Точка	19

Индекс = 40% видимость + 30% доля голосов (SoV) + 15% рекомендация + 15% свой сайт. Каждая компонента нормирована на лидера среди 30 самых заметных банков.

Тональность: модели скорее хвалят, чем ругают

Лексическая оценка тональности 8 100 ответов. Нейросети чаще описывают банки позитивно, но «критика» прячется в ответах про комиссии, ставки и подводные камни.

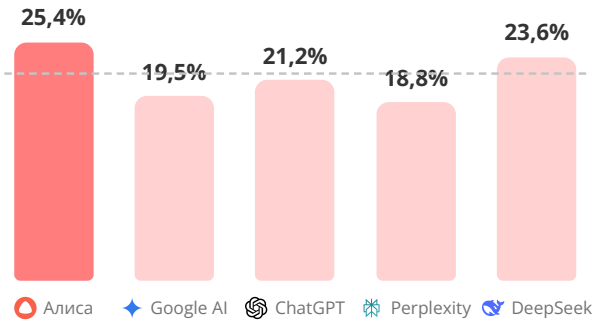
В целом по 8 100 ответам



Позитивные	54,9%
Нейтральные	23,4%
Негативные	21,7%

Доля негатива по нейросетям

--- в среднем 21,7%



Метод: лексическая оценка — частотность позитивных и негативных маркеров в тексте ответа. Это приблизительная, а не экспертная оценка тональности.

Как отвечает каждая нейросеть

Сколько брендов нейросеть называет в одном ответе, как часто советует один конкретный и кого упоминает чаще остальных.

Поиск с Алисой с чатом

2,9
брендов в одном ответе

1,5%
ответов с одной рекомендацией

ЧАЩЕ ВСЕГО НАЗЫВАЕТ

1	Т-Банк	37%
2	ВТБ	35,1%
3	Альфа-Банк	31,1%

1 620 ответов в выборке

Google AI Overview с чатом

4,7
брендов в одном ответе

0,1%
ответов с одной рекомендацией

ЧАЩЕ ВСЕГО НАЗЫВАЕТ

1	Сбер	61,9%
2	Альфа-Банк	57,6%
3	ВТБ	55,2%

1 620 ответов в выборке

ChatGPT

3,5
брендов в одном ответе

7%
ответов с одной рекомендацией

ЧАЩЕ ВСЕГО НАЗЫВАЕТ

1	ВТБ	51,2%
2	Альфа-Банк	39,8%
3	Т-Банк	38,5%

1 620 ответов в выборке

Perplexity

3,2
брендов в одном ответе

5,6%
ответов с одной рекомендацией

ЧАЩЕ ВСЕГО НАЗЫВАЕТ

1	ВТБ	38,6%
2	Сбер	33,5%
3	Альфа-Банк	32,3%

1 620 ответов в выборке

DeepSeek

6,2
брендов в одном ответе

2,5%
ответов с одной рекомендацией

ЧАЩЕ ВСЕГО НАЗЫВАЕТ

1	ВТБ	64%
2	Сбер	60,1%
3	Альфа-Банк	47,7%

1 620 ответов в выборке

На что ссылаются нейросети

Какую долю ссылок в ответах получают агрегаторы, официальные сайты, отзовики и СМИ — и какие сайты нейросети цитируют чаще всего.

47 428 ссылок в выборке



Сайты банков	19 242	40,6%
Агрегаторы	12 276	25,9%
СМИ	4 171	8,8%
Регулятор	2 222	4,7%
Карты и отделения	565	1,2%
Отзывы	323	0,7%
Прочее	8 629	18,2%

	Самые цитируемые сайты		доля ссылок
1	vtb.ru	ВТБ	5,6%
2	banki.ru	Агрегаторы	5,4%
3	tbank.ru	Т-Банк	5,1%
4	alfabank.ru	Альфа-Банк	4%
5	sravni.ru	Агрегаторы	3,9%
6	sberbank.ru	Сбер	3,4%
7	sovcombank.ru	Совкомбанк	2,7%
8	gazprombank.ru	Газпромбанк	2,2%
9	cbr.ru	Регулятор	2%
10	bankiros.ru	Агрегаторы	2%
11	finuslugi.ru	Агрегаторы	1,9%
12	psbank.ru	ПСБ	1,7%

Банк крупным планом

ВТБ

48,8%	0,6%	11,9%	52,8%
ответов называют бренд	советуют только его	доля голосов (SoV)	с ним ссылаются на его сайт

По нейросетям

DeepSeek	64%
Google AI Overview с чатом	55,2%
ChatGPT	51,2%
Perplexity	38,6%
Поиск с Алисой с чатом	35,1%

По городам

Екатеринбург	50,7%
Краснодар	50,4%
Новосибирск	49,6%
Санкт-Петербург	47,2%
Москва	46,1%

По продуктам

Дебетовая карта	64,7%
Автокредит	62%
Ипотека на квартиру	59,8%
Льготная ипотека и дом	54,2%
Рефинансирование кредита	53,6%
Кредитная карта	52,4%

Называют вместе с

Доля ответов с брендом, где упомянут и этот

Альфа-Банк	63,6%
Сбер	62%
Т-Банк	56,9%
Совкомбанк	30%
Газпромбанк	25,3%
ПСБ	20,1%

Какие сайты цитируют

Доля ответов с брендом, где есть ссылка на сайт

vtb.ru официальный сайт	52,1%
tbank.ru Сайты банков	30,4%
banki.ru Агрегаторы	28,4%
sravni.ru Агрегаторы	24,3%
alfabank.ru Сайты банков	23,8%
sberbank.ru Сайты банков	19%

Основано на 8 100 ответах среза, бренд назван в 3 954.

Альфа-Банк

41,7%	0,3%	10,2%	40,6%
ответов называют бренд	советуют только его	доля голосов (SoV)	с ним ссылаются на его сайт

По нейросетям

Google AI Overview с чатом	57,6%
DeepSeek	47,7%
ChatGPT	39,8%
Perplexity	32,3%
Поиск с Алисой с чатом	31,1%

По городам

Екатеринбург	44%
Краснодар	43,7%
Москва	41,5%
Новосибирск	40%
Санкт-Петербург	39,3%

По продуктам

Кредитная карта	59,3%
Дебетовая карта	58,2%
Зарплатный проект	52,7%
Кредит для бизнеса	52,4%
Счёт для бизнеса	51,3%
Эквайринг и приём платежей	47,3%

Называют вместе с

Доля ответов с брендом, где упомянут и этот

ВТБ	74,5%
Т-Банк	65,8%
Сбер	63,7%
Совкомбанк	30,5%
Газпромбанк	24,8%
ПСБ	21,1%

Какие сайты цитируют

Доля ответов с брендом, где есть ссылка на сайт

alfabank.ru официальный сайт	39,3%
vtb.ru Сайты банков	35,9%
tbank.ru Сайты банков	31,7%
banki.ru Агрегаторы	28,8%
sravni.ru Агрегаторы	26,8%
sberbank.ru Сайты банков	19,2%

Основано на 8 100 ответах среза, бренд назван в 3 377.

Т-Банк

41,2%	0,4%	10,1%	54,8%
ответов называют бренд	советуют только его	доля голосов (SoV)	с ним ссылаются на его сайт

По нейросетям

Google AI Overview с чатом	54,2%
DeepSeek	46,7%
ChatGPT	38,5%
Поиск с Алисой с чатом	37%
Perplexity	29,8%

По городам

Краснодар	43,6%
Москва	43,4%
Екатеринбург	42,8%
Новосибирск	38,3%
Санкт-Петербург	38%

По продуктам

Дебетовая карта	61,3%
Счёт для бизнеса	56,4%
Инвестиции и ИИС	55,6%
Автокредит	52,4%
Переводы и платежи	52,4%
Премиальное обслуживание	50,9%

Называют вместе с

Доля ответов с брендом, где упомянут и этот

ВТБ	67,4%
Альфа-Банк	66,5%
Сбер	58,8%
Совкомбанк	27,5%
Газпромбанк	20,9%
ПСБ	17,6%

Какие сайты цитируют

Доля ответов с брендом, где есть ссылка на сайт

tbank.ru официальный сайт	53,9%
vtb.ru Сайты банков	36%
alfabank.ru Сайты банков	28,1%
banki.ru Агрегаторы	27,8%
sravni.ru Агрегаторы	24,5%
sberbank.ru Сайты банков	22,7%

Основано на 8 100 ответах среза, бренд назван в 3 340.

Сбер

40,8%	0,3%	10%	41,3%
ответов называют бренд	советуют только его	доля голосов (SoV)	с ним ссылаются на его сайт

По нейросетям

Google AI Overview с чатом	61,9%
DeepSeek	60,1%
Perplexity	33,5%
Поиск с Алисой с чатом	29,8%
ChatGPT	18,7%

По городам

Новосибирск	43,2%
Екатеринбург	42,3%
Краснодар	41,2%
Москва	40%
Санкт-Петербург	37,3%

По продуктам

Переводы и платежи	57,8%
Ипотека на квартиру	54,4%
Льготная ипотека и дом	47,1%
Кредитная карта	46,7%
Зарплатный проект	45,1%
Инвестиции и ИИС	44,9%

Называют вместе с

Доля ответов с брендом, где упомянут и этот

ВТБ	74,2%
Альфа-Банк	65,1%
Т-Банк	59,4%
Совкомбанк	26,1%
Газпромбанк	24,2%
ПСБ	18,2%

Какие сайты цитируют

Доля ответов с брендом, где есть ссылка на сайт

sberbank.ru официальный сайт	31,8%
vtb.ru Сайты банков	30,9%
banki.ru Агрегаторы	30,3%
tbank.ru Сайты банков	29,4%
sravni.ru Агрегаторы	27%
alfabank.ru Сайты банков	19,4%

Основано на 8 100 ответах среза, бренд назван в 3 304.

Совкомбанк

20%	0,2%	4,9%	49,4%
ответов называют бренд	советуют только его	доля голосов (SoV)	с ним ссылаются на его сайт

По нейросетям

Perplexity	23,1%
DeepSeek	20,2%
Google AI Overview с чатом	20,1%
ChatGPT	20,1%
Поиск с Алисой с чатом	16,7%

По городам

Новосибирск	22%
Екатеринбург	21,4%
Краснодар	20,4%
Москва	19%
Санкт-Петербург	17,4%

По продуктам

Кредит наличными	50,7%
Автокредит	45,1%
Рефинансирование кредита	44,7%
Ипотека на квартиру	34,4%
Кредитная карта	31,6%
Кредит для бизнеса	24,9%

Называют вместе с

Доля ответов с брендом, где упомянут и этот

ВТБ	73,2%
Альфа-Банк	63,4%
Т-Банк	56,6%
Сбер	53,2%
Газпромбанк	27,9%
ПСБ	23,1%

Какие сайты цитируют

Доля ответов с брендом, где есть ссылка на сайт

sovcombank.ru официальный сайт	47,4%
banki.ru Агрегаторы	37,6%
sravni.ru Агрегаторы	36,7%
vtb.ru Сайты банков	35,4%
alfabank.ru Сайты банков	23,7%
tbank.ru Сайты банков	23,4%

Основано на 8 100 ответах среза, бренд назван в 1 623.

ВЗГЛЯД ОТРАСЛИ

Что говорят эксперты

Комментарии практиков GEO и аналитиков о том, что результаты исследования значат для банков и агентств.

Для меня главный вывод исследования: масштаб бизнеса сам по себе не обеспечивает лидерство в ответах нейросетей. Банку нужно отдельно работать над тем, в каких ситуациях его рекомендуют и на основании какой информации. Можно хорошо выглядеть по совокупности запросов и почти отсутствовать в ответах про конкретный продукт.

Показателен разброс у Сбера: 61,9% ответов с упоминанием в Google AI Overview и 18,7% в ChatGPT. Поэтому оценивать присутствие банка по одной нейросети или среднему показателю нецелесообразно. Я бы смотрел связку «продукт — задача клиента — город — нейросеть». Она позволяет перейти от общего показателя к конкретным задачам: какие условия раскрыть на сайте, каких сравнений не хватает, где актуализировать информацию.

Вторая полезная часть — источники. Для GEO это исследование надо расценивать как основание работать одновременно с собственным сайтом и внешними площадками. На сайте нужны понятные условия, тарифы, ограничения, ответы на вопросы клиентов. На агрегаторах — актуальные карточки и корректное описание продуктов. Участвовать в исследованиях, премиях и рейтингах. И я бы не стал на основании доли ссылок СМИ в этом исследовании сокращать PR-бюджет. Исследование измеряет цитирование, но не весь вклад публикаций в узнаваемость, репутацию и продажи.



Роман Ковалёв
GEO-эксперт, совладелец рекламного агентства «Ковалёвы»

Сбер теряет лидерство в рекомендациях? Данные исследования позволяют ответить точнее: лидерство у Сбера брендовое, а не продуктовое.

Из 18 продуктов Сбер лидирует в двух: переводы и страхование. При этом называют его почти в каждом втором ответе — 40,8%. Банк знают. Но знают как бренд, а не как ответ на конкретный вопрос.

Причина простая. Для нейросети бренд и продукт — разные сущности. «Сбер» она знает из тысяч источников. А «банк для рефинансирования» собирает заново — из тех источников, где эта задача описана. В графе знаний это разные узлы, и масштаб бренда между ними не переносится.

Это хорошо видно в разрезе по нейросетям, который дает исследование. Google AI называет 4,7 бренда в ответе — Сбер там в 62% случаев. Алиса называет 2,9 — Сбер в 30%. ChatGPT 3,5 — в 19%. Где нейросеть перечисляет, Сбер есть. Где выбирает — его нет.

Наш замер это подтверждает с другой стороны. Сентябрь-октябрь, пилот по потребительским кредитам у банка из первой пятерки исследования. 10 запросов, 7 нейросетей, 70 ответов. Было 8 сентября: банк в 35 ответах, первым — в 17. Стало 9 октября: в 44 ответах, первым — в 29. По одному продукту — 62,86%, тогда как у лидеров сводной таблицы по 18 продуктам — от 41 до 49%. Доля в нейросетях — свойство не банка, а того, что спросили. И за месяц нейросети разъехались: ChatGPT с 2 ответов до 5, Perplexity с 6 до 4. Разрез по нейросетям здесь важнее итогового рейтинга.

Отдельно отмечу, что исследование дает для одного банка три метрики: видимость 40,8%, доля голосов 10%, единственная рекомендация — около нуля. Это честнее одной цифры. И это ровно та развилка, с которой сейчас работает рабочая группа по качеству цифровых данных в нейросетях и GEO: какую из них рынку считать результатом.

Когда мы делали пилот, главная сложность оказалась не в площадках, а в самих условиях продуктов. Написали, что у банка самый большой лимит, — а у конкурента 40 млн против наших 30, и аргумент пришлось убрать. В рефинансировании сравнили с обычным кредитом, а не с программой рефинансирования. Срок от трех месяцев подали как преимущество — он есть еще у двух банков. Все это переделывали. Нейросеть ошибку не фильтрует, она ее тиражирует. Поэтому рекомендацию усилить карточки на banki.ru я бы дополнил шагом перед ней: продукт должен быть описан одинаково везде, откуда модель его возьмет. Тогда усиление сработает.



Василий Жарков
GEO-эксперт, руководитель агентства NeuroReach

Я обращу внимание как ИИ формирует свои ответы.

В ответах Алисы в среднем упоминается 2,9 банка, а в DeepSeek — уже 6,2. При этом Google AI Overview только в 0,1% случаев даёт единственную рекомендацию. Фактически нейросети чаще выступают не в роли консультанта, который выбирает один лучший банк, а формируют список альтернатив.

И здесь возникает интересный вопрос, который я уже поднимал, что недостаточно просто попасть в список, в ответ ИИ, как мы привыкли мерить. На мой взгляд — нет. Одно дело, когда нейросеть упоминает банк среди пяти возможных вариантов, и совсем другое — когда выделяет его как наиболее подходящий под конкретную задачу пользователя, объясняет преимущества и аргументирует свой выбор.

Отдельно обратил бы внимание на тональность. В исследовании мы видим, что 54,9% ответов имеют положительную окраску. Но если нейросеть одинаково хорошо отзывается обо всех участниках рынка, позитивное упоминание перестаёт быть конкурентным преимуществом. Значение приобретает содержание рекомендации: какие сильные стороны бренда выделены, насколько корректно описаны условия и есть ли убедительные аргументы в пользу выбора.

Поэтому я считаю, что рынку GEO предстоит постепенно переходить от измерения простого присутствия бренда к оценке качества его рекомендаций. Видимость останется базовым показателем, но сама по себе она не отвечает на главный вопрос бизнеса: помогает ли присутствие в нейросетях пользователю сделать выбор в пользу компании?



Владимир Назаров
GEO-эксперт, основатель сообщества и премии GEOMI, руководитель агентства Head Promo

Это очень классное исследование! Оно позволяет изучить все аспекты нейроответов на примере конкретного рынка банковских продуктов.

В первую очередь мы смотрим на видимость брендов — за это бизнес готов платить. На чём основан конкретный ответ обычно мало кого волнует. Я всегда изучаю структуру источников информации: какие типы источников, СМИ, форматы и даже период написания статей. Например, тут оказалось, что некоторые ответы даны с использованием материалов 10-, 20- и даже 30-летней давности — самые старые статьи — «Коммерсант» за 1992 и 1994 года! Причём вопросы были о том, где менять валюту и какой банк выбрать сегодня. За тридцать с лишним лет изменились и состав рынка, и продукты, и правила работы с валютой — части банков уже давно не существует. Авторитет издания легко спутать с достоверностью — ссылка на «Коммерсант» сама по себе не гарантирует актуальность самого нейроответа.

В маркетинговых исследованиях мы различаем первое спонтанное упоминание марки и её знание в целом. Аналогично в ответах ИИ можно измерять Top of AI-mind — частоту первого упоминания бренда. ВТБ лидирует по общей упоминаемости (48,8% ответов), однако по Top of AI-mind значительно уступает Сберу: 11,7% против 19,2%. Для маркетинга и коммуникаций это разные характеристики конкурентной позиции, которые важно разделять.

Ещё одно преимущество таких исследований — возможность оценить видимость на разных стадиях условного CJM — важно понимать, на каких этапах пути клиента виден наш бренд и с какими конкурентами мы делим «нейрополе», сохраняется ли присутствие по мере приближения клиента к решению: когда он уточняет комиссии, проверяет требования и готовится подать заявку. Такой анализ помогает выстраивать коммуникационную и маркетинговую стратегию с учётом информационных потребностей и барьеров выбора на каждом этапе.

У нас, как у участников ассоциации GEO-агентств, есть и просветительская задача — развивать исследовательскую ИИ-грамотность, разрабатывать методологию таких исследований, поднимать вопросы качества и ответственности перед участниками рынка.



Павел Мтиулишвили
генеральный директор исследовательского агентства DataLab, эксперт по аналитике соцмедиа и AI-видимости

Первое место в офлайне не гарантирует первого места в нейросетях! У Сбера 44,2% рынка вкладов, а по частоте упоминаний в 8 100 ответах о банковских продуктах он оказался 4. Даже в ответах о вкладах и накопительных счетах по доле упоминаний лидирует ВТБ.

Конкуренция за клиента начинается с вопроса, в котором ещё нет названия бренда. Человек спрашивает, где открыть вклад, и получает список вариантов. Если вашего банка в нём нет, клиент может выбрать конкурента, так и не зайдя на ваш сайт. В статистике сайта такой потери не видно.

Всем компаниям, особенно лидерам рынка, пора работать с нейросетями как с каналом привлечения клиентов (GEO). По каждому важному продукту регулярно проверяйте, кого называют разные модели и какие источники они цитируют. В нашем исследовании около 25% ссылок вели на агрегаторы. Поэтому важно обновлять условия и на своём сайте, и на внешних площадках, откуда нейросети берут информацию.



Дмитрий Севальнев
евангелист Пиксель Тулс, эксперт в области GEO

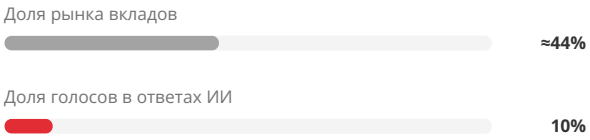
Инсайты: что важно вынести из исследования?

Каждый инсайт превращается в конкретную задачу по продвижению в нейросетях. Примеры — на реальных разрывах исследования.

ПРОБЕЛ БРЕНДА

Сбер: −34 п.п. к офлайн-полке

Сбер держит ≈44% рынка вкладов, но его доля голосов (SoV) в ответах ИИ — 10%. Задача — усилить источники, которые уже цитируют нейросети: карточки на banki.ru и sravni.ru, собственные рейтинговые страницы.



−34 п.п.

разрыв между рынком и AI-полкой

ПРОБЕЛ БРЕНДА

Ипотека — вотчина ВТБ

ВТБ лидирует в «Ипотеке» (16,3% SoV) и «Автокредите» (14,4%). Конкурентам — строить локальные ипотечные страницы с чёткими ставками и условиями, которые модель легко перескажет.

16,3%
SoV ВТБ в «Ипотеке»

14,4%
SoV ВТБ в «Автокредите»

ИСТОЧНИК

banki.ru цитируют почти как сайт лидера

2 563 ответа со ссылкой — второе место после vtb.ru и больше, чем у сайтов остальных банков. На агрегаторы приходится 25,9% всех ссылок: присутствие на них не менее важно, чем собственный сайт.

2 563
ответа со ссылкой на banki.ru

ИСТОЧНИК

Деловые СМИ — редкий источник

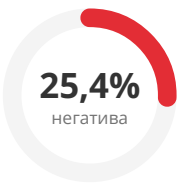
СМИ — лишь 8,8% ссылок. Классический PR до AI-выдачи доходит слабо; бюджет выгоднее перекладывать в структурированный контент и собственные площадки.

8,8%
ссылок — на СМИ

ТОНАЛЬНОСТЬ

Поиск с Алисой — самый критичный контур

25,4% негативных ответов — больше, чем у других нейросетей (в среднем 21,7%). Для репутационных кейсов важно чистить источники, которые читает именно Алиса: отзовики и свежие новости.



ТОНАЛЬНОСТЬ

Позитив не выделяет бренд

Модели хвалят всех подряд: больше половины ответов звучат позитивно, поэтому «тихий» бренд не выделяется. Дифференциация — через конкретику, которую модель может усвоить.

54,9%
ответов звучат позитивно

РОСТ КОНКУРЕНТА

Локальные банки пробиваются

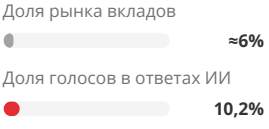
Банк Санкт-Петербург — №2 в СПб (11,3% SoV). Региональная игра с локальной семантикой заходит в выдачу быстрее федеральной кампании.

№2
в Санкт-Петербурге · 11,3% SoV

РОСТ КОНКУРЕНТА

Альфа-Банк переоценён в ИИ

Альфа-Банк держит ≈6% рынка вкладов, а его доля голосов (SoV) в ответах — 10,2%, в 1,6 раза выше полки. Модель охотно «знает» Альфа-Банк в кредитных картах, кредитах для бизнеса и зарплатных проектах.



×1,6
AI-полка выше рыночной

ОТКРЫТЫЕ ДАННЫЕ

Скачайте сырые данные исследования

Все ответы нейросетей и их разметка — чтобы проверить выводы или посчитать свои срезы. Продукт, город и интент — в листе prompts, ответы связаны с ним по prompt_id.

`answers`	Полный текст каждого ответа: нейросеть, волна, статус, явная рекомендация
`mentions`	Все бренды из ответа: написание как в тексте и каноническое имя
`citations`	Каждая ссылка: URL, домен, тип источника, официальный сайт
`aliases`	Справочник написаний и канонических имён
`prompts`	Все запросы исследования: текст, продукт, город и интент

Файлы исследования скачиваются на странице:

ai.pixeltools.ru/issledovaniya/issledovanie-bankov-2026

* — при использовании данных исследования активная ссылка на источник обязательна