

Исследование:

КАК РОССИЙСКИЕ
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ
ИСПОЛЬЗУЮТ
НЕЙРОПОИСК В 2025 ГОДУ

В 2025 году нейропоиск — один из ключевых инструментов цифровой экосистемы. В его основе лежат **нейросетевые технологии**: они анализируют запросы пользователей, контекст, историю и дают готовый релевантный ответ. Если еще несколько лет назад такие решения воспринимались как экспериментальные, сегодня они становятся массовым продуктом, встроенным в поисковые системы — “Яндекс” и Google.

Количество информации растет, времени на изучение ссылок у пользователя все меньше. И здесь нейропоиск способен помочь: **отфильтровать шум и вывести на первый план значимые данные**. Пользователи все чаще ожидают, что поиск будет “понимать” их так же, как человек. Запросы становятся длиннее и сложнее, требования к ответу — все строже.



Сервис маркетинговых исследований Anketolog.ru и агентство [Markway](https://Markway.ru) в сентябре 2025 года провели исследование и выяснили, как пользователи используют нейропоиск. В опросе приняли участие 2000 человек — жителей городов-миллионников.

КЛЮЧЕВЫЕ ДАННЫЕ:

■ **100% респондентов** знают о нейропоиске и хотя бы раз им пользовались. Это говорит о высокой степени проникновения технологии.

■ **Главным сервисом** для нейропоиска является **“Яндекс” (86,7%)**. Google используют 35%, а все прочие площадки – не более 4%.

■ **Чаще всего** нейропоиск применяется для поиска общей информации, инструкций и рецептов, репутационных запросов и образовательных целей.

■ **Каждый шестой** респондент применяет нейропоиск ежедневно.

■ **Большинство (56,9%)** считают, что нейропоиск экономит время.

■ После получения ответа от нейропоиска **27,8% пользователей** принимают его как окончательный.

■ **Отказаться полностью** от классического поиска готовы лишь **16,2%**. Каждый десятый не доверяет нейропоиску и предпочитает старый формат. Остальные комбинируют оба инструмента.

НАСКОЛЬКО АКТИВНО ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИСПОЛЬЗУЮТ НЕЙРОПОИСК

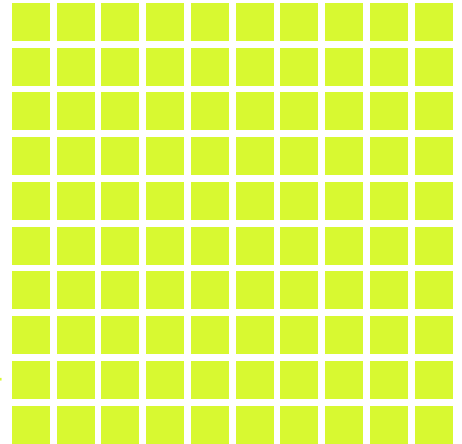
ВЫ КОГДА-ЛИБО ПОЛЬЗОВАЛИСЬ
НЕЙРОПОИСКОМ?

☒ Да ☐ Нет

markway

Анкетолог

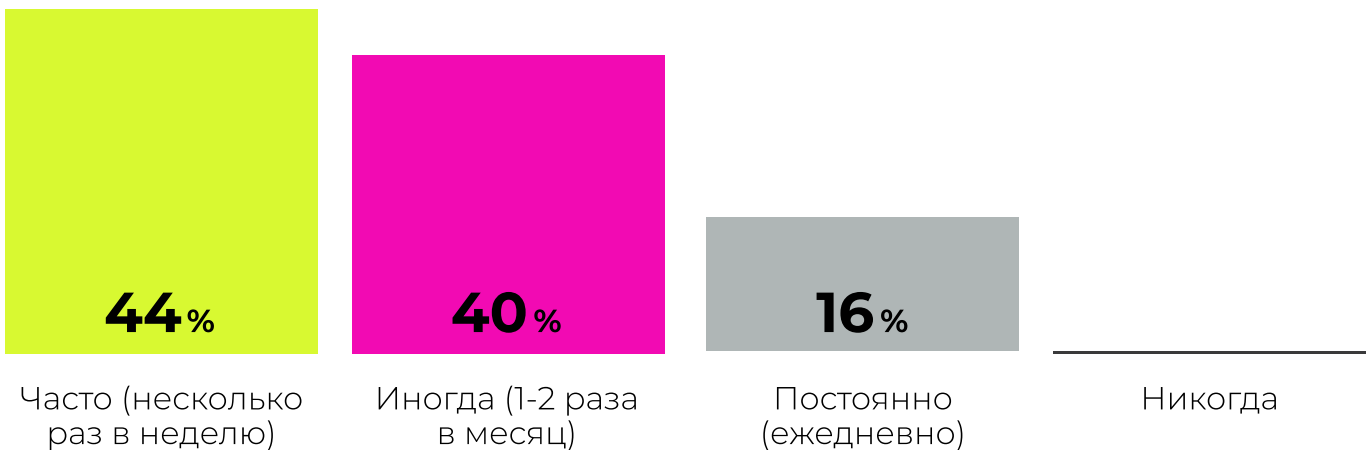
100%



КАК ЧАСТО ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ
НЕЙРОПОИСК?

markway

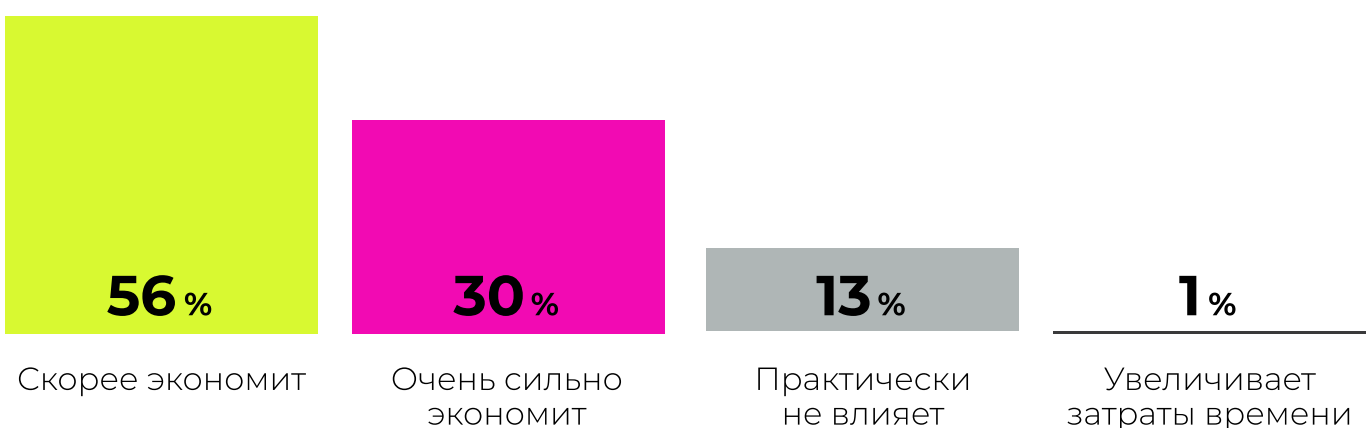
Анкетолог



НАСКОЛЬКО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
НЕЙРОПОИСКА ЭКОНОМИТ ВАШЕ ВРЕМЯ
ПРИ ПОИСКЕ ИНФОРМАЦИИ?

markway

Анкетолог



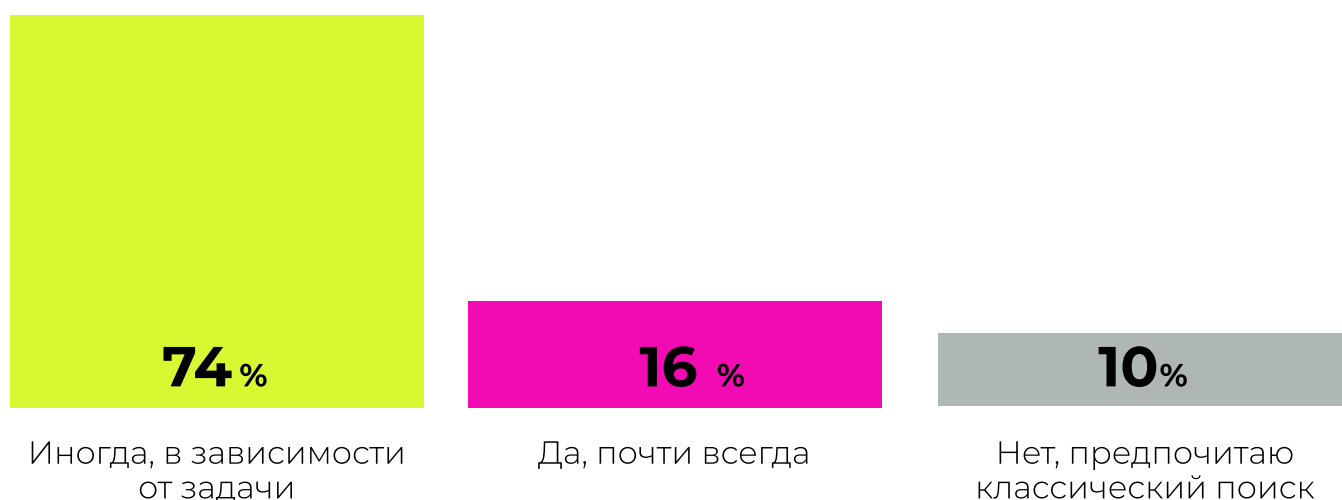
Пользователи уже активно включили нейропоиск в свои цифровые привычки. Чаще всего им пользуются несколько раз в неделю — так ответили **44% респондентов**. Ежедневное использование пока встречается реже, но и таких пользователей оказалось немало — **16%**.

Таким образом, технология уверенно вышла за рамки “экспериментов”. Она стала частью повседневных практик и фактически перешла в категорию мейнстрима: **100% опрошенных** знакомы с нейропоиском и пробовали его на практике.

При этом ключевым фактором принятия технологии стала экономия времени. **Более половины (56,9%)** отмечают, что нейропоиск помогает работать быстрее, еще **30%** считают влияние значительным.

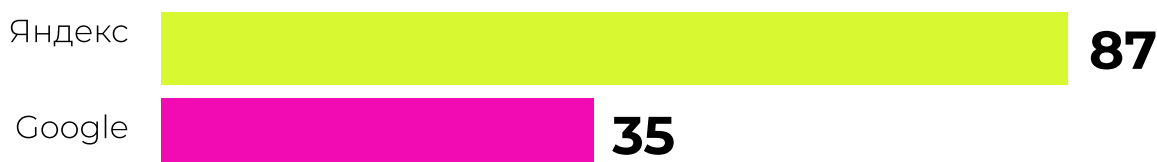
ИСПОЛЬЗУЕТЕ ЛИ ВЫ НЕЙРОПОИСК ВМЕСТО КЛАССИЧЕСКОГО ПОИСКОВИКА?

markway

 Анкетолог

НЕЙРОПОИСК КАКИХ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ?

markway

 Анкетолог

*Множественный выбор, представлены наиболее популярные варианты ответа.

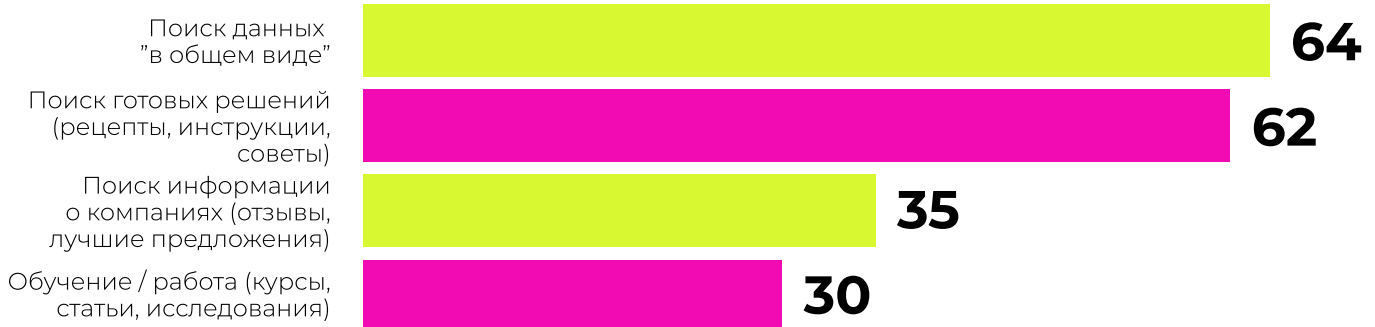
Пользователи не склонны делать радикальный выбор между классическим поиском и нейропоиском. **Только 16%** полностью доверяют исключительно нейропоиску, а **10% остаются верны привычному формату**. Подавляющее большинство респондентов ориентируется на конкретные задачи и комбинирует оба инструмента. Это подтверждает, что нейропоиск пока не вытесняет классический поиск, а скорее расширяет его возможности.

Главной площадкой для работы с нейропоиском выступает “Яндекс”: его используют **87% опрошенных**. На втором месте Google — **35%**. Такое распределение почти полностью совпадает с рыночной картиной: в России “Яндекс” уверенно лидирует, Google удерживает вторую позицию, а остальные игроки заметного влияния не имеют.

В КАКИХ СЛУЧАЯХ ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ НЕЙРОПОИСК ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ?

markway

Анкетолог

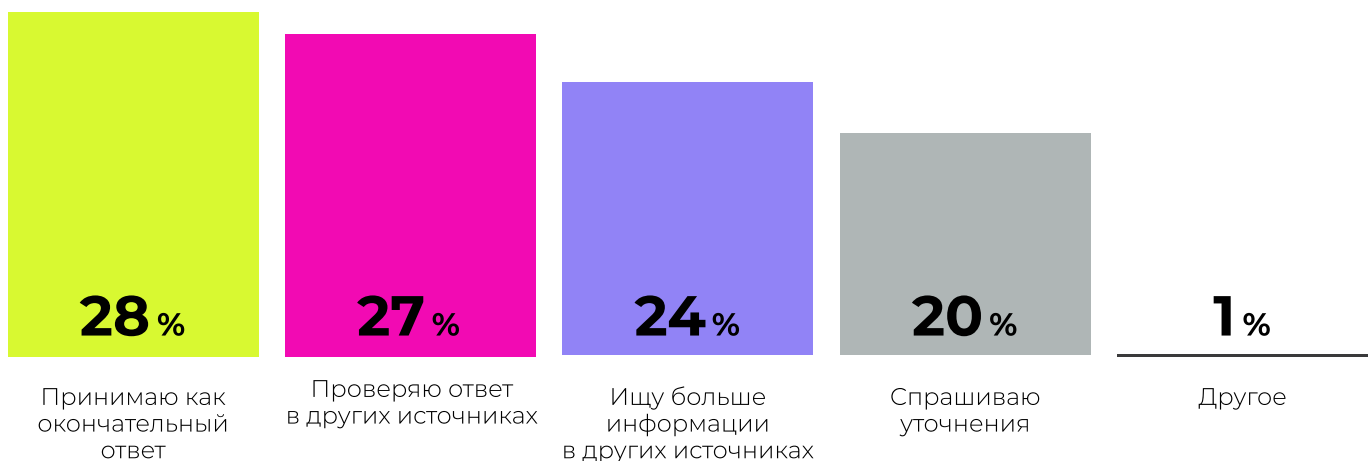


*Множественный выбор, представлены наиболее популярные варианты ответа.

ПОСЛЕ ОТВЕТА НЕЙРОПОИСКА ВЫ ОБЫЧНО...

markway

Анкетолог



Нейропоиск чаще всего используют для поиска общей информации — так ответили **64% респондентов. На втором месте** стоят практические задачи: советы, инструкции и рецепты (**62%**). Существенная часть аудитории применяет его и для репутационных запросов: поиск отзывов, информации о компаниях и выгодных предложениях (**35%**). То есть нейропоиск востребован в самых разных сценариях — от бытовых до профессиональных.

При этом доверие к результатам остается неоднозначным. Только **28% пользователей** принимают ответ нейропоиска как окончательный. Почти столько же предпочитают перепроверить его в других источниках.

Такая осторожность объяснима: пользователи ценят скорость и удобство нейропоиска, но все еще не воспринимают его как единственный источник истины. Для них это скорее **“первый помощник”** — инструмент для быстрого старта, а окончательные выводы они предпочитают делать, опираясь на дополнительные данные.

Для компаний это означает новый уровень требований к репутации в онлайн. Недостаточно просто обновить информацию на официальном сайте: **нейросети используют десятки источников одновременно**. Ошибка или неточность, попавшая хотя бы в один из них, может многократно тиражироваться в персонализированных ответах пользователям.

ОБРАЩАЕТЕ ЛИ ВЫ ВНИМАНИЕ НА ССЫЛКИ И ИСТОЧНИКИ, КОТОРЫЕ ПРЕДЛАГАЕТ НЕЙРОПОИСК?

■ Да ■ Нет

19%

81%

markway

Анкетолог

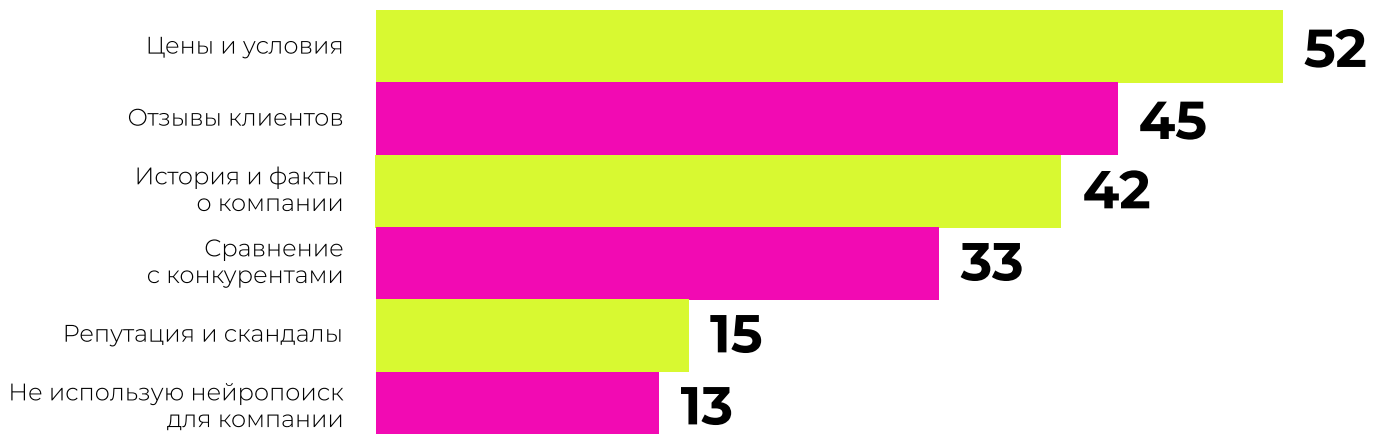
Пользователи активно обращают внимание на источники, которые предлагает нейропоиск. Для большинства важно понимать, откуда берется информация: **81% респондентов** проверяют ссылки, и лишь каждый пятый готов полностью довериться ответу без дополнительной верификации. Это говорит о здоровом скепсисе аудитории: нейропоиск воспринимается скорее как навигатор к релевантным ресурсам, чем как конечная истина.

Такая динамика имеет важные последствия. Во-первых, ускорение потребления контента означает, что репутационные кризисы могут разворачиваться гораздо быстрее, и компании должны действовать проактивно, а не реагировать постфактум. Во-вторых, растут требования к качеству информации: пользователи, экономящие время, ждут быстрых и точных ответов, а любая неточность в источниках способна мгновенно распространиться через нейросети.

НАСКОЛЬКО ГЛУБОКО ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИСПОЛЬЗУЮТ НЕЙРОСЕТЬ для ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ О КОМПАНИЯХ

КАКИЕ ИМЕННО ВОПРОСЫ ВЫ ЧАЩЕ ВСЕГО ЗАДАЕТЕ О КОМПАНИЯХ В НЕЙРОПОИСКЕ?

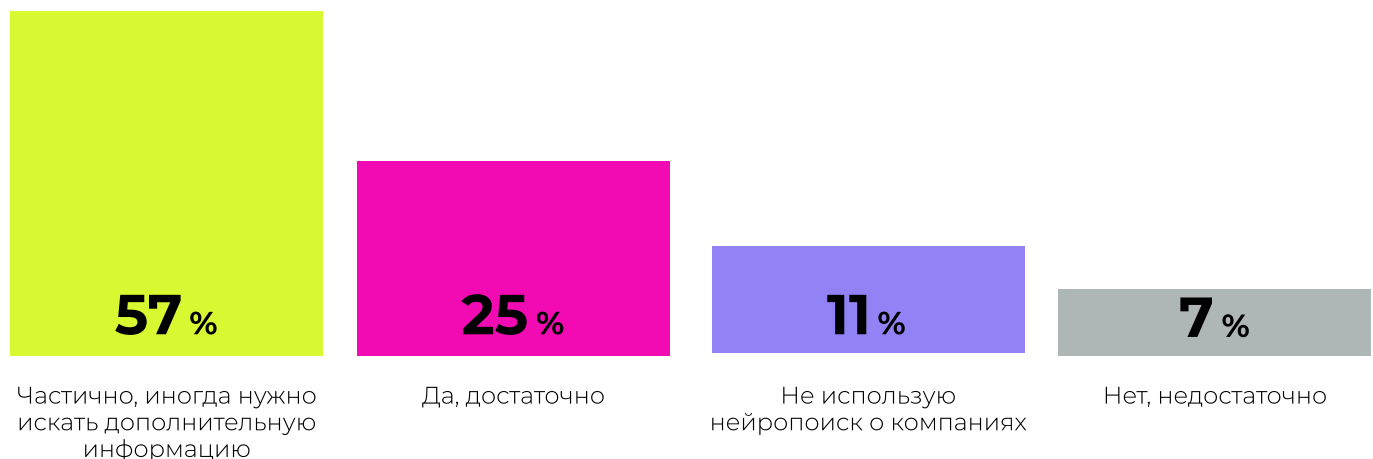
markway

 Анкетолог

*Множественный выбор, представлены наиболее популярные варианты ответа.

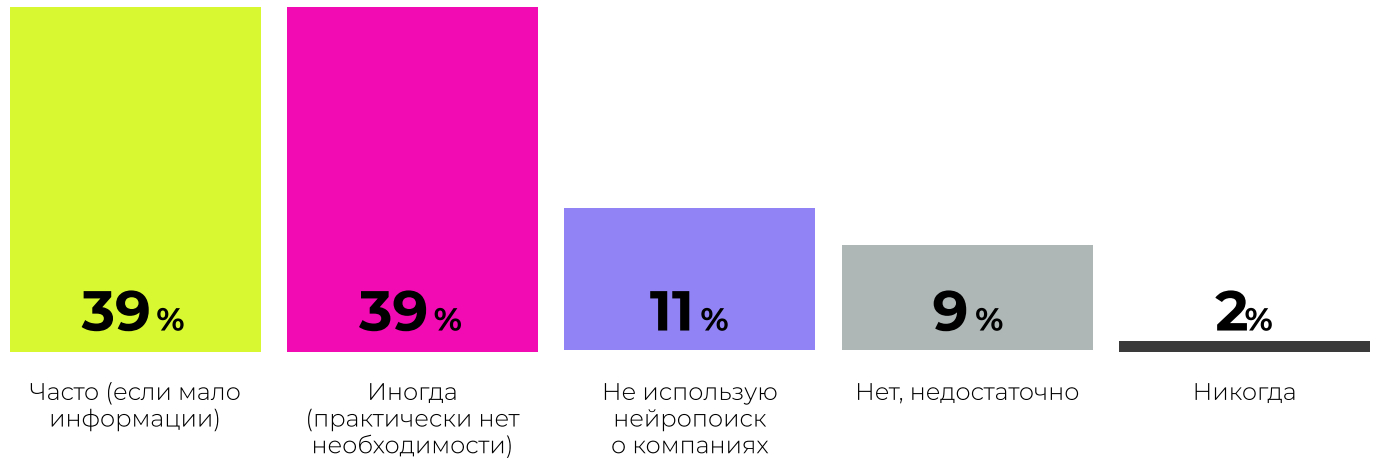
ДОСТАТОЧНО ЛИ ВАМ ИНФОРМАЦИИ О КОМПАНИЯХ В ОТВЕТАХ НЕЙРОПОИСКА?

markway

 Анкетолог

КАК ЧАСТО ВАМ НУЖНО КОНКРЕТИЗИРОВАТЬ ЗАПРОС О КОМПАНИИ ПОСЛЕ ОТВЕТА НЕЙРОПОИСКА?

markway

 Анкетолог

При запросах о компаниях пользователи интересуются прежде всего практическими вещами. **На первом месте — цены и условия (52%)**. Почти так же важны отзывы других клиентов **(45%)** и базовая информация об истории компании **(42%)**.

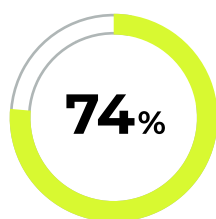
Таким образом, нейропоиск в первую очередь используется как инструмент для получения четкой и структурированной информации: понять, сколько стоит, что говорят клиенты и как выглядит компания на фоне конкурентов. По сути, пользователи повторяют те же шаги, что и в классическом поиске, но экономят время за счет более быстрых и концентрированных ответов ИИ.

Однако важно учитывать, что далеко не всегда информации от нейропоиска достаточно. **Более половины респондентов (57%)** признаются, что им приходится искать дополнительные данные. Полностью довольны ответами лишь **25%**.

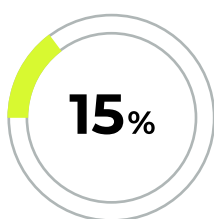
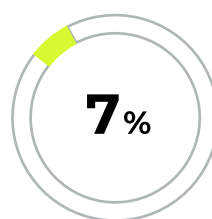
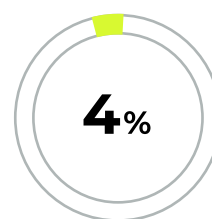
Фактически нейропоиск дает хорошую отправную точку, но не всегда закрывает запрос целиком. Для компаний это сигнал, что работа с информацией должна быть проактивной. Нужно не только размещать цены и условия, но и управлять отзывами, создавать прозрачную и понятную историю бренда, а также готовить контент для уточняющих запросов.

ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НЕЙРОПОИСК ПОЛЕЗЕН
ДЛЯ ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ О КОМПАНИИ?

markway

 Анкетолог


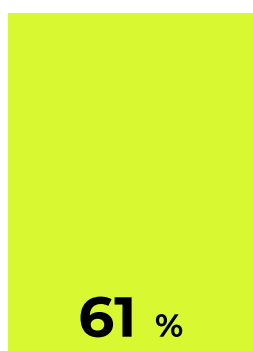
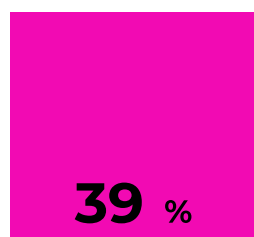
Да

Затрудняюсь
ответитьНе использую
нейропоиск
о компаниях

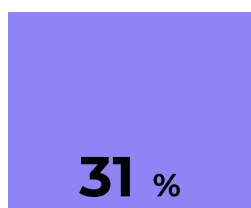
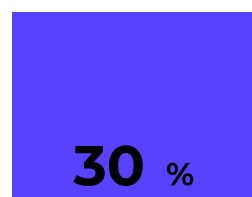
Нет

КОГДА ВЫ ИЩЕТЕ ИНФОРМАЦИЮ О КОМПАНИИ
ЧЕРЕЗ НЕЙРОПОИСК, ЧТО ДЛЯ ВАС ВАЖНО?

markway

 Анкетолог
Полнота
информации

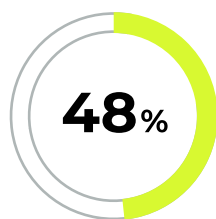
Подробные детали

Краткий итог
("хорошо/плохо")Разнообразие
мненийНе использую
нейропоиск
о компаниях

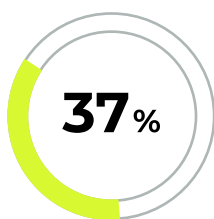
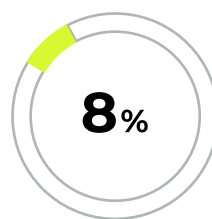
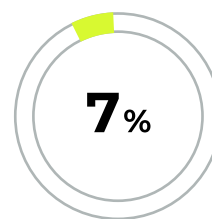
*Множественный выбор, представлены наиболее популярные варианты ответа.

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НЕЙРОПОИСК ОБЪЕКТИВЕН
В ОТНОШЕНИИ КОМПАНИЙ И БРЕНДОВ?

markway

 Анкетолог


Да

Затрудняюсь
ответитьНе использую
нейропоиск
о компаниях

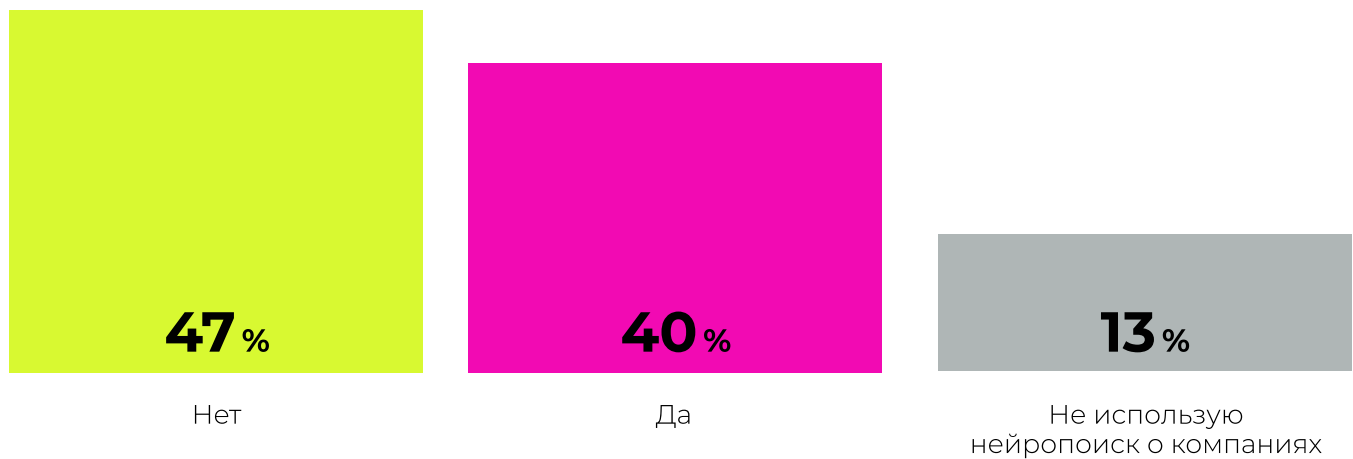
Нет

Большинство опрошенных (74%) считают нейропоиск полезным инструментом для поиска информации о компаниях. На первом месте стоит полнота данных. Вторым важным фактором оказываются подробные детали. Часть респондентов ценит краткие итоги и разнообразие мнений.

Отдельный вопрос касается доверия. **Почти половина респондентов** считают нейропоиск объективным. Но более трети затрудняются с оценкой — для них работа алгоритмов остается “черным ящиком”. **Только 7–8%** пользователей уверены, что нейропоиск необъективен или просто не используют его в этом формате.

ИЗМЕНЯЛОСЬ ЛИ ВАШЕ МНЕНИЕ О ПРОДУКТЕ/ КОМПАНИИ ПОСЛЕ ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ НЕЙРОПОИСК?

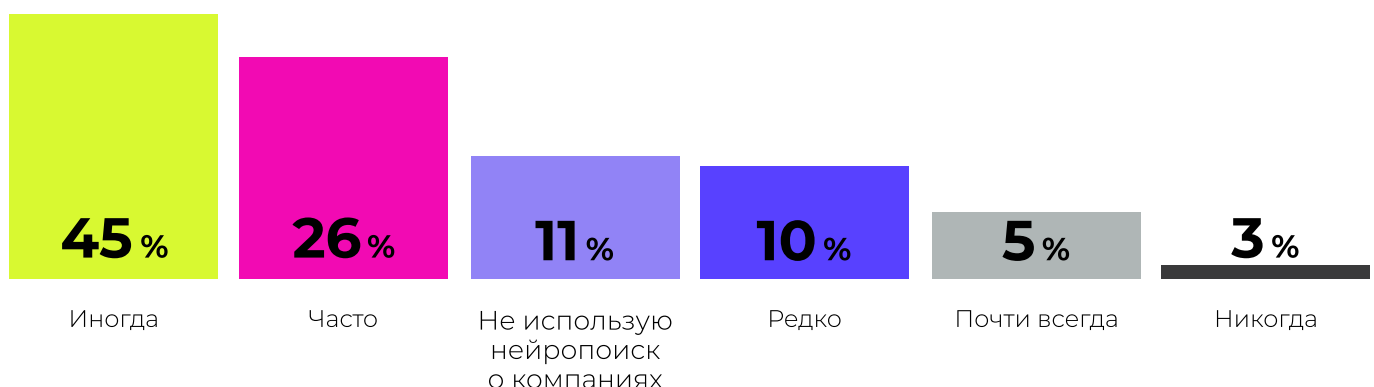
markway

 Анкетолог


Влияние не является тотальным, но его нельзя игнорировать. **Почти половина (47%)** не меняла своего мнения. Это может означать, что нейропоиск либо подтверждал их существующую точку зрения, либо не предоставлял достаточно веских аргументов для ее изменения.

ПОСЛЕ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ НЕЙРОПОИСК, КАК ЧАСТО ВЫ СОВЕРШАЕТЕ ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ (ПОКУПКА, ЗАКАЗ УСЛУГИ, ПОДПИСКА)?

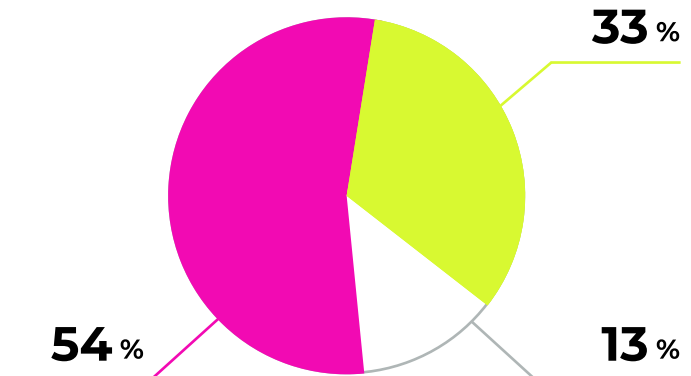
markway

 Анкетолог


СЛУЧАЛОСЬ ЛИ ВАМ ОТКАЗЫВАТЬСЯ ОТ ПОКУПКИ/СОТРУДНИЧЕСТВА ИЗ-ЗА ОТВЕТА НЕЙРОПОИСКА?

- Да
- Нет
- Не использую нейропоиск о компаниях

markway

A Анкетолог


Нейропоиск напрямую влияет на потребительские решения. Для **76.6% пользователей** (сумма категорий “Почти всегда”, “Часто” и “Иногда”) информация, полученная через нейропоиск, хотя бы иногда приводит к целевому действию (покупка, заказ, подписка). Это доказывает, что нейропоиск — это не только справочный инструмент, а рабочий канал, интегрированный в воронку продаж.

Канал демонстрирует высокий потенциал для конверсии. Тот факт, что **каждый третий пользователь (31.6%)** совершает действие часто или почти всегда, указывает на высокую эффективность нейропоиска в качестве катализатора решений для значительной части аудитории.

Для каждого третьего пользователя (32,8%) негативная информация в нейропоиске становилась прямой причиной отказа от покупки или сотрудничества. Это значит, что вопрос репутации перестает быть абстрактным и напрямую связан с финансовыми потерями.

Нейропоиск фактически **выступает “стоп-фактором” в воронке продаж**. Он не только помогает принять решение, но и способен отсеять потенциальных клиентов еще на этапе выбора. Потеря почти трети сделок из-за одного канала — это серьезный риск для любого бизнеса.

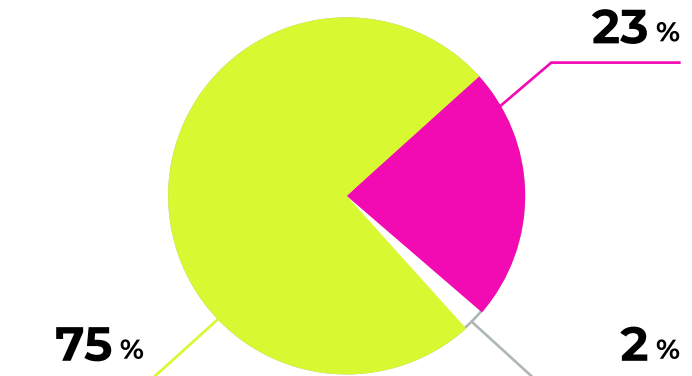
Даже если **большинство пользователей (54,2%)** не сталкивались с подобной ситуацией, сам факт, что треть аудитории готова отказаться от компании под влиянием негативной информации в нейропоиске, говорит о высокой уязвимости.

НАСКОЛЬКО ЛЮДИ ДОВЕРЯЮТ РЕЗУЛЬТАТАМ НЕЙРОПОИСКА

НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ ОТВЕТАМ НЕЙРОПОИСКА?

- ☒ Частично доверяю, но после сопоставления с другими источниками
- ☐ Полностью доверяю
- ☐ Не доверяю

markway

 Анкетолог

КАКИМ ФАКТОРАМ ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО ПРИ ОЦЕНКЕ ИНФОРМАЦИИ, СГЕНЕРИРОВАННОЙ НЕЙРОПОИСКОМ?

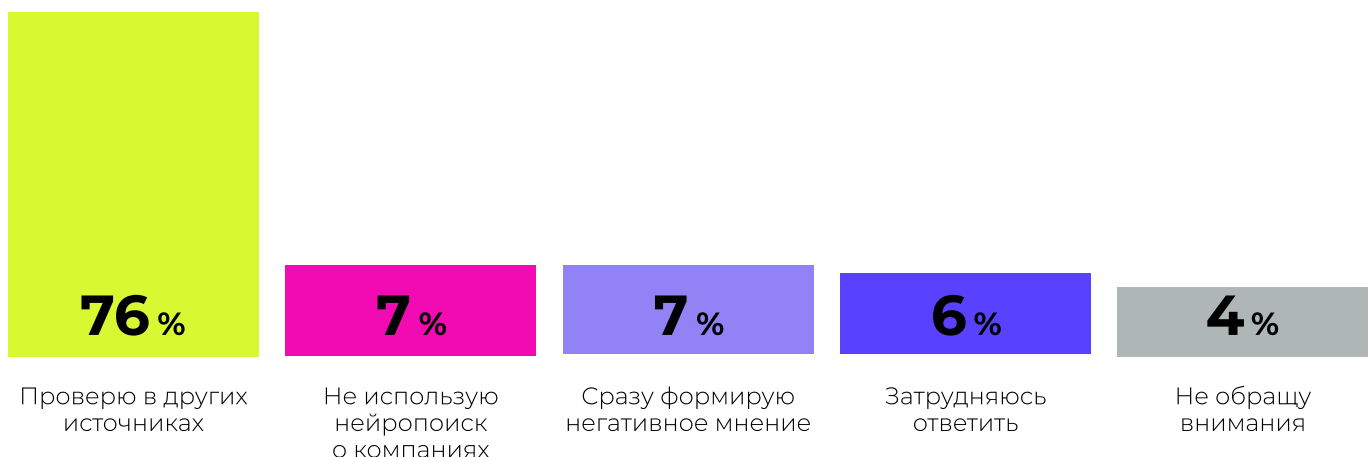
markway

 Анкетолог

*Множественный выбор, представлены наиболее популярные варианты ответа.

ЕСЛИ НЕЙРОПОИСК ДАЛ ОТРИЦАТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О КОМПАНИИ, КАК ВЫ ПОСТУПИТЕ?

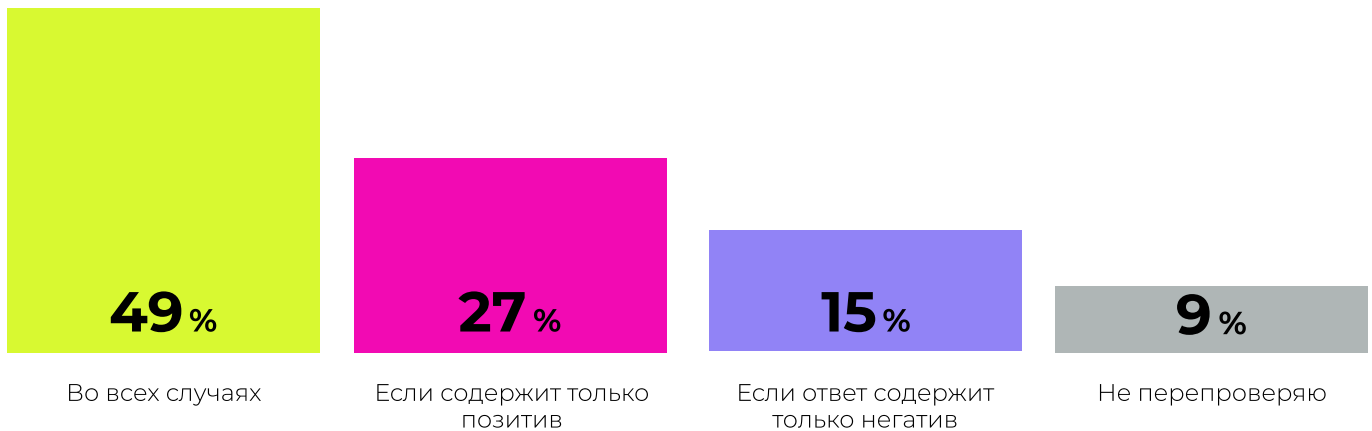
markway

 Анкетолог

В КАКИХ СЛУЧАЯХ ВЫ ПЕРЕПРОВЕРЯЕТЕ ИНФОРМАЦИЮ ОТ НЕЙРОПОИСКА?

markway

Анкетолог



Люди воспринимают нейропоиск скорее как удобный помощник, чем как источник абсолютной истины. Большинство доверяют ответу только тогда, когда находят подтверждение в других источниках. Полностью положиться на ИИ готовы лишь **23% пользователей**.

Фактически у аудитории выработалась модель “доверяй, но проверяй”. Самым важным критерием доверия остается совпадение информации с тем, что уже известно из других каналов (**68%**). **На втором месте** — наличие ссылок на источники (**47%**), что делает ответы более прозрачными.

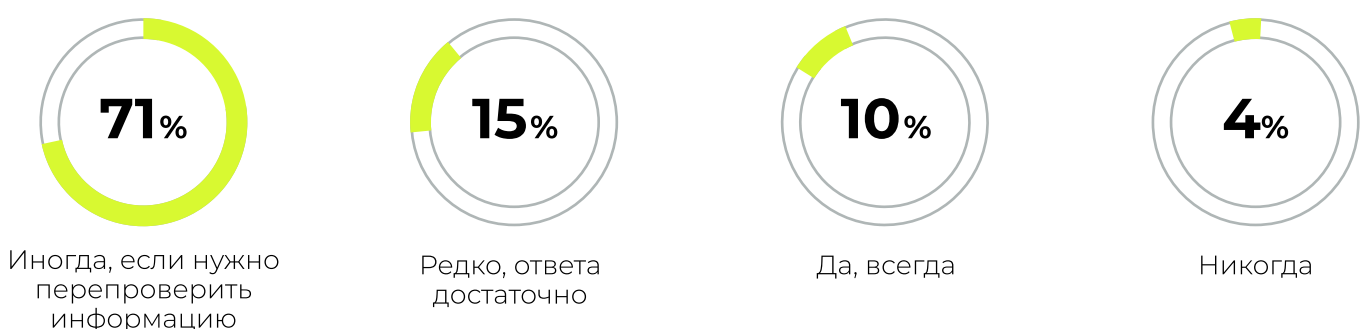
Особенно интересно, как люди реагируют на негативные ответы нейропоиска. **Три четверти в** этом случае идут проверять информацию дальше. Такая реакция показывает: пользователи осторожны и не готовы доверять исключительно одной картине.

Отдельно стоит отметить, что **почти половина респондентов (49%)** всегда перепроверяют ответы ИИ независимо от их содержания. Часть пользователей особенно настороженно относятся к исключительно положительным отзывам: отсутствие негатива вызывает подозрения и ассоциации с “накруткой”.

ПЕРЕХОДИТЕ ЛИ ВЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПО ССЫЛКАМ, КОТОРЫЕ ПРЕДЛАГАЕТ НЕЙРОПОИСК?

markway

Анкетолог



Большинство пользователей переходят по дополнительным ссылкам из нейропоиска только тогда, когда считают это нужным. По сути, все зависит от ситуации: иногда ответа хватает, а иногда хочется убедиться и посмотреть подробнее.

ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ СТАЛКИВАТЬСЯ С СИТУАЦИЕЙ, КОГДА ИНФОРМАЦИЯ ИЗ НЕЙРОПОИСКА ОКАЗАЛАСЬ НЕДОСТОВЕРНОЙ ИЛИ ВВОДЯЩЕЙ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ?

Да Нет

52%

48%

markway

А Анкетолог

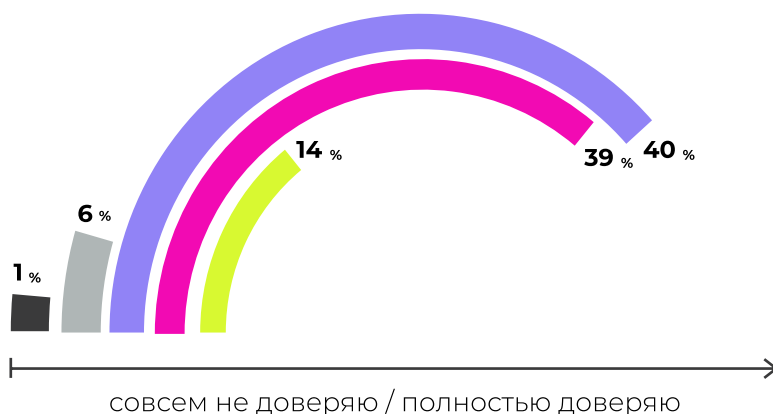
Люди ценят его за скорость и удобство, однако в ситуациях, где важна стопроцентная точность, они все еще чаще обращаются к классическому поиску.

На практике это выглядит так: **нейропоиск используют, когда нужен быстрый обзор или общее понимание темы**, а привычный поиск — для детальной проверки и принятия серьезных решений.

Для компаний это значит одно: **нельзя делать ставку только на один канал**. Нужно работать и с классическим поиском (SEO), и с нейропоиском — обеспечивая структурированные, полные и достоверные ответы, которые ИИ сможет корректно подхватить и показать пользователю.

НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ ОТВЕТАМ НЕЙРОПОИСКА?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5



markway

А Анкетолог

Большая часть респондентов принимает нейропоиск, как источник информации о репутации компании, но не доверяет ему на все 100%. Гораздо меньшее количество людей занимает радикальные позиции: либо полностью доверяет ИИ, либо относится к этому функционалу с полным недоверием.

Задача: следить за тем, чтобы первичный “снимок” бренда в нейропоиске был максимально корректным и полным. Для большинства это важный сигнал, даже если не окончательный.

Результаты исследования показывают, что нейропоиск перестает быть нишевым явлением и воспринимается все более естественно. Однако перед разработчиками и сервисами стоят важные вызовы: необходимо объяснять пользователям, как именно работает технология, повышать доверие к результатам поиска и делать интерфейсы максимально прозрачными и удобными. Только так можно обеспечить массовое принятие и сформировать культуру использования новых инструментов.

**Анкетолог**

Сервис маркетинговых исследований Anketolog.ru. Конструктор анкет и онлайн-панель из 370 000 респондентов для сбора ответов от 24 часов.

markway

Markway — агентство № 1 по управлению репутацией в сети (Рейтинг Рунета 2023). Запускаем для бизнеса маркетинговые интеграции с нуля, непрерывно адаптируясь к рынку. Специализируемся на ORM / SERM / PR / SMM / продвижению на маркетплейсах и разрабатываем индивидуальные стратегии продвижения для каждой отрасли бизнеса.