TRHOVÝ PRIESKUM · GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION

Google AI Overviews: kto v zdravotníctve získa odporúčanie AI

Kompletná mapa ôsmich zdravotníckych segmentov v odpovediach Google AI Overviews. 7 575 platných meraní počas siedmich dní, vyše 1 300 citovaných domén. Vrátane detailného rozpisu, ktorý hráč v ktorom segmente ovláda citačný priestor, a praktického playbooku, ako sa doň dostať.

60,7 %

meraní malo aktívnu AI odpoveď

8

zdravotníckych segmentov českého trhu

1 311

unikátnych domén sa objavilo v citáciách AI

Market.Brand.Grow.

GEO · SEO · PPC, postavené na dátach
Vlastné meranie AIO, český trh, júl 2026
8 segmentov · 175 dopytov · 7 575 platných meraní

Obsah štúdie

Trinásť kapitol: manažérske zhrnutie, kontext a metodika, sedem prierezových zistení, osem segmentových profilov, praktický playbook a limity štúdie.

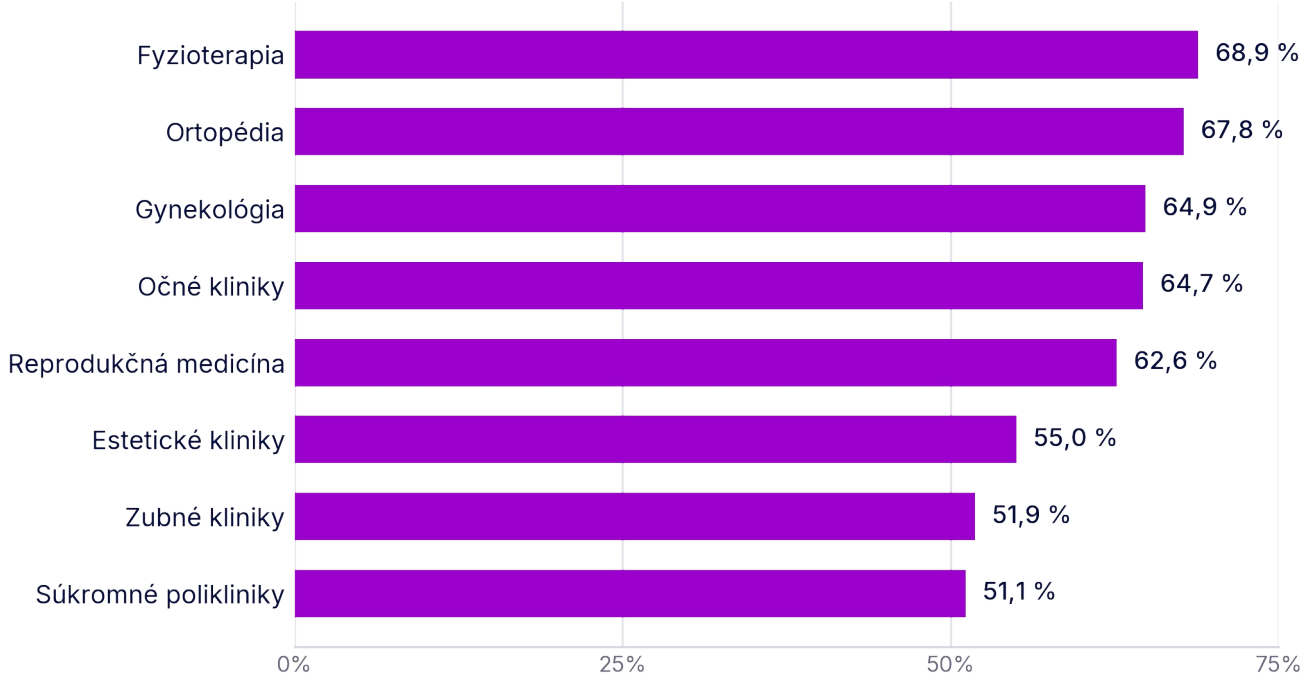
1	Manažérske zhrnutie	3
2	Nová bojová línia: odpoveď, nie odkaz	5
3	Ako sme merali	7
4–10	Sedem prierezových zistení naprieč segmentmi (Zistenie 1 až 7)	9
11	Profily ôsmich segmentov trhu	25
12	Playbook: čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie	42
13	Metodická poznámka a limity	44

Ako čítať túto štúdiu

Kapitoly 4–10 sú spoločné pre celý trh a platia bez ohľadu na váš segment. Kapitola 11 rozoberá každý z ôsmich segmentov samostatne. Ak vás zaujíma iba váš trh, môžete rovno na profil svojho segmentu. Kapitola 12 zhŕňa odporúčania do šiestich krokov, ktoré platia naprieč všetkými.

1 Manažérske zhrnutie

Zákaznícke správanie sa mení aj v zdravotníctve. Keď ľudia hľadajú lekára, kliniku alebo cenu zákroku, čoraz častejšie nedostanú desať modrých odkazov, ale jednu vygenerovanú odpoveď. Túto štúdiu sme postavili na 7 575 platných meraniach naprieč ôsmimi segmentmi českého zdravotníctva od zubných klinik po reprodukčnú medicínu, aby sme presne ukázali, kde a komu AI dnes dáva hlas.



Graf 1. Podiel meraní s aktívnou AI odpoveďou podľa zdravotníckeho segmentu.

4 601
meraní s aktívnou AI odpoveďou zo 7 575 (60,7 %)

6,2
zdrojov cituje priemerná AI odpoveď

1 311
unikátnych domén sa objavilo v citáciách

1 Manažérske zhrnutie: sedem poznatkov

- **Aktivácia sa líši až o tretinu.** Od 51,1 % pri súkromných poliklinikách po 68,9 % pri fyzioterapii, v rovnakom mesiaci, na rovnakom trhu.

- **O aktivácii nerozhoduje odbornosť témy, ale zámer dopytu.** Cenové, informačné a „ako vybrať“ dopyty spúšťajú AI odpoveď v 82 až 90 % meraní, dopyty typu „odporuč mi“ len v 39 % a „kde“ v 51 %.

- **Koncentrácia trhu je v každom segmente iná.** Reprodukčná medicína má dominantného lídra (78,0 % odpovedí so zdrojmi), očné kliniky štyri domény nad 50 %, v ostatných segmentoch žiadna doména nepresiahne 44 %.

- **V jednom z ôsmich segmentov nevedie poskytovateľ starostlivosti.** Pri súkromných poliklinikách je najcitovanejším zdrojom štátna poisťovňa vzp.cz; v estetickej medicíne a ortopédii sú katalógy medzi dvoma najcitovanejšími zdrojmi.

- **Byť citovaný nie je to isté ako byť na prvom mieste.** Aj lídri segmentu sa v odpovediach, kde sú citovaní, umiestňujú na 1. mieste len v 8,0 až 52,0 % prípadov, zvyšok delia s ďalšími zdrojmi.

- **Netrhoví hráči sú malá časť citácií, no vedú jeden trh z ôsmich.** Katalógy, poisťovne a sociálne siete tvoria len 8,5 % citácií, no vzp.cz a firmy.cz sa objavujú v TOP 15 až štyroch segmentov.

- **Výsledky sa deň čo deň menia až o 15 percentuálnych bodov.** Jednorazový screenshot AI odpovede je takmer bezcenný: vzorka je postavená na opakovanom meraní 49-krát počas siedmich dní.

Čo z toho vyplýva

GEO nie je jedna disciplína pre celé zdravotníctvo: je to osem odlišných súbojov s odlišnými pravidlami. Kapitoly 4–10 rozoberajú sedem prierezových zistení, kapitola 11 profil každého segmentu a kapitola 12 prináša praktický playbook, ktorý viete aplikovať bez ohľadu na to, v ktorom segmente pôsobíte.

Metodická poznámka: meranie prebehlo výlučne na českom trhu (17. až 23. júla 2026), 175 dopytov × 49 časových meraní = 8 575 plánovaných pozorovaní, z toho 7 575 platných, s kompletným záznamom citovaných zdrojov tam, kde ich AI odpoveď obsahovala.

2 Nová bojová línia: odpoveď, nie odkaz

Prečo sa každé zdravotnícke zariadenie musí začať zaoberať tým, komu na jeho trhu dáva hlas umelá inteligencia vo vyhľadávaní.

Čo je AI Overview a prečo je to obchodná otázka

Google AI Overview (AIO) je vygenerovaná odpoveď, ktorú vyhľadávač zobrazí nad klasickými výsledkami. Umelá inteligencia ju poskladá z niekoľkých zdrojov, ktoré cituje menovite. Pre kliniku, ambulanciu alebo zdravotnícke zariadenie to mení pravidlá hry: kým doteraz ste bojovali o umiestnenie odkazu, dnes bojujete o to, či vás AI vôbec spomenie ako prameň svojej odpovede.

Ak áno, získavate viditeľnosť aj dôveryhodnosť posvätenú samotným Googlom, ešte pred prvým klikom. Ak nie, pacient dostane odpoveď bez vás a o vás sa nikdy nedozvie. Tento posun je dôvod, prečo vzniká nová disciplína: GEO (Generative Engine Optimization). Nenahrádza SEO, kladie naň novú vrstvu.

Prečo je to naliehavé práve v zdravotníctve

Zdravotnícke dopyty patria medzi najcitlivejšie zo všetkých: ľudia sa pýtajú na cenu zákroku, výber lekára aj na to, na čo si dať pozor. Pozícia v citačnom bloku AIO je pri takýchto rozhodnutiach súčasne cieľom aj dôkazom kompetencie. Zariadenie, ktoré sa v ňom objaví, získava podiel na pozornosti skôr, než konkurencia stihne zareagovať.

2 Prečo mapa ôsmich trhov, nie jeden audit

O AIO koluje množstvo generických odporúčaní a jednorazových auditov. My sme zvolili opačný prístup: vzali sme osem samostatných zdravotníckych trhov: zubné kliniky, estetickú medicínu, očné kliniky, ortopédiu, gynekológiu, reprodukčnú medicínu, fyzioterapiu a súkromné polikliniky, a každý sme merali opakovane počas siedmich dní (49 plánovaných meraní na dopyt).

Výsledkom nie je audit jednej firmy, ale mapa ôsmich odlišných trhov: kto v odpovediach vedie pri ktorom zámere, ako sú citácie koncentrované a kadiaľ vedú cesty do odporúčaní. Nasledujúce kapitoly prevádzajú siedmimi prierezovými zisteniami, ôsmimi segmentovými profilmi a končia praktickým playbookom.

Prečo je táto štúdia iná

Väčšina AIO analýz vznikne z jedného screenshotu jednej odpovede. Táto vznikla zo 7 575 platných nezávislých meraní naprieč ôsmimi segmentmi, siedmimi dňami a siedmimi časovými slotmi denne, čo umožňuje odlíšiť skutočný vzor od náhodnej výchylky jedného merania.

Osem segmentov v skratke

Segment	Aktivácia AIO	Unikátnych domén
Fyzioterapia	68,9 %	309
Ortopédia	67,8 %	253
Gynekológia	64,9 %	244
Očné kliniky	64,7 %	153
Reprodukčná medicína	62,6 %	119
Estetické kliniky	55,0 %	171
Zubné kliniky	51,9 %	165
Súkromné polikliniky	51,1 %	255

3 Ako sme merali

Transparentná metodika je základ dôveryhodnosti. Tu je presne to, čo sme spravili, aj to, čo dáta nedokážu.

Parameter	Hodnota
Skúmaný trh	České zdravotníctvo, 8 segmentov
Obdobie merania	17. až 23. júla 2026 (7 dní so záznamom)
Časové sloty	7 meraní denne (8:30 – 21:30), 49 plánovaných meraní na dopyt
Počet dopytov	175 spolu (po vylúčení 10 dopytov so zástupným textom), 20 až 23 na segment
Počet pozorovaní	7 575 platných meraní (dopyt × meranie) z 8 575 plánovaných; 1 000 meraní bez dát
Sledované metriky	aktivácia AIO · plný zoznam citovaných domén (kde ho AI odpoveď obsahovala)
Rozsah zdrojov	29 447 citácií po vylúčení odkazov na google.com (presmerovania aj searchviewer), 1 311 unikátnych domén

Segmenty skúmané v tejto štúdii

Zubné kliniky · Estetické kliniky · Očné kliniky · Ortopédia · Gynekológia · Reprodukčná medicína · Fyzioterapia · Súkromné polikliniky: osem trhovo aj klientsky odlišných segmentov zdravotnej starostlivosti, každý s vlastnou sadou 20 až 23 dopytov formulovaných tak, ako by ich položil skutočný pacient.

3 Rozpis meraní podľa segmentu

Segment	Dopytov	Meraní	Aktivácia	Unik. domén
Fyzioterapia	20	861	68,9 %	309
Ortopédia	22	934	67,8 %	253
Gynekológia	22	908	64,9 %	244
Očné kliniky	23	1013	64,7 %	153
Reprodukčná medicína	22	993	62,6 %	119
Estetické kliniky	22	949	55,0 %	171
Zubné kliniky	21	916	51,9 %	165
Súkromné polikliniky	23	1001	51,1 %	255

Čo tento dataset nevie

Meranie zachytáva, či sa AI odpoveď zobrazila a ktoré domény cituje. Nezachytáva plné znenie textu odpovede ani žiadnu jednu sledovanú značku: ide o trhovú mapu ôsmich segmentov, nie o audit konkrétneho klienta. Pri 285 zo 7 575 platných meraní sa AI odpoveď zobrazila, no bez použiteľného citačného zoznamu; v štatistike aktivácie ich počítame ako aktívne, do rebríčkov domén nevstupujú. Odkazy na google.com (presmerovania aj searchviewer; 6 267 z 35 714 citácií v platných meraniach, 17,5 %) sme z analýzy vylúčili, lebo nejde o zdroj tretej strany. Odpovede, ktoré mali len takéto odkazy, počítame ako aktívne bez zdrojov.

Čísla platia pre tento sedemdňový záber českého trhu v júli 2026 a nemajú sa čítať ako univerzálne konštanty. Univerzálne sú skôr vzory a mechanizmy: závislosť od zámeru, koncentrácia citácií, rola netrhových zdrojov, ktoré sa opakovane potvrdzujú aj v iných projektoch MBG naprieč slovenským aj českým trhom.

SEDEM PRIEREZOVÝCH ZISTENÍ

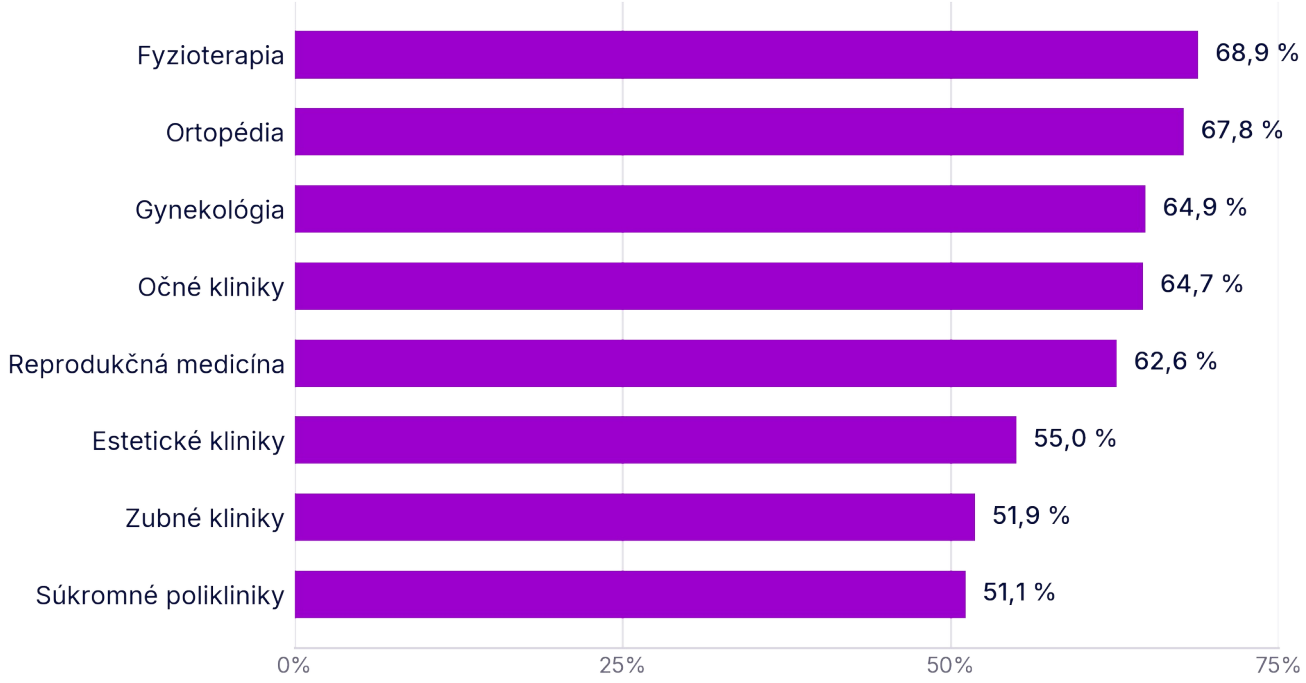
Čo naprieč ôsmimi trhmi platí rovnako, a čo je v každom úplne inak

Nasledujúcich sedem kapitol rozoberá dáta cez celý dataset: podľa segmentu, podľa zámeru dopytu, podľa koncentrácie citácií, podľa pozície v rebríčku aj podľa stability v čase.

4 Zistenie 1: aktivácia sa líši segment od segmentu

Rovnaký trh, rovnaký mesiac, rovnaká metodika, a napriek tomu takmer 18 percentuálnych bodov rozdielu v tom, ako často AI vôbec odpovie.

Naprieč celou vzorkou 7 575 platných meraní sa AI odpoveď zobrazila v 60,7 % prípadov. Priemer je však zavádzajúci: vzniká spriemerovaním ôsmich trhov, ktoré sa správajú výrazne odlišne. Fyzioterapia (68,9 %) a ortopédia (67,8 %) aktivujú AI odpoveď pri viac než dvoch tretinách dopytov, súkromné polikliniky (51,1 %) a zubné kliniky (51,9 %) len približne pri polovici.



Graf 2. Aktivácia AI Overviews podľa zdravotníckeho segmentu (zoradené vzostupne).

Kľúčová zákonitosť

Rozdiel medzi segmentmi nevzniká len tým, aké dopyty obsahujú. Aj pri rovnakom zámere (odporúčanie / výber) aktivuje AI odpoveď vo fyzioterapii v 64,1 % meraní, v zubných klinikách len v 12,1 %. Segment teda určuje správanie AI aj nezávisle od formulácie dopytu, podrobnejšie to ukazuje Zistenie 3.

4 Aktivácia AIO: kompletné čísla

Segment	Meraní	Aktívnych odpovedí	Aktivácia
Fyzioterapia	861	593	68,9 %
Ortopédia	934	633	67,8 %
Gynekológia	908	589	64,9 %
Očné kliniky	1013	655	64,7 %
Reprodukčná medicína	993	622	62,6 %
Estetické kliniky	949	522	55,0 %
Zubné kliniky	916	475	51,9 %
Súkromné polikliniky	1001	512	51,1 %

Tabuľka 1. Aktivácia AI Overviews podľa zdravotníckeho segmentu, zoradené od najvyššej aktivácie.

Praktický dôsledok pre plánovanie

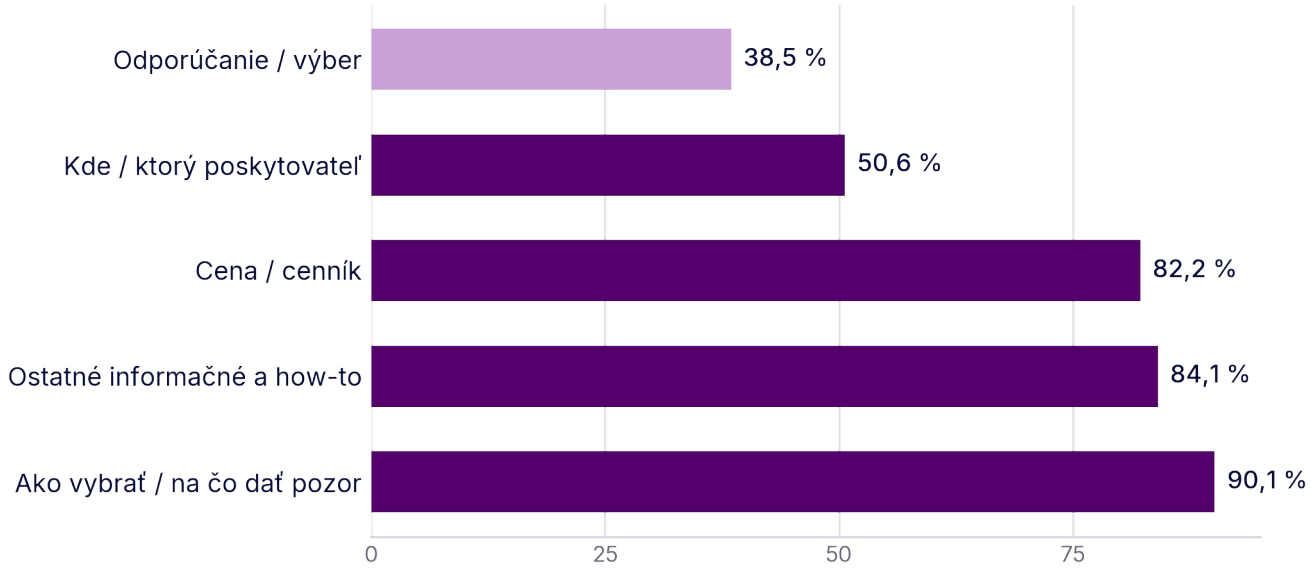
Rozpočet na GEO obsah sa neplánuje pre „zdravotníctvo“ ako celok, ale pre konkrétny segment a konkrétny typ dopytu. Segment s aktiváciou okolo polovice dopytov (súkromné polikliniky, zubné kliniky) potrebuje inú stratégiu (dôraz na klasické SEO, lokálny profil, recenzie) než segment nad 65 % (fyzioterapia, ortopédia), kde sa oplatí bojovať priamo o citáciu hĺbkovým obsahom.

Prepojenie medzi aktiváciou a typom (zámerom) dopytu, ktoré tento rozdiel čiastočne vysvetľuje, rozoberá nasledujúce Zistenie 2.

5 Zistenie 2: zámer rozhoduje viac než odbornosť

Druhá vrstva pod segmentmi je zámer samotného dopytu, a tam je rozdiel ešte ostrejší než medzi segmentmi.

Keď sme všetkých 175 dopytov naprieč ôsmimi segmentmi zaradili podľa ich znenia do piatich zámerov, vzorec sa opakuje nezávisle od toho, či ide o zuby, oči alebo kĺby. Dopyty, pri ktorých si AI myslí, že má syntetizovať vysvetlenie (cena, postup, na čo si dať pozor), aktivujú odpoveď vo viac než štyroch z piatich prípadov. Dopyty, pri ktorých AI usúdi, že používateľ chce zoznam poskytovateľov na výber, aktivuje len v polovici (kde / ktorý poskytovateľ: 50,6 %) alebo v menej než dvoch z piatich (odporúčanie / výber: 38,5 %).



Graf 3. Aktivácia AI Overviews podľa zámeru dopytu, naprieč všetkými ôsmimi segmentmi.

5 Prečo zámer rozhoduje o tom, či AI vôbec odpovie

Zámer dopytu	Meraní	Aktivácia AIO
Ako vybrať / na čo dať pozor	274	90,1 %
Ostatné informačné a how-to	955	84,1 %
Cena / cenník	2008	82,2 %
Kde / ktorý poskytovateľ	1900	50,6 %
Odporúčanie / výber	2438	38,5 %

Tabuľka pod Grafom 3: presné počty platných meraní a aktivácia pre všetkých 175 dopytov, zoradené podľa aktivácie.

Prečo AI odpoveď „odporuč mi“ radšej vynechá

Pri dopytoch typu „doporuč mi nejlepší…“ alebo „ktorý… v Prahe“ Google často namiesto textovej AI odpovede zobrazí mapový alebo lokálny výpis, pravdepodobne preto, že používateľ chce porovnať viacero možností vizuálne, nie prečítať si syntézu (ide o náš výklad, nie o meranú hodnotu). Naopak pri cenových a „ako na to“ dopytoch model sebavedome skladá vysvetľujúcu odpoveď z odborného obsahu.

Dôsledok pre obsahovú stratégiu

Ak zdravotnícke zariadenie cieli marketingový rozpočet len na „buďte prvý v odporúčaní“, mieri práve tam, kde AI text najčastejšie ustupuje mapám a katalógom. Vyššia návratnosť GEO investície je pri cenníkových a poradenských témach, formátoch „koľko stojí“, „ako prebieha“, „na čo si dať pozor“, kde AI odpoveď vzniká najspoľahlivejšie a kde sa oplatí súťažiť o citáciu obsahom.

82–90 %

aktivácia pri cenových, „ako vybrať“ a informačných dopytoch

38,5–50,6 %

aktivácia pri „odporuč mi“ a „ktorý/kde“ dopytoch

6 Zistenie 3: krížový pohľad na segment a zámer

Zistenia 1 a 2 ukázali dva samostatné vzorce. Spolu odhaľujú, ktoré kombinácie segmentu a zámeru sú pre GEO obsah najzaujímavejšie.

Segment	Cena/cenník	Ako vybrať	Ostatné info	Kde/ktorý	Odporúčanie
Fyzioterapia	91,8 %	n/a	*88,3 %**	59,5 %	64,1 %
Ortopédia	90,7 %	*95,5 %**	*0,0 %**	49,0 %	71,4 %
Gynekológia	89,8 %	*91,5 %**	n/a	43,5 %	86,2 %
Očné kliniky	70,1 %	n/a	87,8 %	n/a	25,3 %
Reprodukčná medicína	93,4 %	*91,3 %**	88,3 %	60,9 %	13,5 %
Estetické kliniky	73,0 %	*89,0 %**	n/a	*79,4 %**	23,7 %
Zubné kliniky	80,5 %	*84,8 %**	*87,8 %**	*0,0 %**	12,1 %
Súkromné polikliniky	*93,3 %**	n/a	*91,3 %**	51,1 %	32,6 %

Tabuľka 2. Aktivácia AIO podľa segmentu a zámeru dopytu (n/a = kategória sa pri danom segmente nevyskytuje; * = nízka vzorka, menej než 100 platných meraní, hodnota je len orientačná a nevyvodzujeme z nej závery).

Čo sa oplatí zapamätať si z tejto tabuľky

Cenové dopyty aktivujú AI odpoveď vo všetkých segmentoch s dostatočnou vzorkou v 70–93 % prípadov. Je to najspoľahlivejšia vstupenka do citačného priestoru naprieč celým trhom. Odporúčacie dopyty sú slabé v piatich segmentoch z ôsmich (12–33 %: zubné kliniky, reprodukčná medicína, estetické kliniky, očné kliniky, súkromné polikliniky), no nie vo všetkých: pri fyzioterapii (64,1 %), ortopédii (71,4 %) a najmä gynekológii (86,2 %, takmer na úrovni cenových dopytov s 89,8 %) je aktivácia pri odporúčacích dopytoch vysoká.

93,4 %

najvyššia aktivácia v tabuľke (bez nízkych vzoriek): reprodukčná medicína × cena/cenník

12,1 %

najnižšia aktivácia v tabuľke (bez nízkych vzoriek): zubné kliniky × odporúčanie/výber

Reprodukčná medicína má najväčší vnútrosegmentový rozptyl v tabuľke: 80 percentuálnych bodov medzi cenovými (93,4 %) a odporúčacími dopytmi (13,5 %). Pre tento segment platí obsahová stratégia obzvlášť presne: cenové a informačné témy sú takmer istou cestou k citácii, odporúčacie málokedy.

7 Zistenie 4: každý segment má iných víťazov

Koncentrácia citácií je vo všetkých ôsmich segmentoch výrazná, ale vzorec koncentrácie je v každom úplne iný.

Segment	Líder v citáciách	Podiel	Typ zdroja	Charakter trhu
Reprodukčná medicína	pragueivf.com	78,0 %	Poskytovateľ	Dominantný líder. Ďalšie tri domény sú v 45–50 % odpovedí.
Očné kliniky	gemini.cz	70,0 %	Poskytovateľ	Koncentrovaný trh. Štyri domény sú v polovici a viac odpovedí.
Estetické kliniky	medicomclinic.cz	43,9 %	Poskytovateľ	Dvojica na čele. Katalóg estheticon.cz je tesne za ním (42,9 %).
Zubné kliniky	theclinic.cz	42,5 %	Poskytovateľ	Fragmentovaný. Nad 25 % sú ešte zubnipececb.cz, estoma-clinic.cz a m2stoma.cz.
Gynekológia	gynmedico.cz	28,2 %	Poskytovateľ	Fragmentovaný. Za ním štátna poisťovňa vzp.cz (18,7 %).
Fyzioterapia	roseta.cz	37,0 %	Poskytovateľ	Najširšia škála zdrojov. Najvyššia aktivácia AIO, najviac domén (309), bez dominantného víťaza.
Ortopédia	iscare.cz	24,3 %	Poskytovateľ	Najfragmentovanejší. Tri domény sú vyrovnané (24,3 / 23,5 / 23,5 %); znamylekar.cz je štvrtý.
Súkromné polikliniky	vzp.cz	31,2 %	Poisťovňa	Líder nie je klinika. Najsilnejšia klinika je atodamedical.cz (27,4 %).

Tabuľka 3. Zdroj citovaný v najviac odpovediach podľa segmentu, jeho podiel z odpovedí so zdrojmi (odpovede, v ktorých je doména citovaná aspoň raz) a typ zdroja.

Rozptyl medzi segmentmi je viac než trojnásobný

Od najkoncentrovanejšieho trhu (reprodukčná medicína, líder v 78,0 % odpovedí) po najfragmentovanejší (ortopédia, 24,3 %) je rozdiel v koncentrácii citácií viac než trojnásobný. Neexistuje jedna „správna“ miera koncentrácie GEO trhu v zdravotníctve: každý segment treba posudzovať samostatne, presne tak, ako to robí kapitola 11 tejto štúdie.

7 Kto väčšinou nevyhráva: dôsledky koncentrácie

Prekvapenie: v jednom segmente nevedie klinika

Pri súkromných poliklinikách je najčastejšie citovaným zdrojom štátna poisťovňa vzp.cz (31,2 %), nie poskytovateľ starostlivosti. V ostatných siedmich segmentoch vedie poskytovateľ, no katalógy a poisťovne sú tesne za ním alebo medzi top zdrojmi: estheticon.cz v estetickej medicíne (42,9 %), firmy.cz v ortopédii (23,5 %), vzp.cz v gynekológii (18,7 %). Pre zariadenie to znamená, že súperí aj s inštitúciami, ktoré nemožno obsahom „poraziť“, len obísť lepším profilom a väzbou naň.

Dôsledok pre riadenie obsahu

Reálny cieľ nie je „byť viditeľný v AI“ plošne, ale vybrať si segment a zámer, ktorý viete obsadiť, a byť v ňom citovaný takmer vždy. V najkoncentrovanejších trhoch (reprodukčná medicína, očné kliniky) sa noví hráči dostávajú dovnútra len systematickým, dlhodobo budovaným odborným obsahom. Vo fragmentovanom trhu (ortopédia, gynekológia) je priestor na vstup výrazne otvorenejší.

2/8
segmenty, kde líder dosahuje 70 % odpovedí a viac

1/8
segment, kde líder nie je poskytovateľ starostlivosti

2/8
segmenty, kde líder nedosahuje 30 % odpovedí, najviac priestoru na vstup

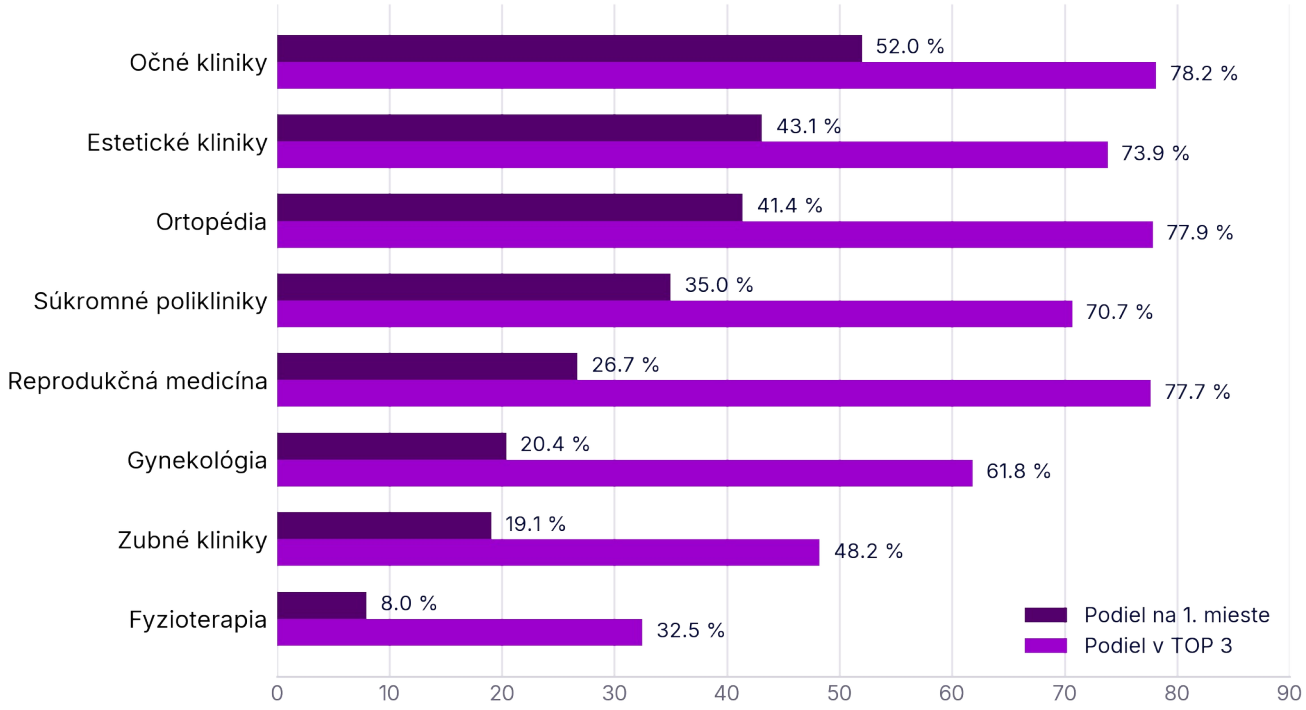
Ako si to overiť vo vlastnom segmente

- **Zistite si presný citačný rebríček svojho segmentu.** Kompletný rozpis pre všetkých osem segmentov je v kapitole 11 tejto štúdie.
- **Skontrolujte, či líder je klinika, katalóg alebo poisťovňa.** Typ lídra rozhoduje o tom, či súťažíte obsahom, alebo správou profilu.
- **Porovnajte svoj podiel citácií s podielom lídra.** V najkoncentrovanejších trhoch (reprodukčná medicína, očné kliniky) je priama súťaž o 1. miesto najmenej realistická cesta.

8 Zistenie 5: byť citovaný nie je to isté ako byť prvý

Zistenie 4 ukázalo, kto je najcitovanejší. Táto kapitola ukazuje niečo iné: na akom mieste citačného zoznamu sa daný líder reálne nachádza.

AI odpoveď zvyčajne cituje viacero zdrojov naraz (v priemere 6,2). „Najcitovanejšia“ doména z Tabuľky 3 sa teda nemusí objavovať na 1. mieste citačného zoznamu, môže sa opakovane vyskytovať aj na 3., 5. či 8. pozícii. Nasledujúci graf ukazuje, ako často sa top doména každého segmentu reálne umiestni na 1. mieste a ako často aspoň v TOP 3.



Graf 4. Podiel odpovedí s top doménou segmentu, v ktorých je na 1. mieste / v TOP 3 citačného zoznamu.

8 Pozícia v citačnom rebríčku: kompletné čísla

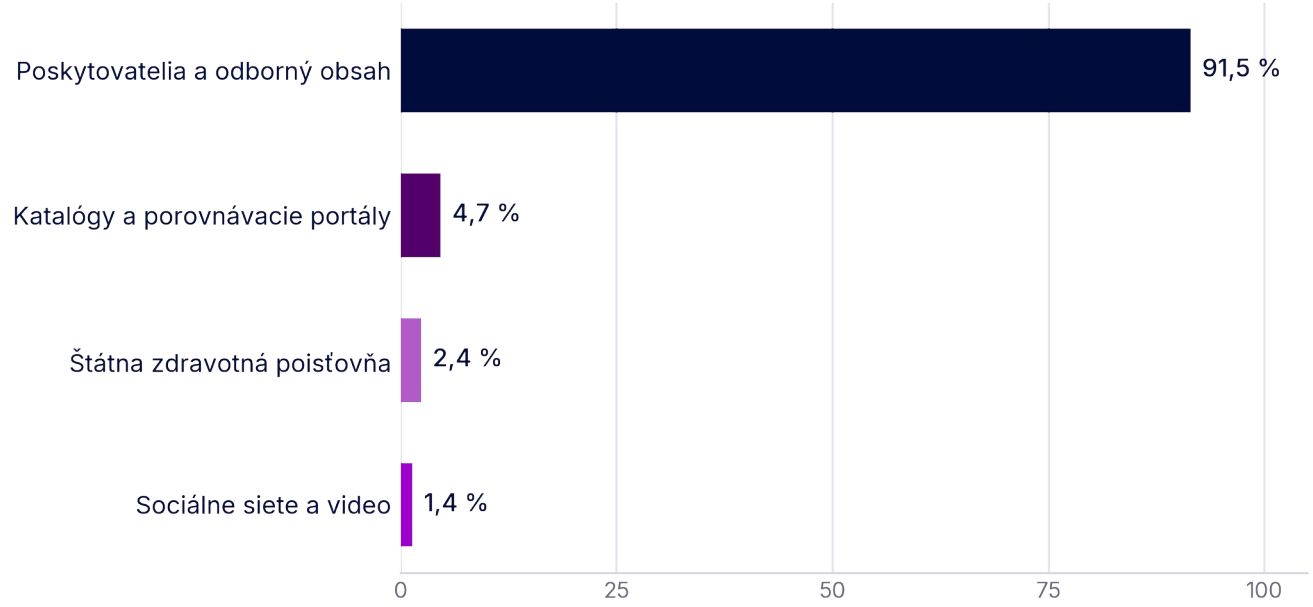
Segment	Top doména	Na 1. mieste	V TOP 3
Fyzioterapia	roseta.cz	8,0 %	32,5 %
Ortopédia	iscare.cz	41,4 %	77,9 %
Gynekológia	gynmedico.cz	20,4 %	61,8 %
Očné kliniky	gemini.cz	52,0 %	78,2 %
Reprodukčná medicína	pragueivf.com	26,7 %	77,7 %
Estetické kliniky	medicomclinic.cz	43,1 %	73,9 %
Zubné kliniky	theclinic.cz	19,1 %	48,2 %
Súkromné polikliniky	vzp.cz	35,0 %	70,7 %

Dôsledok pre GEO stratégiu

Aj v segmente, kde je vaša značka najcitovanejšia, máte reálne len 8,0 až 52,0 % šancu, že sa, ak ste v odpovedi citovaní, objavíte presne na 1. mieste konkrétnej odpovede, zvyšok si delíte s ďalšími zdrojmi na nižších pozíciách. Cieľom GEO obsahu preto nie je len „dostať sa do citácií“, ale opakovane sa objavovať v hornej časti zoznamu naprieč čo najväčším počtom variácií dopytu.

9 Zistenie 6: netrhoví hráči naprieč segmentmi

Naprieč všetkými ôsmimi segmentmi sa v citáciách opakovane objavujú tie isté typy zdrojov, ktoré nie sú konkurenčnou klinikou, a predsa vedia v niektorých segmentoch viesť.



Graf 5. Rozdelenie 29 447 citácií (po vylúčení odkazov na google.com) podľa typu zdroja, naprieč ôsmimi segmentmi.

Takmer deväť desatín citácií (91,5 %) smeruje na poskytovateľov starostlivosti a odborný obsah, to je priestor, o ktorý sa dá súťažiť obsahom a odbornosťou. Zvyšných 8,5 % patrí katalógom, poisťovniam a sociálnym sieťam; ich vplyv je však neúmerný podielu, lebo poisťovňa vzp.cz vedie súkromné polikliniky a katalóg estheticon.cz je druhý v estetickej medicíne.

91,5 %
poskytovatelia a odborný obsah

4,7 %
katalógy a porovnávacie portály

2,4 %
štátna zdravotná poisťovňa

1,4 %
sociálne siete a video

9 Opakujúci sa „netrhoví“ hráči

Zdroj	Typ	V TOP 15, v koľk. seg.	Najvyššia pozícia	Poznámka
vzp.cz	Štátna zdravotná poisťovňa	4 z 8	#1, súkromné polikliniky	Aj gynekológia (#2), fyzioterapia (#5), reprodukčná medicína (#9).
firmy.cz	Register firiem / katalóg	4 z 8	#2, ortopédia	Aj fyzioterapia (#4), estetická medicína (#15), očné kliniky (#15).
estheticon.cz	Odborný katalóg a porovnávač	1 z 8	#2, estetické kliniky	V estetickej medicíne je druhý (42,9 %), tesne za medicomclinic.cz (43,9 %).
znamylekar.cz	Katalóg lekárov	1 z 8	#4, ortopédia	V ortopédii štvrtý (18,8 %); v ostatných segmentoch je mimo TOP 15.
gennet.cz	Poskytovateľ (naprieč segmentmi)	2 z 8	#4, gynekológia	Aj reprodukčná medicína (#7, s podielom 29,5 % odpovedí), jeden z mála hráčov silných v dvoch súvisiacich segmentoch naraz.

Tabuľka 4. Netrhoví alebo agregátorskí hráči v rebríčku TOP 15 domén podľa počtu odpovedí, v ktorých sú citovaní (bez google.com), v koľkých z ôsmich segmentov sa medzi TOP 15 objavujú a na akej najvyššej pozícii.

Čo sme z analýzy vylúčili: odkazy na vyhľadávanie Google

V platných meraniach viedlo 17,5 % zaznamenaných citácií (6 267 z 35 714) na google.com: presmerovacie odkazy a vlastné vyhľadávacie zobrazenie Google (searchviewer), nie na web tretej strany. Najviac ich bolo pri fyzioterapii (29,6 %), súkromných poliklinikách (28,3 %), ortopédii (24,3 %) a gynekológii (23,5 %). Do žiadnej štatistiky tejto štúdie nevstupujú; odpovede, ktoré mali len takéto odkazy, počítame ako aktívne bez zdrojov.

Dôsledok pre stratégiu: pred investíciou do obsahu si overte, kto vo vašom segmente skutočne drží citačný priestor. Ak je to poisťovňa alebo katalóg, časť rozpočtu patrí správe profilu na týchto platformách, nie iba vlastnému webu.

Prípad gennet.cz: silný v dvoch súvisiacich segmentoch naraz

Väčšina domén z Tabuľky 4 je silná len v jednom segmente. gennet.cz je výnimka: v gynekológii je na 4. mieste citačného zoznamu (17,3 % odpovedí), v reprodukčnej medicíne síce až na 7. mieste, no s podielom 29,5 % (tam je jednoducho oveľa viac silných špecializovaných hráčov nad ním). Pre poskytovateľa to je signál, že odborný obsah písaný naprieč súvisiacimi špecializáciami sa v citáciách odmeňuje viac než obsah viazaný na jeden úzky segment.

10 Zistenie 7: stabilita v čase po dňoch

Aktivácia AIO nie je konštanta. Naprieč siedmimi dňami merania kolísala pri niektorých segmentoch o 15 percentuálnych bodov.

Segment	Najnižší deň	Najvyšší deň	Rozptyl
Fyzioterapia	63,8 %	72,7 %	8,9 b.b.
Ortopédia	59,9 %	75,2 %	15,3 b.b.
Gynekológia	61,2 %	76,0 %	14,8 b.b.
Očné kliniky	58,7 %	71,1 %	12,4 b.b.
Reprodukčná medicína	56,4 %	67,1 %	10,7 b.b.
Estetické kliniky	51,1 %	63,9 %	12,8 b.b.
Zubné kliniky	46,2 %	56,6 %	10,4 b.b.
Súkromné polikliniky	46,9 %	54,3 %	7,4 b.b.

Tabuľka 5. Rozptyl dennej aktivácie AIO počas siedmich meraných dní (17.–23. júla 2026).

Prečo na tom záleží

Ortopédia a gynekológia menili aktiváciu deň čo deň o 15 percentuálnych bodov. To je takmer taký veľký rozdiel, aký delí najnižší a najvyšší segment v Zistení 1. Jednorazový screenshot AI odpovede vie ukázať úplne iný obraz než realita opakovaného merania.

10 Stabilita v čase po hodinách

Rovnaký vzorec platí aj v rámci jedného dňa: aktivácia sa medzi rannými a večernými meraniami mení, hoci menej výrazne než medzi dňami.

Segment	Najnižší slot	Najvyšší slot	Rozptyl
Fyzioterapia	66,1 %	72,1 %	6,0 b.b.
Ortopédia	63,0 %	71,4 %	8,4 b.b.
Gynekológia	63,2 %	66,4 %	3,2 b.b.
Očné kliniky	61,1 %	67,3 %	6,3 b.b.
Reprodukčná medicína	58,3 %	66,2 %	7,9 b.b.
Estetické kliniky	51,6 %	58,3 %	6,7 b.b.
Zubné kliniky	47,0 %	55,0 %	8,0 b.b.
Súkromné polikliniky	49,3 %	53,4 %	4,1 b.b.

Tabuľka 6. Rozptyl aktivácie AIO medzi siedmimi dennými časovými slotmi (8:30–21:30).

Dôsledok pre meranie a reportovanie

Ani deň, ani hodina merania nie sú neutrálne. Spoľahlivý AIO reporting preto meria opakovane naprieč viacerými dňami aj časovými slotmi, presne metodikou, akou vznikla táto štúdia, nie jedným náhodným pohľadom.

Zaujímavosť: na úrovni celého trhu je kolísanie oveľa menšie

Spriemerované naprieč všetkými ôsmimi segmentmi je rozpätie aktivácie medzi najlepším a najhorším dňom 8,3 percentuálneho bodu (58,3–66,6 %) a medzi časovými slotmi len 1,9 bodu (59,7–61,6 %), výrazne menej než 15 bodov v jednotlivých segmentoch. Výkyvy v jednotlivých segmentoch sa teda priemerovaním naprieč trhom čiastočne vyrovnávajú, a celotrhový priemer preto skrýva kolísanie, ktoré je v konkrétnom segmente reálne.

10 Sedem zistení v kocke

- **1. Aktivácia sa líši segment od segmentu.** 51,1 % až 68,9 % v rovnakom mesiaci, na rovnakom trhu.

- **2. Zámer dopytu rozhoduje viac než odbornosť.** Cenové a „ako na to“ dopyty aktivujú AI viac než 2-krát častejšie než odporúčacie.

- **3. Segment a zámer sa navzájom násobia.** Cenové dopyty aktivujú v 70–93 % prípadov vo všetkých segmentoch s dostatočnou vzorkou; odporúčacie sú slabé v piatich segmentoch z ôsmich, no nie vo fyzioterapii, ortopédii a gynekológii.

- **4. Koncentrácia citácií je výrazná, no v každom segmente iná.** Líder sa objavuje v 78,0 % odpovedí v reprodukčnej medicíne, ale len v 24,3 % v ortopédii.

- **5. Byť citovaný nie je to isté ako byť prvý.** Aj lídri sa na 1. mieste reálne objavujú len v 8,0–52,0 % prípadov.

- **6. Netrhoví hráči majú neúmerný vplyv.** Katalógy, poisťovne a sociálne siete tvoria len 8,5 % citácií, no vzp.cz vedie súkromné polikliniky a estheticon.cz je druhý v estetickej medicíne.

- **7. Výsledky sa menia deň čo deň aj hodinu čo hodinu.** Rozptyl až 15 percentuálnych bodov: jednorazové meranie je nespoľahlivé.

Ďalej v tejto štúdii

Nasledujúca kapitola rozoberá každý z ôsmich segmentov samostatne, s vlastným rebríčkom domén, rozpisom podľa zámeru aj konkrétnym odporúčaním. Štúdia potom končí praktickým playbookom, ktorý zhŕňa všetkých sedem zistení do šiestich krokov použiteľných v ktoromkoľvek segmente.

KAPITOLA 11 · SEGMENTOVÉ PROFILY

Osem trhov zblízka: kto vedie, kde je priestor a čo robiť ako ďalší krok

Každý segment má vlastnú stránku s rebríčkom najcitovanejších domén, rozpisom podľa zámeru dopytu a typu zdroja a konkrétnym odporúčaním. Segmenty sú zoradené od najvyššej po najnižšiu aktiváciu AIO (Tabuľka 1).

SEGMENT 1 / 8

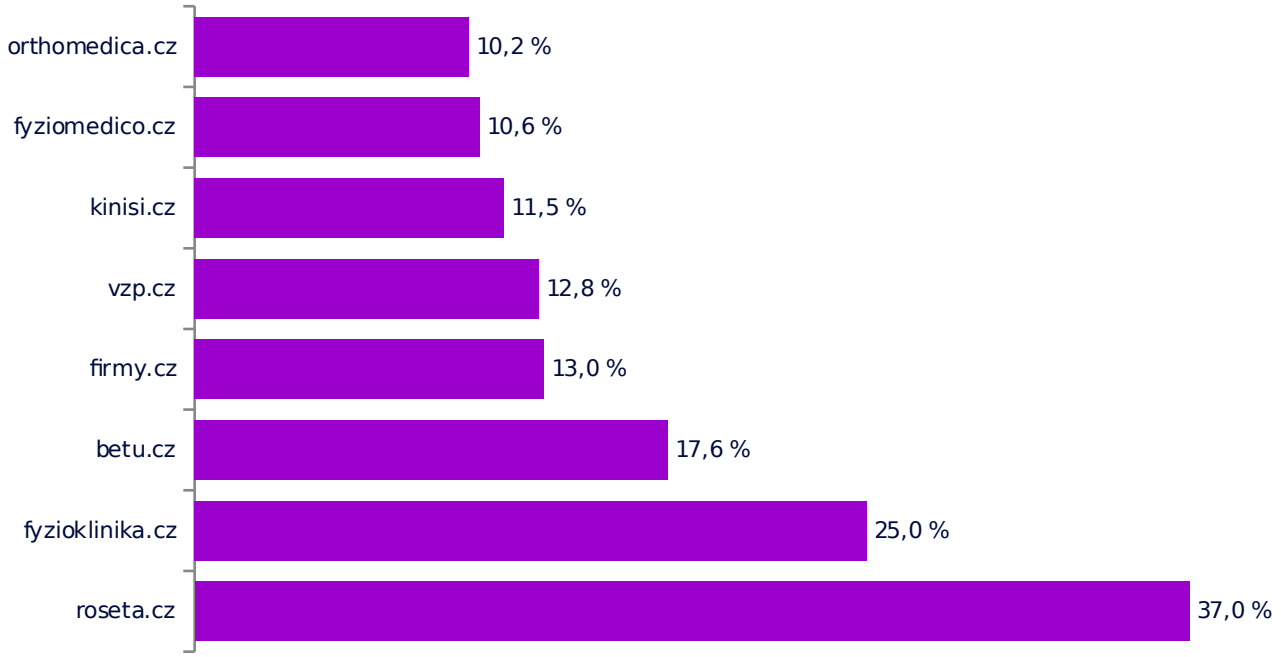
Fyzioterapia

Najvyššia aktivácia, no žiadny jasný víťaz.

V 861 platných meraniach segmentu fyzioterapia sa AI odpoveď zobrazila v 68,9 % prípadov a citovala v priemere 5,7 zdrojov. Citačný priestor tvorí 309 unikátnych domén a ide o najširšiu škálu zdrojov zo všetkých segmentov. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je roseta.cz (poskytovateľ) s podielom 37,0 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 63,8 % do 72,7 %.

68,9 %	309	5,7	8,0 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou	unikátnych domén v citáciách segmentu	zdrojov cituje priemerná odpoveď	top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 540 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Vysoká aktivácia a bez dominantného lídra, otvorený priestor pre nový obsah.

SEGMENT 1 / 8

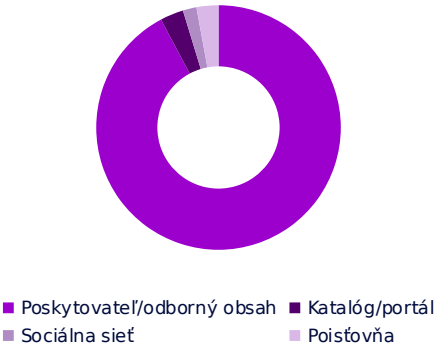
Fyzioterapia: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
Cena/cenník	134	91,8 %
*Ostatné informačné**	*94*	*88,3 %**
Odporúčanie/výber	231	64,1 %
Kde/ktorý	402	59,5 %

* nízka vzorka (menej než 100 platných meraní), len orientačne, bez záverov

Typ citovaného zdroja



32,5 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

+8,1 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

540
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

Trh nemá dominantného víťaza (top doména len 37,0 % odpovedí so zdrojmi) a aktivácia AIO je najvyššia spomedzi všetkých segmentov (68,9 %). Je to kombinácia, ktorá z fyzioterapie robí jeden z najotvorenejších priestorov na vstup novým hĺbkovým obsahom v celej štúdii. Zamerajte sa na cenové dopyty (91,8 % aktivácia); aj odporúčacie dopyty tu aktivujú AI odpoveď v 64,1 % meraní. Udržiavajte profily na katalógoch (firmy.cz sa objavuje v 13,0 % odpovedí so zdrojmi) aj na vzp.cz (12,8 %).

Zdroj: vlastné meranie MBG, 861 platných meraní segmentu fyzioterapia, 17.–23. júla 2026.

SEGMENT 2 / 8

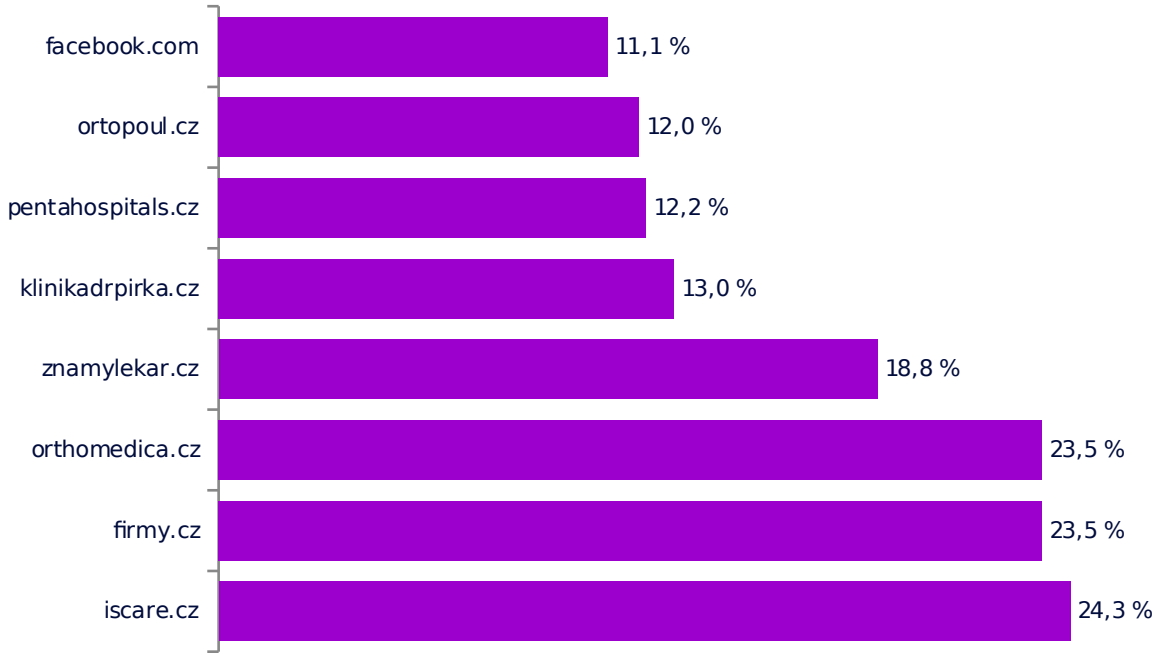
Ortopédia

Najfragmentovanejší trh: tri domény takmer vyrovnané.

V 934 platných meraniach segmentu ortopédia sa AI odpoveď zobrazila v 67,8 % prípadov a citovala v priemere 5,6 zdrojov. Citačný priestor tvorí 253 unikátnych domén a ide o najfragmentovanejší trh zo všetkých segmentov. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je iscare.cz (poskytovateľ) s podielom 24,3 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 59,9 % do 75,2 %.

67,8 %	253	5,6	41,4 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou	unikátnych domén v citáciách segmentu	zdrojov cituje priemerná odpoveď	top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 575 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Najotvorenejší priestor pre skutočných poskytovateľov zo všetkých segmentov.

SEGMENT 2 / 8

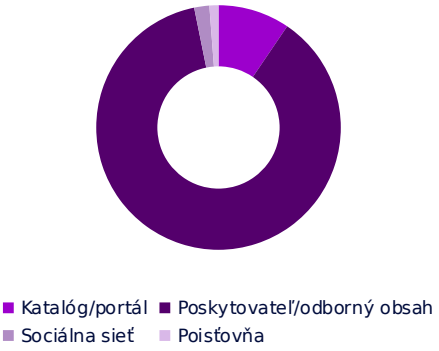
Ortopédia: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
*Ako vybrať**	*44*	*95,5 %**
Cena/cenník	226	90,7 %
Odporúčanie/výber	367	71,4 %
Kde/ktorý	253	49,0 %
*Ostatné informačné**	*44*	*0,0 %**

* nízka vzorka (menej než 100 platných meraní), len orientačne, bez záverov

Typ citovaného zdroja



77,9 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

+7,0 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

575
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

Citačný priestor je najfragmentovanejší v štúdii: tri domény majú takmer rovnaký podiel (iscare.cz 24,3 %, firmy.cz 23,5 %, orthomedica.cz 23,5 %) a katalóg znamylekar.cz je štvrtý (18,8 %). Segment má zároveň najväčší denný rozptyl aktivácie (15,3 b. b.). Investícia do profilu na katalógoch má tu rovnakú váhu ako vlastný obsah. Cenové dopyty aktivujú AI odpoveď v 90,7 %, odporúčacie v 71,4 % meraní.

Zdroj: vlastné meranie MBG, 934 platných meraní segmentu ortopédia, 17.–23. júla 2026.

SEGMENT 3 / 8

Gynekológia

Štátna poisťovňa na druhom mieste.

V 908 platných meraniach segmentu gynekológia sa AI odpoveď zobrazila v 64,9 % prípadov a citovala v priemere 6 zdrojov. Citačný priestor tvorí 244 unikátnych domén a na druhom mieste je štátna poisťovňa vzp.cz. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je gynmedico.cz (poskytovateľ) s podielom 28,2 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 61,2 % do 76,0 %.

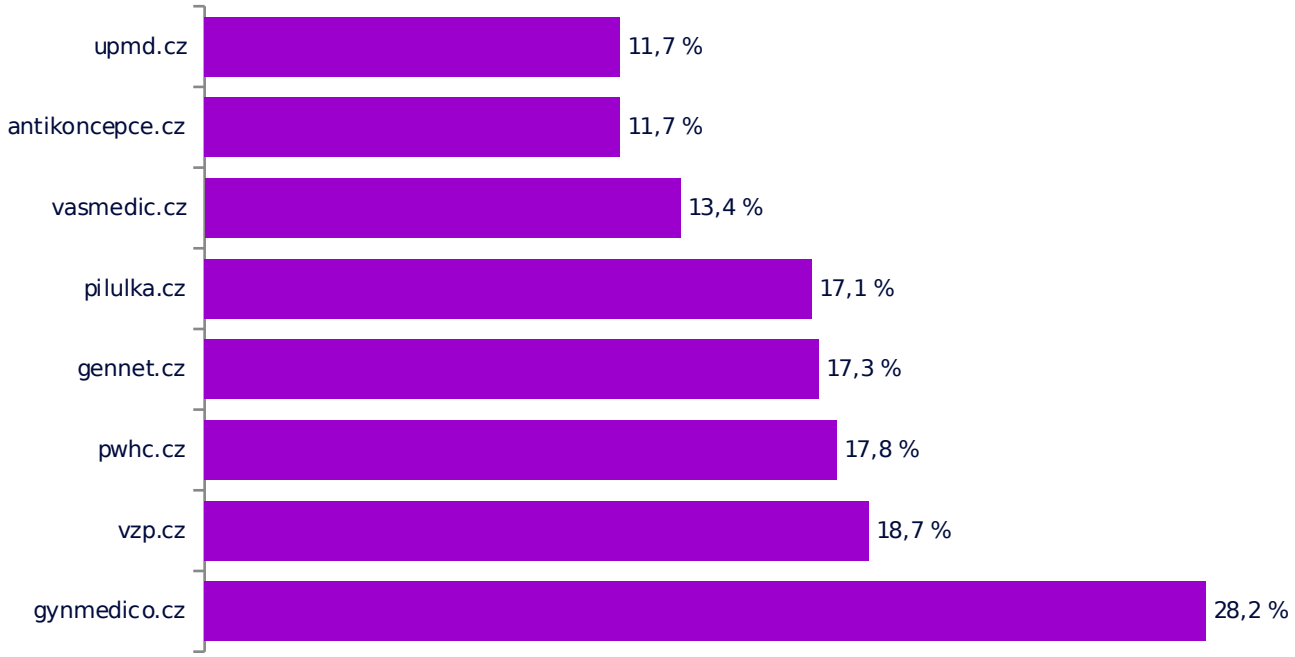
64,9 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou

244
unikátnych domén v citáciách segmentu

6
zdrojov cituje priemerná odpoveď

20,4 %
top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 539 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Kombinujte vlastný odborný obsah so správou verejných profilov.

SEGMENT 3 / 8

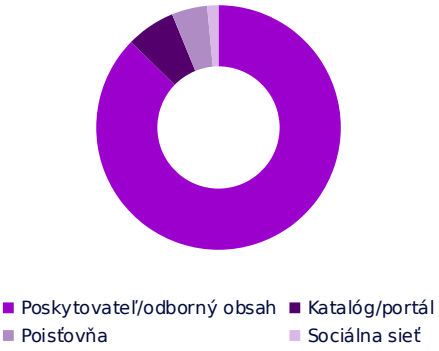
Gynekológia: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
*Ako vybrať**	*47*	*91,5 %**
Cena/cenník	177	89,8 %
Odporúčanie/výber	210	86,2 %
Kde/ktorý	474	43,5 %

* nízka vzorka (menej než 100 platných meraní), len orientačne, bez záverov

Typ citovaného zdroja



61,8 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

+4,1 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

539
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

gynmedico.cz vedie s podielom 28,2 % pred štátnou poisťovňou vzp.cz (18,7 %). Poisťovňa je tu druhým najcitovanejším zdrojom. Kombinujte vlastný odborný obsah s aktívnou správou profilu na vzp.cz a partnerských portáloch. Lokálne „kde“ dopyty majú tu najnižšiu aktiváciu (43,5 %), zatiaľ čo odporúčacie (86,2 %) a cenové (89,8 %) ju majú takmer dvakrát vyššiu. Rozpočet smerujte radšej k nim.

Zdroj: vlastné meranie MBG, 908 platných meraní segmentu gynekológia, 17.–23. júla 2026.

SEGMENT 4 / 8

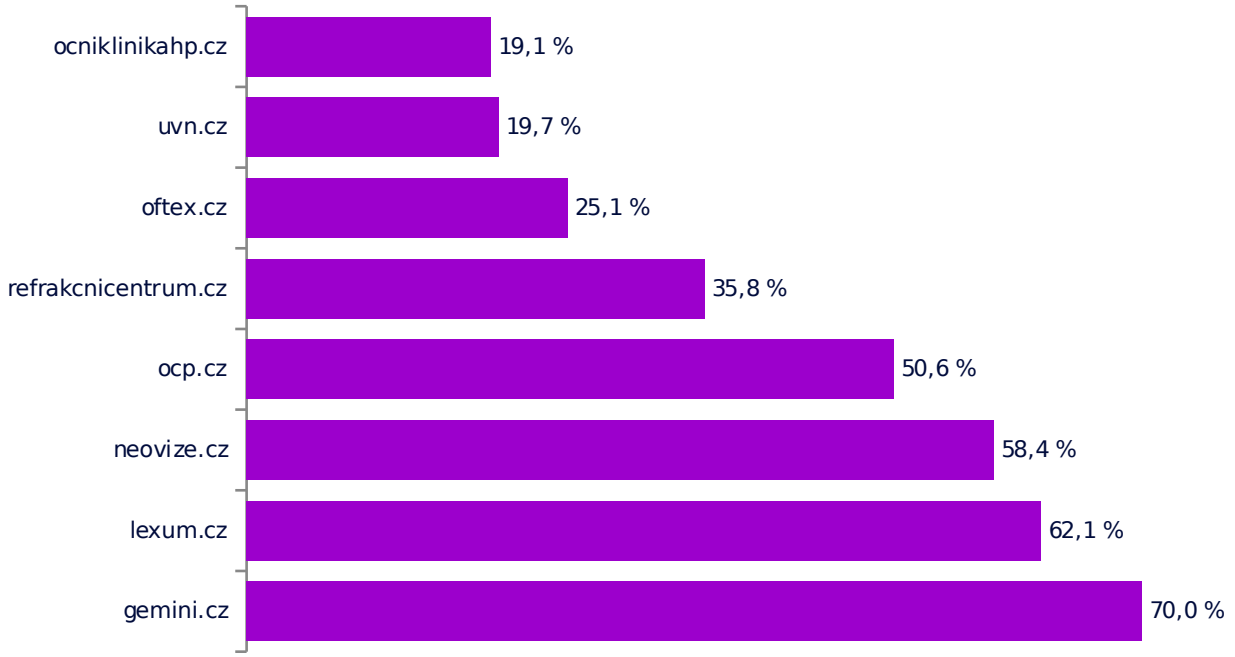
Očné kliniky

Štyria hráči v polovici a viac odpovedí.

V 1013 platných meraniach segmentu očné kliniky sa AI odpoveď zobrazila v 64,7 % prípadov a citovala v priemere 6,1 zdrojov. Citačný priestor tvorí 153 unikátnych domén a trh je koncentrovaný a delia si ho štyria hráči. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je gemini.cz (poskytovateľ) s podielom 70,0 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 58,7 % do 71,1 %.

64,7 %	153	6,1	52,0 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou	unikátnych domén v citáciách segmentu	zdrojov cituje priemerná odpoveď	top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 634 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Vstup si vyžaduje systematický odborný obsah, nie rýchly sprint.

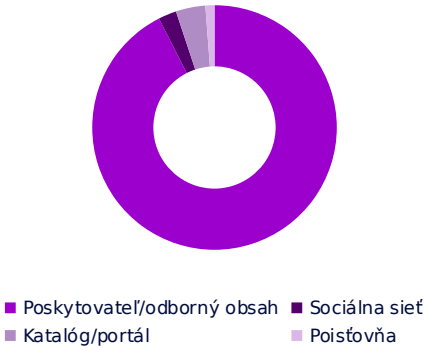
SEGMENT 4 / 8

Očné kliniky: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
Ostatné informačné	449	87,8 %
Cena/cenník	264	70,1 %
Odporúčanie/výber	300	25,3 %

Typ citovaného zdroja



78,2 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

+3,9 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

634
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

gemini.cz (70,0 %), lexum.cz (62,1 %), neovize.cz (58,4 %) a ocp.cz (50,6 %) sa objavujú v polovici a viac odpovedí so zdrojmi: ide o koncentrovaný trh štyroch hráčov. Vstup si vyžaduje systematický, dlhodobo budovaný odborný obsah, nie jednorazovú kampaň. Najvyššiu aktiváciu majú informačné dopyty (87,8 %), odporúčacie len 25,3 %. Obsah sa oplatí smerovať skôr na vysvetľujúce a cenové témy (70,1 %).

Zdroj: vlastné meranie MBG, 1013 platných meraní segmentu očné kliniky, 17.–23. júla 2026.

SEGMENT 5 / 8

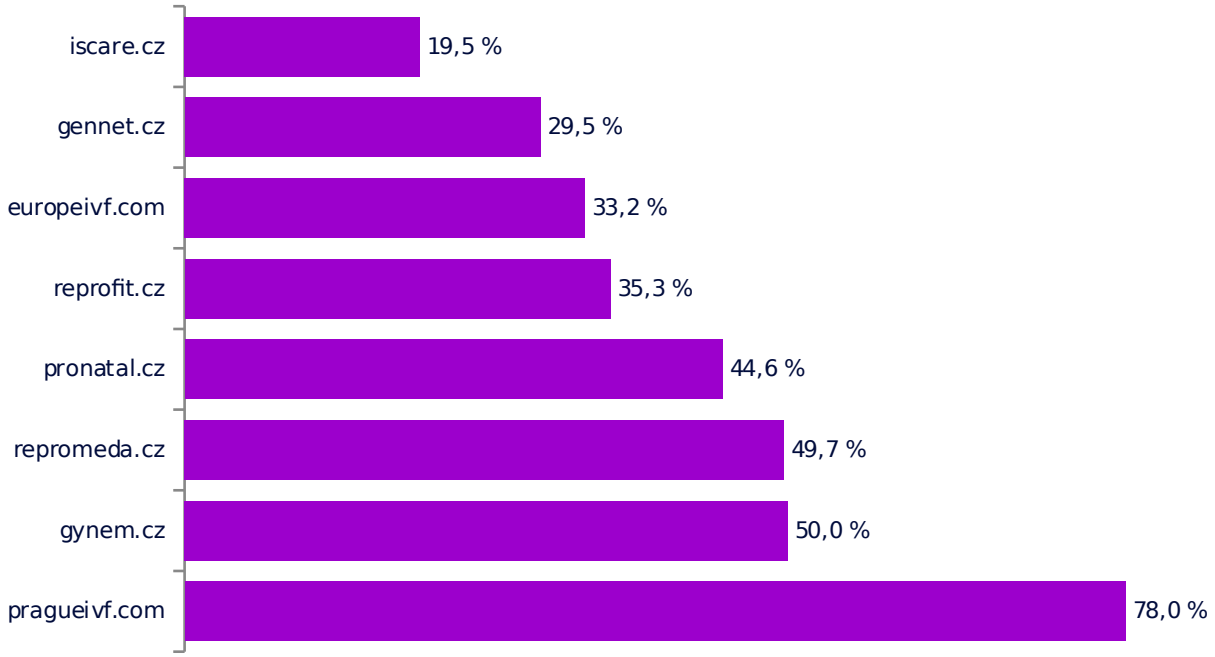
Reprodukčná medicína

Jeden dominantný hráč (78,0 % odpovedí).

V 993 platných meraniach segmentu reprodukčná medicína sa AI odpoveď zobrazila v 62,6 % prípadov a citovala v priemere 6,6 zdrojov. Citačný priestor tvorí 119 unikátnych domén a trh ovláda jeden dominantný líder. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je pragueivf.com (poskytovateľ) s podielom 78,0 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 56,4 % do 67,1 %.

62,6 %	119	6,6	26,7 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou	unikátnych domén v citáciách segmentu	zdrojov cituje priemerná odpoveď	top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 614 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Vstup je najťažší zo všetkých segmentov, vyžaduje si dlhodobú odbornú autoritu.

SEGMENT 5 / 8

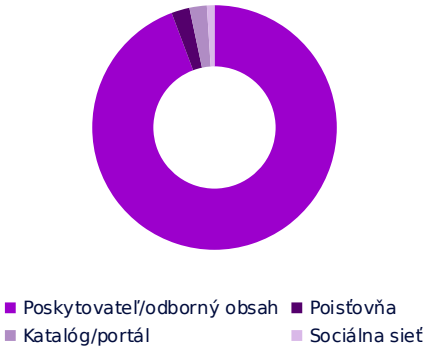
Reprodukčná medicína: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
Cena/cenník	227	93,4 %
*Ako vybrať**	*46*	*91,3 %**
Ostatné informačné	281	88,3 %
Kde/ktorý	128	60,9 %
Odporúčanie/výber	311	13,5 %

* nízka vzorka (menej než 100 platných meraní), len orientačne, bez záverov

Typ citovaného zdroja



77,7 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

+1,9 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

614
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

pragueivf.com sa objavuje v 78,0 % odpovedí so zdrojmi. Je to najsilnejšia koncentrácia v celej štúdii. Priamy útok na 1. miesto je nerealistický; reálnou cestou je opakovane sa objavovať v citačnom zozname (na 1. mieste je top doména len v 26,7 % prípadov) hĺbkovým, odborne autoritatívnym obsahom k cenovým a informačným témam, kde je aktivácia najvyššia (88–93 %). Odporúčacie dopyty tu aktivujú AI odpoveď len v 13,5 % meraní.

Zdroj: vlastné meranie MBG, 993 platných meraní segmentu reprodukčná medicína, 17.–23. júla 2026.

SEGMENT 6 / 8

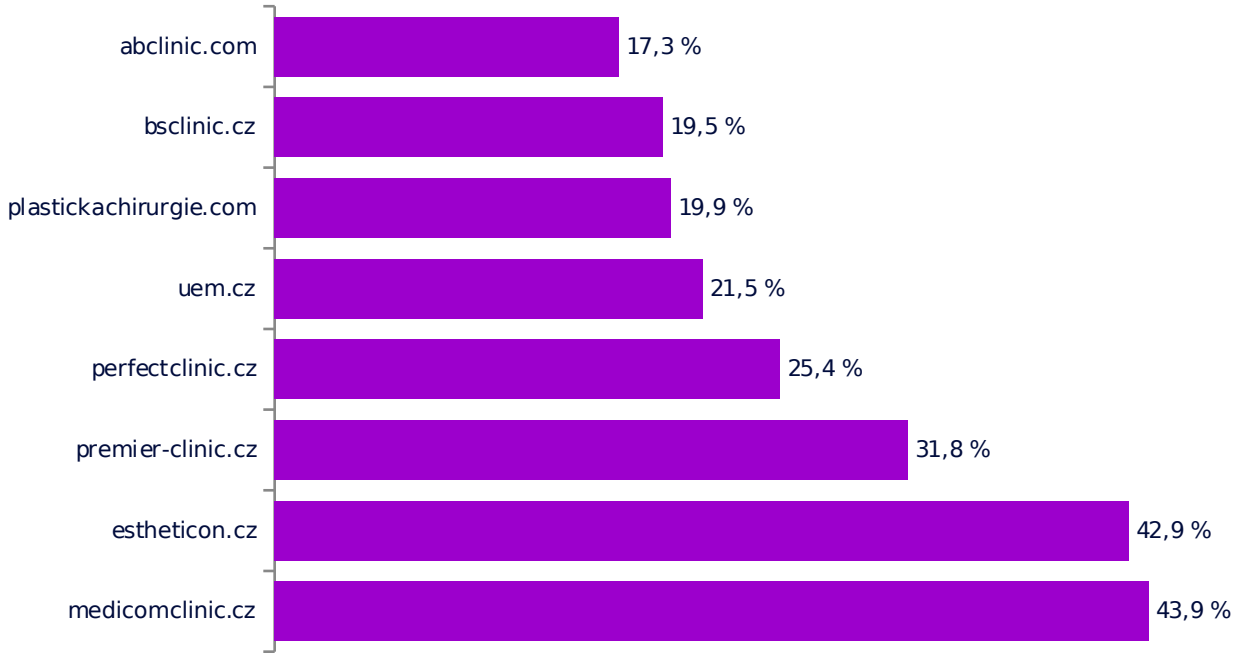
Estetické kliniky

Klinika a katalóg sú na čele takmer vyrovnané.

V 949 platných meraniach segmentu estetické kliniky sa AI odpoveď zobrazila v 55,0 % prípadov a citovala v priemere 6,9 zdrojov. Citačný priestor tvorí 171 unikátnych domén a na čele sú takmer vyrovnané klinika a katalóg. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je medicomclinic.cz (poskytovateľ) s podielom 43,9 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 51,1 % do 63,9 %.

55,0 %	171	6,9	43,1 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou	unikátnych domén v citáciách segmentu	zdrojov cituje priemerná odpoveď	top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 497 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Kľúčový je kvalitný profil na porovnávači aj vlastný odborný obsah.

SEGMENT 6 / 8

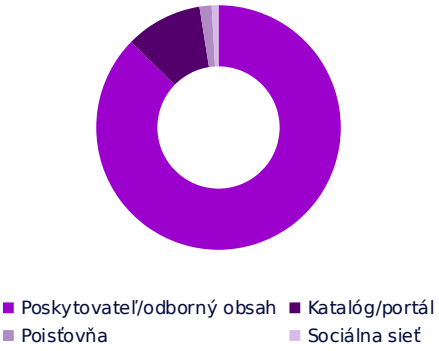
Estetické kliniky: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
*Ako vybrať**	*91*	*89,0 %**
*Kde/ktorý**	*34*	*79,4 %**
Cena/cenník	444	73,0 %
Odporúčanie/výber	380	23,7 %

* nízka vzorka (menej než 100 platných meraní), len orientačne, bez záverov

Typ citovaného zdroja



73,9 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

-5,7 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

497
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

Na čele sú takmer vyrovnané klinika medicomclinic.cz (43,9 %) a katalóg estheticon.cz (42,9 %), za nimi premier-clinic.cz (31,8 %). Kvalitný, aktívne spravovaný profil na estheticon.cz je tu dôležitý, vlastný web dopĺňa najmä cenový a poradenský obsah. Cenové dopyty aktivujú AI odpoveď v 73,0 %, odporúčacie len v 23,7 % meraní.

Zdroj: vlastné meranie MBG, 949 platných meraní segmentu estetické kliniky, 17.–23. júla 2026.

SEGMENT 7 / 8

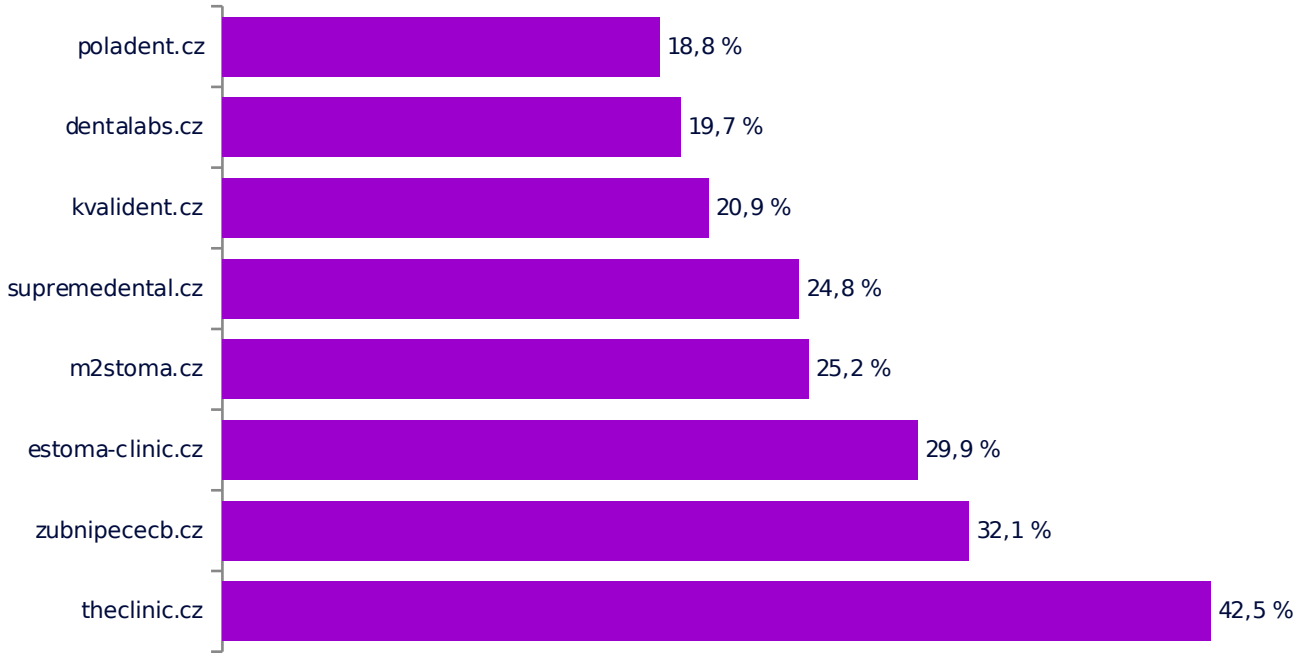
Zubné kliniky

Fragmentovaný trh s miernym lídrom.

V 916 platných meraniach segmentu zubné kliniky sa AI odpoveď zobrazila v 51,9 % prípadov a citovala v priemere 6,8 zdrojov. Citačný priestor tvorí 165 unikátnych domén a trh je fragmentovaný a líder má len mierny náskok. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je theclinic.cz (poskytovateľ) s podielom 42,5 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 46,2 % do 56,6 %.

51,9 %	165	6,8	19,1 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou	unikátnych domén v citáciách segmentu	zdrojov cituje priemerná odpoveď	top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 468 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Priestor na vstup cez hĺbkový obsah k cenám a výberu zákroku.

SEGMENT 7 / 8

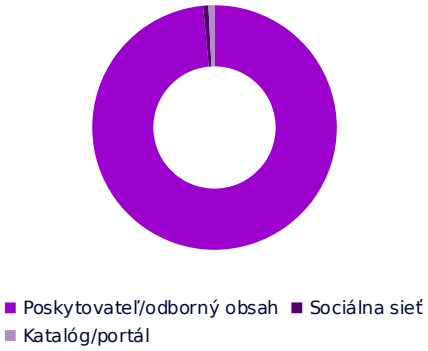
Zubné kliniky: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
*Ostatné informačné**	*41*	*87,8 %**
*Ako vybrať**	*46*	*84,8 %**
Cena/cenník	446	80,5 %
Odporúčanie/výber	338	12,1 %
*Kde/ktorý**	*45*	*0,0 %**

* nízka vzorka (menej než 100 platných meraní), len orientačne, bez záverov

Typ citovaného zdroja



48,2 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

-8,9 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

468
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

Trh je fragmentovaný s miernym lídrom theclinic.cz (42,5 %) a ďalšími štyrmi doménami nad 24 % (zubnipececb.cz, estoma-clinic.cz, m2stoma.cz, supremedental.cz). Cenové dopyty aktivujú AI v 80,5 % meraní, odporúčacie len v 12,1 %. Je to najnižšia hodnota spomedzi všetkých kombinácií segmentu a zámeru s dostatočnou vzorkou v celej štúdii. Najvyššia návratnosť je v hĺbkovom obsahu k cenám a výberu konkrétneho zákroku.

Zdroj: vlastné meranie MBG, 916 platných meraní segmentu zubné kliniky, 17.–23. júla 2026.

SEGMENT 8 / 8

Súkromné polikliniky

Líder citácií je poisťovňa, nie poskytovateľ.

V 1001 platných meraniach segmentu súkromné polikliniky sa AI odpoveď zobrazila v 51,1 % prípadov a citovala v priemere 5,8 zdrojov. Citačný priestor tvorí 255 unikátnych domén a líder nie je poskytovateľ starostlivosti, ale poisťovňa. Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je vzp.cz (poisťovňa) s podielom 31,2 % z odpovedí so zdrojmi. Aktivácia sa počas siedmich meraných dní pohybovala od 46,9 % do 54,3 %.

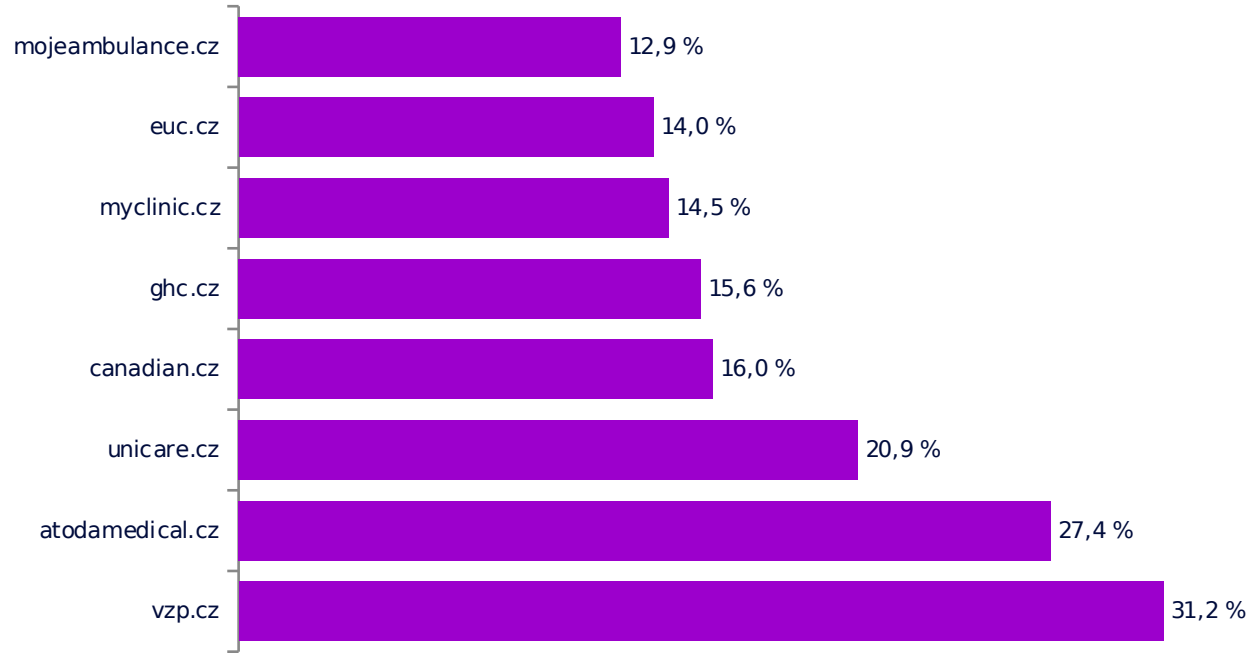
51,1 %
meraní s aktívnou AI odpoveďou

255
unikátnych domén v citáciách segmentu

5,8
zdrojov cituje priemerná odpoveď

35,0 %
top doména na presne 1. mieste citácií

TOP 8 najcitovanejších domén



Graf: podiel z 449 odpovedí segmentu so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz. Najnižšia aktivácia zo všetkých segmentov.

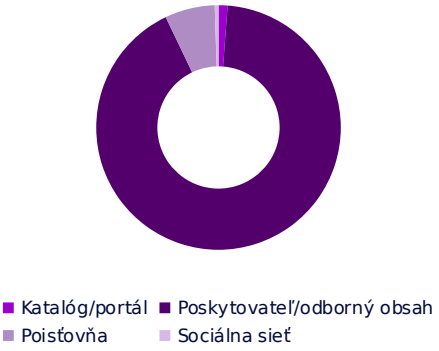
Súkromné polikliniky: zámer a odporúčanie

Aktivácia podľa zámeru dopytu

Zámer	Meraní	Aktivácia
*Cena/cenník**	*90*	*93,3 %**
*Ostatné informačné**	*46*	*91,3 %**
Kde/ktorý	564	51,1 %
Odporúčanie/výber	301	32,6 %

* nízka vzorka (menej než 100 platných meraní), len orientačne, bez záverov

Typ citovaného zdroja



70,7 %
top doména segmentu sa objaví v TOP 3 citačného zoznamu

-9,6 b. b.
aktivácia segmentu oproti trhovému priemeru (60,7 %)

449
odpovedí segmentu malo aspoň jeden zdroj (bez odkazov na google.com)

Čo z toho vyplýva pre vaše zariadenie

Zdrojom citovaným v najviac odpovediach je štátna poisťovňa vzp.cz (31,2 %), nie poskytovateľ. Najsilnejšia skutočná poliklinika atodamedical.cz má 27,4 %. Segment má zároveň najnižšiu aktiváciu spomedzi všetkých ôsmich (51,1 %), teda menej príležitostí na AI odpoveď. Odporúčacie dopyty aktivujú AI len v 32,6 % meraní, preto je priorita správa profilu na vzp.cz pred súťažením o vlastný odborný obsah.

Zdroj: vlastné meranie MBG, 1001 platných meraní segmentu súkromné polikliniky, 17.–23. júla 2026.

KAPITOLA 12 · PLAYBOOK

Šesť krokov, ktoré platia bez ohľadu na váš segment

Sedem prierezových zistení a osem segmentových profilov sa dajú zhrnúť do jedného praktického postupu. Tu je návod, ako ho aplikovať vo vlastnom zariadení.

12 Playbook: kroky 1–3

Byť na prvej strane Google už nestačí. Šesť krokov, ktoré viete aplikovať bez ohľadu na to, v ktorom zo segmentov pôsobíte.

1 Zmapujte si zámer skôr než obsah.

Rozdeľte svoje kľúčové dopyty na cenové a „ako na to“ (vysoká šanca na AI odpoveď, 82–90 % naprieč segmentmi) a na odporúčacie či lokálne (nižšia šanca, 38,5–50,6 %, tam rozhoduje skôr profil a recenzie než obsah). Zistenie 2 a 3 ukazujú presné čísla pre váš typ dopytu.

2 Zistite, kto vo vašom segmente drží citačný priestor.

Ak je to poisťovňa (súkromné polikliniky) alebo je katalóg tesne za lídrom (estetické kliniky: estheticon.cz 42,9 % vs. 43,9 %; ortopédia: firmy.cz 23,5 % vs. 24,3 %), časť rozpočtu patrí správe profilu tam, nie iba vlastnému webu. Zistenie 4 a 6 a profil vášho segmentu v kapitole 11 ukazujú presne, ktoré domény vo vašom segmente vedú.

3 Merajte opakovane, nie raz.

Aktivácia aj poradie sa medzi jednotlivými meraniami môžu líšiť až o 15 percentuálnych bodov (Zistenie 7): jednorazový screenshot je takmer bezcenný a rozhodnutia postavené naň sú riziko. Merajte naprieč viacerými dňami aj časovými slotmi.

12 Playbook: kroky 4–6

4 Publikujte úzky, konkrétny obsah.

Naprieč segmentmi sa do citácií dostáva obsah, ktorý odpovedá na jednu presne pomenovanú otázku („kolik stojí…“, „jak dlouho…“), nie všeobecné prehľadové stránky. Priemerná AI odpoveď cituje 6,2 zdroja. Model si vyberá rýchlo a odmeňuje presnosť, nie šírku.

5 Nepodceňujte katalógy a profil poisťovne.

Katalógy, poisťovne a sociálne siete tvoria len 8,5 % citácií, no vzp.cz vedie súkromné polikliniky a estheticon.cz je druhý v estetickej medicíne (Zistenie 4), pričom vzp.cz aj firmy.cz sa objavujú v TOP 15 štyroch segmentov (Zistenie 6): kompletný, aktuálny a recenziami podložený profil tam je minimálna vstupenka do hry.

6 Sledujte svoj segment samostatne.

Čo platí pre fyzioterapiu, neplatí pre reprodukčnú medicínu. Kopírovanie stratégie naprieč segmentmi bez vlastného merania preto neodporúčame: osem trhov v kapitole 11 sa v koncentrácii, zámere aj type zdroja líši zásadne.

Ako ďalej

MBG pripravuje pre zdravotnícke zariadenia individuálny AIO audit vlastného segmentu a lokality, s rovnakou metodikou opakovaného merania, akou vznikla táto štúdia, len zacielenou na váš konkrétny trh a konkurenciu.

13 Metodická poznámka a limity

Táto štúdia je momentka jedného sedemdňového obdobia (17. až 23. júla 2026) na českom trhu. Presné percentá platia pre túto vzorku a nemajú sa čítať ako trvalé konštanty: AI Overviews sa priebežne menia s aktualizáciami modelu aj obsahu na webe. Vzory, ktoré sa naprieč ôsmimi nezávislými segmentmi zhodujú (závislosť od zámeru, koncentrácia citácií, rola netrhových zdrojov, nestabilita v čase), však považujeme za robustné zistenie, nie za náhodu jednej vzorky.

- **Dataset nesleduje žiadnu konkrétnu značku ako klienta.** Ide o čisto trhový pohľad na osem segmentov českého zdravotníctva, nie o audit jedného klienta.
- **Z 8 575 plánovaných meraní 175 analyzovaných dopytov sa pri 1 000 nepodarilo získať dáta (poskytovateľ API vrátil chybu a meranie sa nedalo vyhodnotiť).** Tieto merania nie sú započítané ako merania bez AI Overview. Štúdia pracuje so 7 575 platnými meraniami. Podiel meraní bez dát sa medzi segmentmi líšil (7,9 % až 15,8 %); po očistení sú výsledky segmentov porovnateľné.
- **Vylúčených 10 dopytov s nevyplneným zástupným textom ([město], [klinika], [Reprofit / Pronatal / GENNET]).** Google ich vyhľadával doslova, takže nereprezentujú reálne vyhľadávanie (490 meraní, z toho 58 so zlyhaným zberom a 432 platných). Pôvodných 9 065 meraní = 7 575 platných + 1 058 chybných (1 000 v analyzovaných dopytoch a 58 vo vylúčených) + 432 platných meraní vylúčených dopytov.
- **Zaradenie dopytov do piatich zámerov bolo pri revízii urobené nanovo podľa znenia dopytov.** Kombinácie segment × zámer s menej než 100 platnými meraniami sú označené ako nízka vzorka a nevyvodzujeme z nich závery.
- **285 zo 7 575 platných meraní malo aktívnu odpoveď bez použiteľného zdroja.** V štatistike aktivácie ich počítame ako aktívne, do rebríčkov domén nevstupujú. Odkazy na google.com (presmerovania aj searchviewer; 6 267 z 35 714 citácií) nie sú zdroje; odpovede len s takýmito odkazmi patria medzi aktívne bez zdrojov.
- **Podiel domény = odpovede so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz / odpovede so zdrojmi.** Citácie uvádzame ako počty citácií, nie ako podiel odpovedí. Klasifikácia domén (poskytovateľ, katalóg, poisťovňa) je interná metodika MBG podľa charakteru webu.
- **Meranie prebehlo výlučne v češtine na českom trhu.** Správanie na slovenskom trhu môže byť odlišné a MBG ho sleduje samostatne.

MARKET.BRAND.GROW.

Chcete vedieť, kde vo výsledkoch AI stojí vaše zariadenie?

MBG pripravuje individuálne AIO audity pre zdravotnícke zariadenia na slovenskom aj českom trhu, s rovnakou metodikou opakovaného merania, akou vznikla táto štúdia, zacielenou na váš segment, vašu lokalitu a vašu konkurenciu.

Market.Brand.Grow.

marketbrandgrow.com · GEO · SEO · PPC, postavené na dátach