



Market. Brand. Grow.

ŠTÚDIA · GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION

Google AI Overviews: čo rozhoduje o tom, či vás AI odporučí

Kompletná mapa jedného trhu v AI odpovediach: zberateľské kartičky na Slovensku. 1 439 meraní počas 4 dní, 3 457 citácií, 225 domén. Vrátane menovitého rozpisu, kto na tomto trhu vyhráva a v čom.

47,5 %

dopytov už spúšťa AI odpoveď
namiesto klasických výsledkov

47,8 %

odpovedí si berie najsilnejší zdroj
spomedzi 225 domén

6,26

zdrojov cituje priemerná AI odpoveď

Market. Brand. Grow. · GEO · SEO · PPC, postavené na dátach

Vlastné meranie AIO, slovenský trh, júl 2026 · 58 dopytov, 27 meraní, 1 439 platných pozorovaní

Manažérske zhrnutie

Zákazníci sa už nepýtajú len Google. Pýtajú sa AI a umelá inteligencia si sama vyberá, komu dá vo svojej odpovedi hlas. Táto štúdia nemapuje jednu firmu, ale celý trh: 1 439 meraní počas štyroch dní, kompletný záznam všetkých 3 457 citácií a 225 domén, ktoré do AI odpovedí vstúpili. Vďaka tomu vie povedať, ako sa na trhu v AI odpovediach vyhráva, kto ho dnes ovláda a kadiaľ vedú cesty dovnútra.

Trh v jednom lieviku

Z 1 439 meraní sa AI odpoveď zobrazila v 683 prípadoch. 552 z nich obsahovalo citačný blok a spolu citovali 3 457 zdrojov z 225 domén. Polovicu všetkých citácií (49,0 %) si berie desať z nich.

0 až 100 %

Takto sa líši aktivácia AI odpovede podľa konkrétneho dopytu. Priemer 47,5 % nehovorí takmer nič.

41,5 až 53,1 %

V takom rozpätí by jedno meranie vykazalo aktiváciu. Jednorazový audit je náhodný snímok.

2 z 58

dopytov malo AI odpoveď pri všetkých platných meraniach. Stabilita v AIO je výnimka, nie pravidlo.

Deväť poznatkov o trhu v AI odpovediach

- **O viditeľnosti v AIO rozhoduje zámer dopytu, nie veľkosť značky.** Pri otázkach o výbere obchodu a gradingu sa AI odpoveď spustila v 68,9 % meraní, pri dopytoch na kúpu konkrétneho produktu v 16,9 %.
- **Jedno meranie klame a vieme to teraz vyčíslieť.** Naprieč 27 meraniami by jednorazový audit vykázal aktiváciu 41,5 až 53,1 % a podiel najcitovanejšej domény trhu 30,0 až 70,0 %.
- **Citácie sa koncentrujú, víťaz berie väčšinu.** Najcitovanejšia doména trhu bola v 47,8 % citovaných odpovedí, zatiaľ čo do hry vstúpilo 225 domén; 10 najcitovanejších si berie 49,0 % všetkých citácií.
- **Trh nemá jediného lídra, každý zámer má vlastného.** Výkupu vládne cardyx.sk, gradingu gengar.cz, výberu obchodu vesely-drak.sk, hodnote kariet pricecharting.com a pravosti nekonecno.sk.
- **Autorita sa neprelieva do tržby automaticky.** cardyx.sk je citovaný v 64,3 % odpovedí o výkupe a v 86,0 % odpovedí o pravosti kariet, no pri nákupe konkrétneho produktu len v 7,9 %.
- **O odborné témy môžete prísť v prospech hráča mimo odvetvia.** Pri otázkach na pravosť kariet je nekonecno.sk v 100,0 % odpovedí, hoci na celom trhu je až deviatou najcitovanejšou doménou (14,5 %).
- **Denná doba nerozhoduje.** Domnienka o večernom okne sa v dátach nepotvrdila; rozdiel medzi najsilnejšou a najslabšou hodinou je 4,4 percentuálneho bodu.
- **AI cituje aj video, sociálne siete a aplikácie.** Sociálne a video platformy sa objavili v 47,5 % citovaných odpovedí, samotný Instagram v 27,0 %.
- **Citačný blok nie je uzavretá množina.** Z 225 domén ich 102, teda 45,3 %, vstúpilo do citácií až po prvom dni merania.

Čo z toho vyplýva

Byť na prvej strane Google už nestačí. Nová disciplína GEO (Generative Engine Optimization) rozhoduje o tom, či vás AI vyberie ako zdroj pravdy o vašom trhu. Kapitola 13 zhŕňa praktické závery, ktoré viete aplikovať vo vlastnej firme bez ohľadu na odvetvie.

Meranie prebehlo na slovenskom trhu, 17. až 20. júla 2026, 58 dopytov, 27 meraní, 1 439 platných pozorovaní. Domény sú uvedené menovite, tak ako sa objavili v citačnom bloku.

1 Nová bojová línia: odpoveď, nie odkaz

Prečo sa každá firma musí začať zaoberať tým, komu na jej 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 firmu 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, používateľ dostane odpoveď aj bez vás a vy sa o ňom nikdy nedozviete. Tento posun je dôvod, prečo vzniká nová disciplína: GEO (Generative Engine Optimization). Nenahrádza SEO, kladie nad neho novú vrstvu.

Prečo je to naliehavé práve teraz

Pozícia v citačnom bloku AIO je súčasne cieľom aj dôkazom kompetencie. Firma, ktorá sa v ňom objaví, získava podiel na pozornosti skôr, než konkurencia stihne zareagovať. Firma, ktorá v ňom chýba, je pre rastúcu časť používateľov neviditeľná, bez ohľadu na to, ako dobre je optimalizovaná pre Google.

Prečo opakované meranie, a nie ďalší zoznam rád

O AIO koluje množstvo generických odporúčaní a jednorazových auditov. My sme zvolili opačný prístup: vzali sme jeden živý konkurenčný trh a merali sme ho opakovane, 27-krát počas štyroch dní, od skorého rána po neskorý večer. Až taký záber umožňuje odlíšiť trvalý vzor od náhodného výkyvu.

Výsledkom nie je audit jednej firmy, ale mapa celého trhu: kto v AI odpovediach vedie pri ktorom zámere, ako sú citácie koncentrované a kadiaľ vedú vstupy do odpovede. Nasledujúce kapitoly prevádzajú desiatimi zisteniami a končia praktickými závermi.

2 Ako sme merali

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

Parameter	Hodnota
Skúmaný trh	slovenský trh zberateľských kartičiek (pokémon a športové karty)
Obdobie merania	17. až 20. júla 2026 (4 dni so záznamom)
Časové sloty	27 meraní v rozpätí 8:00 až 21:00
Počet dopytov	58 (8 typov zámeru, slovenské aj české formulácie)
Počet pozorovaní	1 439 platných (dopyt × meranie); 127 meraní so zlyhaným zberom dát vylúčených
Sledované metriky	aktivácia AIO · citačná pozícia · plný zoznam citovaných domén (3 457 citácií, 225 domén)
Kontrola integrity	číslovanie zdrojov bolo nezávisle overené vo všetkých 552 citačných blokoch, bez jedinej nezrovnalosti

Klasifikácia dopytov podľa zámeru

Dopyty sme rozdelili podľa zámeru používateľa, pretože práve zámer (nie objem hľadania) určuje, či a ako sa AIO správa: výber obchodu, výkup a predaj kariet, grading a certifikácia, nákup konkrétneho produktu, zisťovanie hodnoty a ceny, overovanie pravosti a ostatné.

Dôležité rozlíšenie: aktívna odpoveď a odpoveď s citáciami

Z 683 aktívnych AI odpovedí ich 552 (80,8 %) obsahovalo zoznam citovaných zdrojov; pri zvyšných 131 sa AI odpoveď zobrazila bez zachyteného citačného bloku. Podiely domén preto v celej štúdii počítame z 552 odpovedí, ktoré niekoho citovali, nie zo všetkých 683 aktívnych odpovedí.

Súhrnné čísla zahŕňajú aj 6 dopytov na názov konkrétnej značky; v rozpise podľa zámerov a dopytov ich neuvádzame.

Čo tento dataset nevie: citácia v zozname a zmienka v texte odpovede

Meranie zachytáva, či je doména medzi citovanými zdrojmi a na akej pozícii. Nezachytáva plné znenie textu AI odpovede, takže nevie rozlíšiť jemnejší jav: doménu, ktorá je citovaná v zozname zdrojov, ale samotný text odpovede ju nespomína. V praxi ide o dve rôzne úrovne viditeľnosti a odporúčame ich monitorovať oddelene.

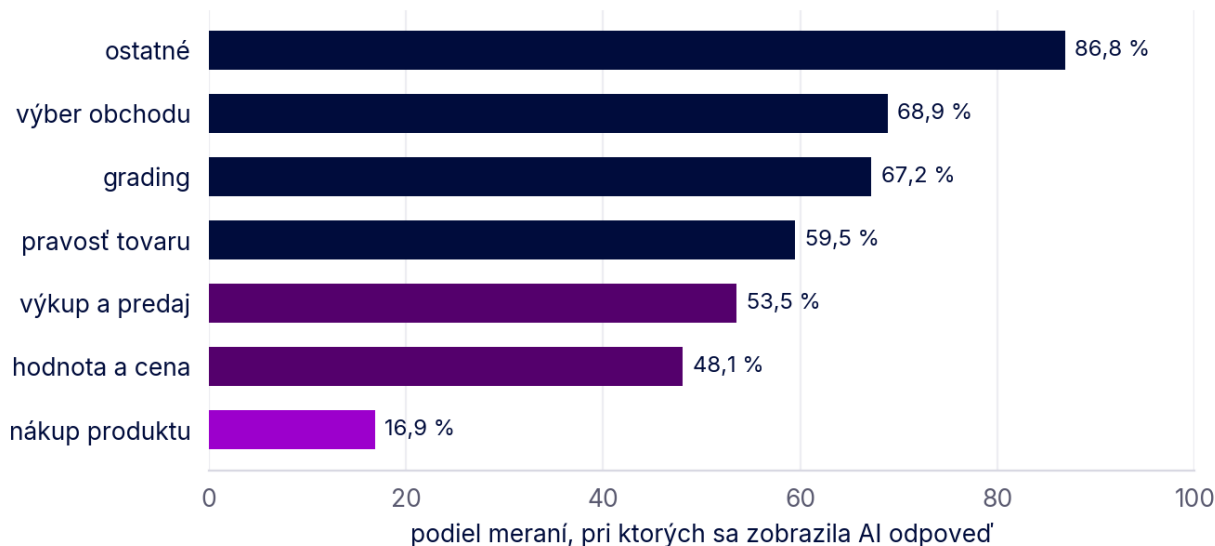
Čo dáta dokážu a čo nie

Toto je meranie jedného trhu počas štyroch dní. Presné percentá platia pre túto vzorku a nemajú sa čítať ako univerzálne konštanty. Univerzálne sú vzory a mechanizmy (závislosť od zámeru, koncentrácia citácií, volatilita), ktoré sa opakovane potvrdzujú aj v iných projektoch. Merané bolo na slovenskom trhu; tri dopyty boli formulované po česky, aby sme videli vplyv jazyka na tom istom trhu.

3 Zistenie 1: o viditeľnosti rozhoduje zámer

Prvá otázka GEO nezníe „na akej som pozícii“, ale „spustí sa vôbec AI odpoveď“.

Naprieč celou vzorkou sa AI odpoveď zobrazila pri 683 z 1 439 meraní (47,5 %). Toto číslo je však samo osebe zavádzajúce: vzniká spriemerovaním dvoch extrémov, teda dopytov, pri ktorých sa AIO spúšťa takmer vždy, a dopytov, pri ktorých sa nespustí nikdy. Práve ten rozptyl je poznatok.



Graf 1. Ako často sa AI odpoveď vôbec zobrazí, podľa typu dopytu.

Kompletné dáta podľa zámeru

Typ dopytu	Dopytov	Meraní	Aktivácia
ostatné	3	76	86,8 %
výber obchodu	5	122	68,9 %
grading	5	125	67,2 %
pravosť tovaru	3	74	59,5 %
výkup a predaj	14	340	53,5 %
hodnota a cena	4	104	48,1 %
nákup produktu	18	451	16,9 %

Kľúčová zákonitosť

Čím informačnejší zámer, tým vyššia aktivácia AIO. Google generuje AI odpoveď najochotnejšie tam, kde má syntetizovať vysvetlenie („ako“, „prečo“, „oplatí sa“). Pri čisto transakčných dopytoch na kúpu konkrétneho produktu AI odpoveď často vôbec nezobrazí, pretože usúdi, že používateľ chce zoznam obchodov a cien, nie esej.

Mŕtva zóna: dopyty, pri ktorých AIO nevzniklo ani raz

Dopyt	Aktivácia
Ako zistím cenu / hodnotu pokémon kartičky?	0 z 27
Kde kúpiť Ascended Heroes booster box na Slovensku?	0 z 27
Kde kúpiť One Piece TCG na Slovensku?	0 z 25

Dopyt	Aktivácia
Kde kúpiť Prismatic Evolutions booster bundle?	0 z 25
Kde kúpiť futbalové karty (Panini, Topps) na Slovensku?	0 z 23
Kde kúpiť pokémon bister boxy na Slovensku?	0 z 26
Kde kúpiť pokémon booster box za dobrú cenu na Slovensku	0 z 25
Kde kúpiť pokémon booster bundle na Slovensku?	0 z 25
Kde kúpiť pokémon karty s najlepšou cenou na Slovensku?	0 z 25
Kde kúpiť pokémon karty v Banskej Bystrici?	0 z 24
Kde v Bratislave vykupujú pokémon karty?	0 z 25
Kde vykupujú pokémon booster packy a balíčky?	0 z 25
Kde zohnať pokémon mystery box / blister na Slovensku?	0 z 25
Koľko stojí a koľko trvá grading pokémon karty?	0 z 25
Najlepší pokémon obchod v Bratislave	0 z 25
Sú lacné pokémon booster boxy z neznámych webov pravé?	0 z 24
Vykupujú obchody aj zapečatené (čínske) pokémon komplety	0 z 23

Vzor je jednoznačný. Ide takmer výhradne o dopyty na kúpu konkrétneho produktu, teda booster boxy, bundle a ETB, a k tomu dva lokálne bratislavské dopyty. Jediná výnimka smerom nahor je dopyt na nákup športových kariet, ktorý aktivoval AI odpoveď v 26 z 26 platných meraní. Rozdiel nerobí kategória tovaru, ale to, ako hustý je na danom dopyte komerčný výsledok.

Praktický dôsledok pre plánovanie

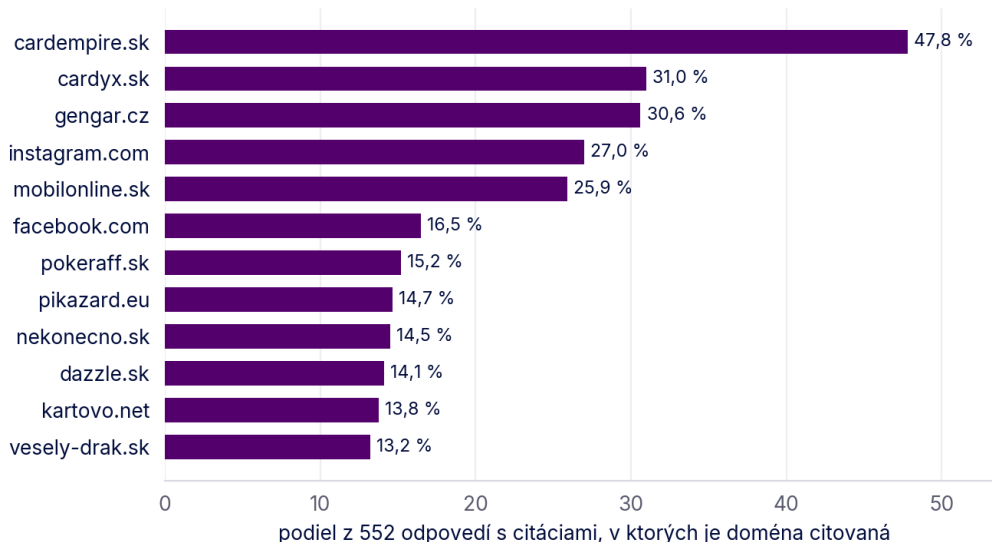
Skôr než investujete do obsahu alebo rozpočtu, zmapujte svoje dopyty do týchto pásiem. V zóne s vysokou aktiváciou sa oplatí bojovať o citáciu hĺbkovým obsahom. V mŕtvej zóne je AIO irelevantné, tam rozhoduje klasické SEO, porovnávače a platená reklama. Miešať tieto dve stratégie znamená míňať peniaze nesprávne.

4 Zistenie 2: víťaz berie väčšinu

V klasickom vyhľadávaní je na prvej strane desať odkazov. V AI odpovedi je hrstka citácií a jedna z nich berie leví podiel.

Naprieč 552 odpoveďami s citáciami sme zaznamenali 3 457 citácií z 225 rôznych domén. Priemerná AI odpoveď citovala 6,26 zdrojov (najviac 17).

Koncentrácia trhu je výrazná: 10 najcitovanejších domén, teda 4,4 % hráčov, berie 49,0 % všetkých citácií; zvyšných 215 domén si delí druhú polovicu. Najcitovanejšia doména sama drží 13,3 % celého citačného priestoru a objavuje sa v 47,8 % odpovedí. Na opačnom konci je 73 domén, ktoré boli citované jediný raz.



Graf 2. Podiel jednotlivých domén na 552 odpovediach s citáciami.

Najcitovanejšie zdroje trhu, menovite

#	Doména	Typ hráča	Odpovedí	Podiel
1	cardempire.sk	e-shop a výkup kariet	264	47,8 %
2	cardyx.sk	slovenský e-shop a výkup kariet	171	31,0 %
3	gengar.cz	český e-shop, výkup a asistovaný grading	169	30,6 %
4	instagram.com	sociálna sieť	149	27,0 %
5	mobilonline.sk	e-shop s elektronikou, blog o kartách	143	25,9 %
6	facebook.com	sociálna sieť	91	16,5 %
7	pokeraff.sk	slovenský výkup kariet	84	15,2 %
8	pikazard.eu	e-shop a výkup kariet	81	14,7 %
9	nekonecno.sk	e-shop s kartami, obsahový blog	80	14,5 %
10	dazzle.sk	e-shop, výkup a asistovaný grading	78	14,1 %
11	kartovo.net	slovenský e-shop a výkup	76	13,8 %
12	vesely-drak.sk	e-shop so spoločenskými hrami a kartami	73	13,2 %

Zvyšných 213 domén sa objavilo v menej než 13,2 % odpovedí. Typ hráča je zaradenie MBG podľa charakteru webu, nie oficiálna kategorizácia.

Čo z koncentrácie vyplýva pre stratégiu

Odmena je koncentrovaná, preto polovičné úsilie nemá zmysel. Oplatí sa vybrať si dopyty, kde reálne môžete byť najlepší zdroj, a tie ovládnuť do hĺbky, než sa rozdrobiť na desiatky tém, kde skončíte mimo citačného bloku. GEO je boj o dominanciu v úzkom výbere, nie o priemer naprieč všetkým.

Akého typu sú zdroje, ktoré AI cituje

Typ zdroja	Citácií	Podiel
weby obchodov a poskytovateľov	2 139	61,9 %
zahraničné zdroje	795	23,0 %
UGC a sociálne siete	456	13,2 %
katalógy a agregátory	67	1,9 %

Základ tvorí všetkých 3 457 jednotlivých citácií vrátane opakovaných URL v rámci jednej odpovede. Medzi webmi sú aj e-shopy mimo odvetvia, ktoré do odborných tém vstupujú obsahom, nie ponukou. Typ zdroja je zaradenie MBG.

Kto je vyššie, keď stoja v tej istej odpovedi

Tri najcitovanejšie výkupné a obsahové weby trhu sa často stretávajú v tej istej odpovedi. Tabuľka ukazuje, ako často bol prvý z dvojice citovaný vyššie, a v koľkých odpovediach bol druhý citovaný bez prvého.

Dvojica domén	Spoločných odpovedí	Prvá z dvojice vyššie	Druhá citovaná bez prvej
cardyx.sk a gengar.cz	59	cardyx.sk: 57,6 %	gengar.cz: 110
cardyx.sk a mobilonline.sk	87	cardyx.sk: 32,2 %	mobilonline.sk: 56
gengar.cz a mobilonline.sk	50	gengar.cz: 38,0 %	mobilonline.sk: 93

Priama konfrontácia dopadá rôzne, no posledný stĺpec je dôležitejší než samotný súboj: ukazuje, v koľkých odpovediach je jeden hráč citovaný a druhý tam nie je vôbec. Nedá sa vyhrať súboj, do ktorého ste nenastúpili.

Jadro a rotujúci chvost: o koľko miest sa v skutočnosti súťaž

Pohľad na jednotlivé dopyty ukazuje, že citačný blok nie je náhodná zostava. Na jeden dopyt sa počas štyroch dní vystrieda v priemere 15,0 rôznych domén, no iba 2,2 z nich tvorí stabilné jadro, teda sú citované aspoň v 80 % odpovedí. Zvyšok rotuje.

Dopyt	Domén celkom	Stabilné jadro	Odpovedí
Ako prebieha výkup pokémon kariet — postup krok za krokom	9	6	20
Aký je rozdiel medzi PSA, BGS a inými grading firmami?	45	4	21
Ktorý slovenský obchod ponúka najlepšiu cenu za výkup pokémon kariet?	10	4	17
Kde v Česku vykoupí pokémon karty?	24	4	19
Ako prebieha zaslanie pokémon kariet na PSA grading?	10	3	23
Kde predobjednať pokémon novinky (Storm Emerald, Pokém	30	0	18
Ktorý slovenský eshop s pokémon kartami má najrýchlejšie d	15	0	15
Oplatí sa predáť staré pokémon karty obchodu?	17	0	13
Vykupujete i booster packy? (CZ)	19	0	12

Reálny cieľ nie je odpoveď, ale jadro

Rozdiel medzi 15,0 doménami a 2,2 miestami je celá stratégia GEO. Dostať sa do odpovede raz za čas znamená patriť do rotujúceho chvosta, kde vás model berie ako náhradu. Patriť do jadra znamená byť citovaný takmer vždy. Pri procesných dopytoch (postup výkupu, zaslanie na PSA grading) je jadro úzke a stabilné, pri porovnávacích a cenových sa rozpadá na desiatky rotujúcich domén.

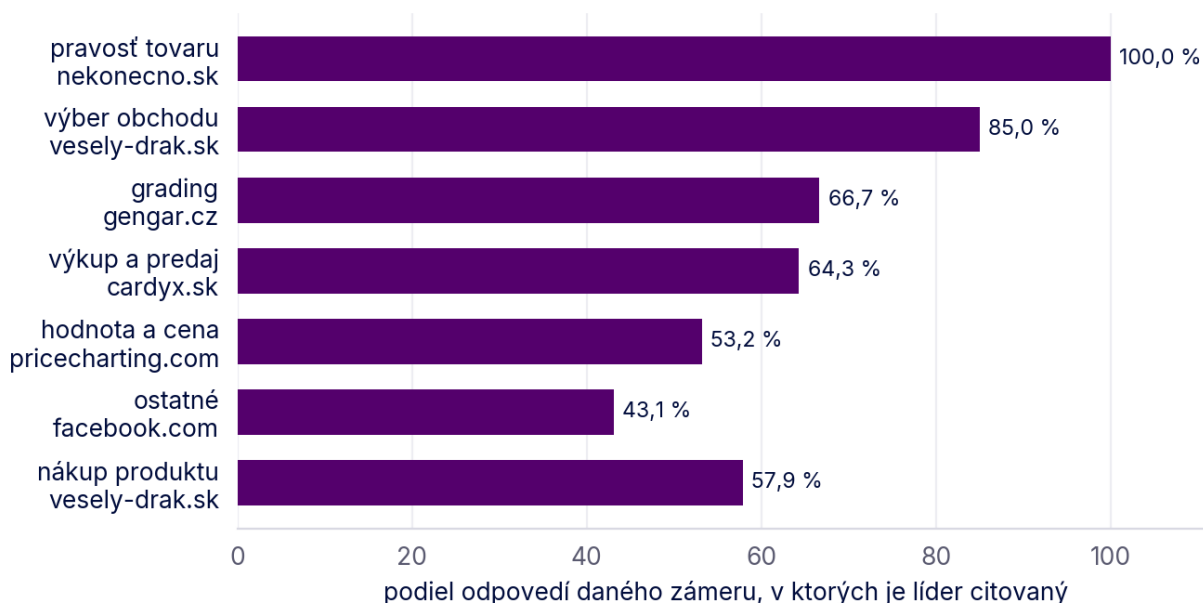
Zistenie 3: každý zámer má vlastného lídra

Koncentrácia z predchádzajúcej kapitoly neznamená, že celému trhu vládne jeden hráč. Po rozdelení podľa zámeru sa objaví 7 samostatných súbojov.

Pre každý zámer sme určili dominantnú doménu, teda hráča, ktorý je v odpovediach daného klastra citovaný najčastejšie, a to, ako často táto doména drží aj prvú citačnú pozíciu. Výsledok je prekvapivo čistý: zo 7 zámerov má 6 rôzneho lídra a viacerí z nich nie sú špecialisti na zberateľské karty (napríklad facebook.com a pricecharting.com).

Zámer	Aktivácia	Líder zámeru	V odpovediach	Najčastejšie prvý
ostatné	86,8 %	facebook.com	43,1 %	5,2 %
výber obchodu	68,9 %	vesely-drak.sk	85,0 %	50,0 %
grading	67,2 %	gengar.cz	66,7 %	36,0 %
pravosť tovaru	59,5 %	nekonecno.sk	100,0 %	0,0 %
výkup a predaj	53,5 %	cardyx.sk	64,3 %	9,8 %
hodnota a cena	48,1 %	pricecharting.com	53,2 %	2,1 %
nákup produktu	16,9 %	vesely-drak.sk	57,9 %	31,6 %

Líder zámeru = doména citovaná v najväčšom podiele odpovedí so zdrojmi v danom klastri. Najčastejšie prvý = ako často táto doména drží aj prvú citačnú pozíciu v klastri.



Graf 3. Mapa vlastníctva zámerov: podiel odpovedí daného zámeru, v ktorých je doména citovaná.

Trh sa nezískava naraz, ale po zámeroch

Žiadna doména nevedie vo viac než dvoch zámeroch (vesely-drak.sk vo výbere obchodu a pri nákupe produktu). To je strategicky zásadné: na trhu v AI odpovediach sa nesúťaží o trh ako celok, súťaží sa o jednotlivé zámeri. Reálny cieľ pre každú značku preto nezníe „byť viditeľný v AI“, ale „vybrať si zámer, ktorý viem obsadiť, a byť v ňom citovaný v 90 a viac percentách odpovedí“.

Ako sú jednotlivé zámery uzavreté

Zámer	Domén v poli	Podiel prvej trojice	Charakter poľa
pravosť tovaru	14	49,4 %	uzavreté
výber obchodu	37	38,3 %	stredne otvorené
výkup a predaj	52	31,7 %	stredne otvorené
grading	61	30,5 %	stredne otvorené
nákup produktu	56	26,6 %	otvorené
hodnota a cena	50	22,5 %	otvorené
ostatné	58	20,4 %	otvorené

Najužšie pole má overovanie pravosti kariet. Súťaží v ňom len 14 domén a dominantná z nich je v každej jednej odpovedi. Kto tam nie je dnes, nedostane sa tam náhodou. Najotvorenejšie je naopak zisťovanie hodnoty a ceny, kde prvá trojica drží len 22,5 % citácií a vedú zahraničné cenové nástroje.

Obsahový votrelec: keď odbornú tému ovládne hráč mimo odvetvia

Najvýraznejší príklad z celej vzorky: pri dopytoch na pravosť kariet drží prvenstvo nekonecno.sk, teda e-shop, ktorý do témy vstúpil obsahovým blogom, a je citovaný v 100,0 % odpovedí. Pre firmu z toho plyní neprijemný, ale užitočný záver: musíte merať konkrétne formulácie, nie témy.

Generalisti a špecialisti

Doména	Prítomná v zámeroch	Celková prítomnosť	Najsilnejší zámer	Podiel v ňom
cardempire.sk	7 z 8	47,8 %	výber obchodu	66,7 %
cardyx.sk	6 z 8	31,0 %	výkup a predaj	64,3 %
gengar.cz	7 z 8	30,6 %	výkup a predaj	55,2 %
instagram.com	8 z 8	27,0 %	výkup a predaj	28,7 %
mobilonline.sk	7 z 8	25,9 %	výkup a predaj	44,1 %
facebook.com	6 z 8	16,5 %	výkup a predaj	29,4 %
pokeraff.sk	2 z 8	15,2 %	výkup a predaj	58,0 %
pikazard.eu	3 z 8	14,7 %	výkup a predaj	55,2 %
nekonecno.sk	5 z 8	14,5 %	pravosť tovaru	100,0 %
dazzle.sk	4 z 8	14,1 %	výkup a predaj	44,1 %

Počet zámerov zahŕňa aj dopyty na názov značky, ktoré v rozpise neuvádzame.

Špecializácia je lacnejšia než všadeprítomnosť

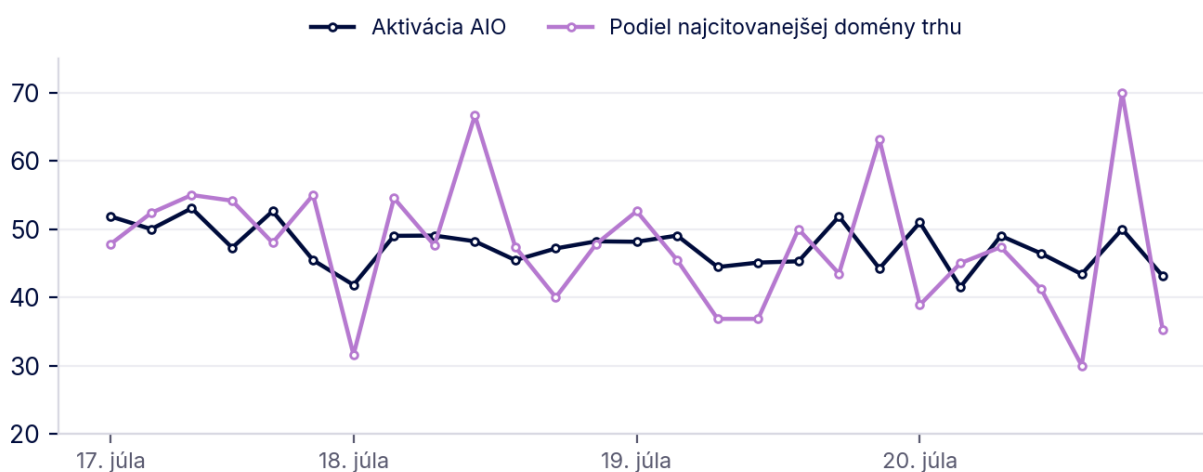
vesely-drak.sk je prítomný len v dvoch zámeroch z ôsmich, no vo výbere obchodu je v 85,0 % odpovedí a má najlepšiu priemernú pozíciu na trhu (1,96). nekonecno.sk je podobný prípad pri pravosti kariet. Ani jeden z nich nie je najväčší obchod na trhu. Naopak Instagram je prítomný vo všetkých ôsmich zámeroch, ale zvyčajne nižšie v zozname.

6 Zistenie 4: jedno meranie klame

Najpodceňovanejšie riziko GEO nie je nízka pozícia. Je to falošná istota z jediného merania, ktorú teraz vieme presne vyčíslieť.

Rovnaký trh s rovnakými 58 dopytmi sme zmerali 27-krát. Keby sme sa pozreli len raz, výsledok by závisel od toho, kedy presne sme sa pozreli:

Ak by ste merali iba raz...	Najnižší výsledok	Najvyšší výsledok	Rozpätie	4-dňová pravda
Aktivácia AIO	41,5 % (20. 7., 10:00)	53,1 % (17. 7., 12:00)	11,6 b.	47,5 %
Podiel najcitovanejšej domény trhu v citovaných odpovediach	30,0 % (20. 7., 17:00)	70,0 % (20. 7., 19:00)	40,0 b.	47,8 %



Graf 4. Každý bod je jedno meranie 58 dopytov. Jednorazový audit trafi ktorýkoľvek bod na krivke a bude sa tváriť ako fakt.

Stabilita na úrovni jednotlivých dopytov

Správanie dopytu naprieč platnými meraniami	Počet dopytov	Podiel	Pozorovaní
AI odpoveď sa zobrazila pri každom meraní	2	3,4 %	49
Aktivácia kolísala medzi meraniami	38	65,5 %	940
AI odpoveď sa nezobrazila ani raz	18	31,0 %	450

Iba 2 z 58 dopytov mali AI odpoveď pri každom platnom meraní

Z 58 sledovaných dopytov mali AI odpoveď pri všetkých platných meraniach iba 2: „Kde kúpiť NBA zberateľské karty na Slovensku?“ a „Najdôveryhodnejší obchod na pokémon karty na Slovensku“. Pri ďalších 38 dopytoch aktivácia kolísala. Viditeľnosť v AIO nie je stav, ktorý si udržíte, ale pravdepodobnosť, ktorú si zvyšujete.

Ako často sa mení prvá citácia

Volatilita nie je naprieč trhom rovnaká. Pri procesných dopytoch drží prvú citáciu stále ten istý web, pri porovnávacích a cenových sa mení takmer pri každom meraní. Rozdiel je taký ostrý, že ide o dve odlišné súťaže.

Dopyt	Zmien #1	Domén na #1	Najčastejší držiteľ #1
Kde mi predbežne nacenía pokémon karty z fotky?	16 z 16 (100 %)	10	nekonecno.sk (18 %)

Dopyt	Zmien #1	Domén na #1	Najčastejší držiteľ #1
Kde online vykúpiť pokémon karty, ak nie som z mesta s predajňou?	14 z 15 (93 %)	8	gengar.cz (31 %)
Aká je najdrahšia pokémon karta na svete?	19 z 22 (86 %)	12	cardempire.sk (17 %)
Aký je rozdiel medzi PSA, BGS a inými grading firmami?	17 z 20 (85 %)	6	cardgrade.io (33 %)
Oplatí sa predávať staré pokémon karty obchodu?	10 z 12 (83 %)	8	cardempire.sk (23 %)
Ako prebieha zaslanie pokémon kariet na PSA grading?	0 z 22 (0 %)	1	gengar.cz (100 %)

Dve rôzne súťaže na jednom trhu

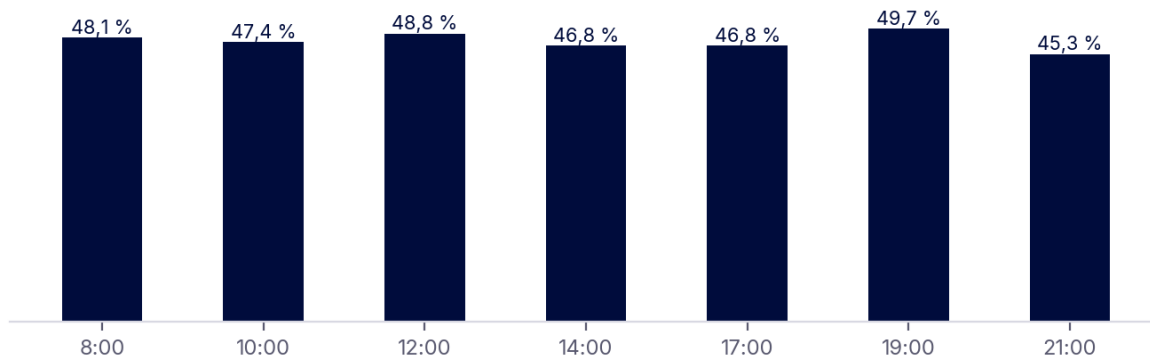
V procesnej zóne je prvá pozícia zamrznutá: pri zaslaní kariet na PSA grading sa nezmenila ani raz naprieč 22 prechodmi. V porovnávacej a cenovej zóne sa mení v 83 až 100 % prechodov a striedajú sa na nej až desiaty rôzni hráči. Pre firmu to znamená, že tieto pozície sa dobývajú ľahšie, no nedajú sa vlastniť; treba ich obhajovať priebežne.

Dôsledok pre riadenie

Zmysluplná metrika nie je „na akej sme pozícii“, ale „v koľkých percentách meraní za obdobie sme citovaní a na akej priemernej pozícii“. To sa dá získať jedine opakovaným, automatizovaným monitoringom. Jednorazový screenshot je v tomto prostredí takmer bezcenný a rozhodnutia postavené naň sú riziko.

7 Zistenie 5: denná doba nerozhoduje

O AIO koluje domnienka, že sa večer prebúdzajú a lokálne dopyty ožívajú po pracovnej dobe. Naše dáta ju nepotvrdzujú a je to poučné.



Graf 5. Aktivácia AI odpovede podľa hodiny merania.

Hodina	Meraní	Aktivácia AIO
8:00	214	48,1 %
10:00	209	47,4 %
12:00	207	48,8 %
14:00	218	46,8 %
17:00	218	46,8 %
19:00	159	49,7 %
21:00	214	45,3 %

Test hypotézy o večernom okne

Ak by platilo, že komerčné dopyty ožívajú večer, videli by sme rastúcu krivku. Vidíme rovnú čiaru: rozdiel medzi najsilnejšou a najslabšou hodinou je 4,4 percentuálneho bodu a najnižšiu aktiváciu má práve večerné meranie o 21:00. Odporúčania typu „presuňte rozpočet do večerného okna“ teda v našich dátach nemajú oporu a pritom stoja reálne peniaze, ak sa podľa nich riadi nákup médií.

Kde má koordinácia s PPC napriek tomu zmysel

Denná doba síce nevytvára spoľahlivé okno, no aktivačná mapa zo Zistenia 1 áno. Pri dopytoch, kde sa AIO nespúšťa vôbec, teda pri nákupe konkrétnych produktov, zostáva celý priestor nad výsledkami klasickému SERP-u a platenej reklame. Je racionálne posilniť pri nich PPC a porovnávať namiesto GEO obsahu.

Stabilita naprieč dňami

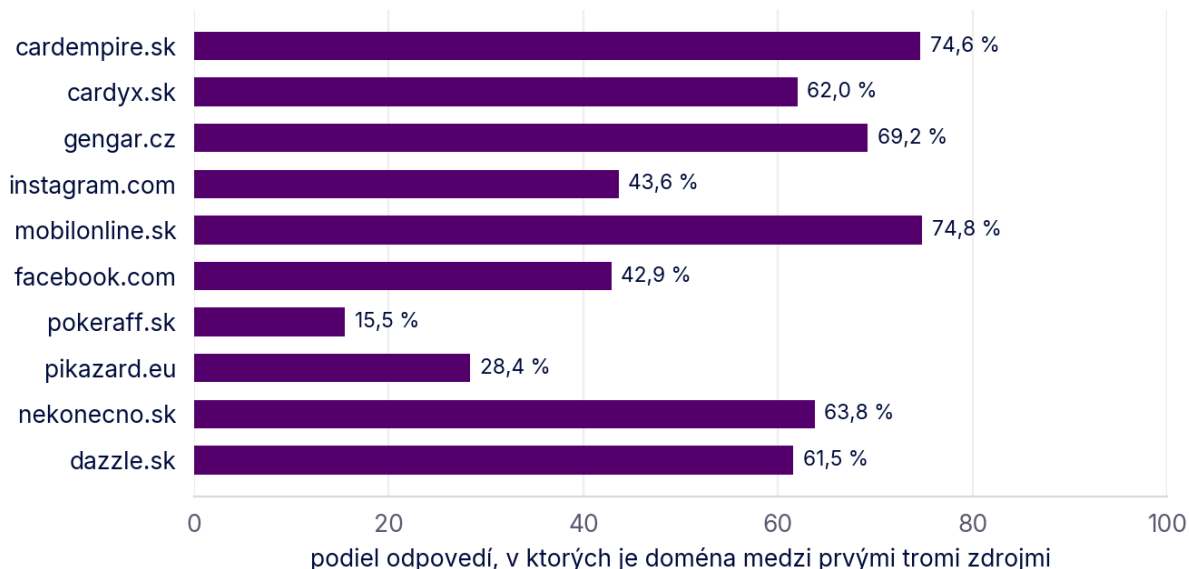
Ako často sa AIO spúšťa, je naprieč dňami pomerne stabilné. Koho si vyberie, sa mení oveľa viac (kapitola 6).

Deň merania	Slotov	Meraní	Aktivácia
17. 7. 2026	6	322	50,0 %
18. 7. 2026	7	379	47,0 %
19. 7. 2026	7	371	46,9 %
20. 7. 2026	7	367	46,3 %

8 Zistenie 6: v odpovedi nie sú všetky miesta rovnaké

Dostať sa do citačného bloku je prvý krok. Kde v ňom skončíte, závisí od toho, aký typ zdroja ste.

Naprieč celým trhom skončila doména v TOP 3 citačného bloku v 49,8 % prípadov a jej priemerná pozícia bola 4,11. Za týmto priemerom sa však skrývajú dva rôzne svety: weby obchodov a obsahové weby, ktoré sú citované vysoko, a sociálne siete a katalógy, ktoré model pridáva nižšie do zoznamu.



Graf 7. Podiel odpovedí, v ktorých je doména medzi prvými tromi zdrojmi. 10 najcitovanejších domén trhu.

Doména	Odpovedí	Priem. pozícia	Na 1. mieste	V TOP 3
cardempire.sk	264	2,53	49,6 %	74,6 %
cardyx.sk	171	3,06	22,2 %	62,0 %
gengar.cz	169	2,85	32,0 %	69,2 %
instagram.com	149	4,00	6,7 %	43,6 %
mobilonline.sk	143	2,66	38,5 %	74,8 %
facebook.com	91	4,54	11,0 %	42,9 %
pokeraff.sk	84	6,19	0,0 %	15,5 %
pikazard.eu	81	4,98	3,7 %	28,4 %
nekonecno.sk	80	3,17	7,5 %	63,8 %
dazzle.sk	78	3,46	23,1 %	61,5 %
vesely-drak.sk	73	1,96	57,5 %	89,0 %

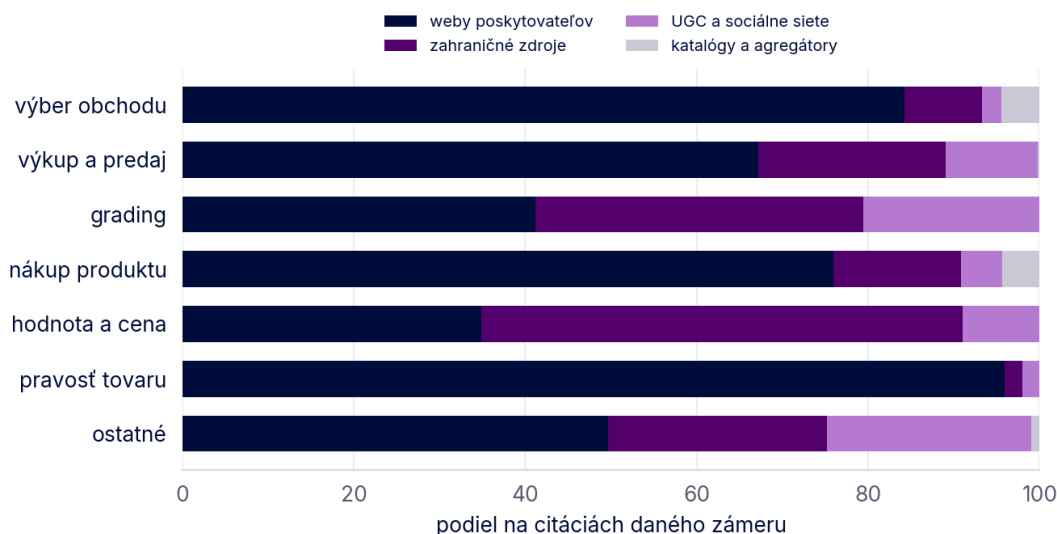
Pozícia = najlepšie poradie domény v danej odpovedi. Základ = odpovede, v ktorých bola doména citovaná. vesely-drak.sk je doplnený ako doména s najlepšou priemernou pozíciou na trhu.

Prah, nie rebríček

Pre weby, ktoré na otázku odpovedajú priamo, je rozdiel medzi „nie sme v odpovedi“ a „sme v odpovedi“ oveľa väčší než rozdiel medzi pozíciou 2 a 4: vesely-drak.sk skončil v TOP 3 v 89,0 % svojich odpovedí, mobilonline.sk v 74,8 %. Sociálne siete sú v odpovediach často, no nižšie: instagram.com je v TOP 3 len v 43,6 % prípadov. Energiu preto investujte najprv do prekročenia prahu, teda do stránky, ktorú model považuje za priamu odpoveď.

9 Zistenie 7: anatómia odpovede podľa zámeru

AI neskladá každú odpoveď z rovnakej suroviny. Zloženie citačného bloku sa mení podľa zámeru dopytu.



Graf 8. Zloženie citačného bloku podľa zámeru dopytu, v % všetkých citácií daného zámeru.

Dve odlišné receptúry

Odborné a porovnávacie dopyty okolo gradingu a hodnoty kariet sú hybridné: podiel zahraničných zdrojov stúpa na 38 až 56 % a komunitné diskusie tvoria ďalšiu pätinu. Kto tu nemá slovenský obsah, prenecháva priestor zahraničným nástrojom a Redditu.

Nákupné a lokálne dopyty majú druhú receptúru: prevažujú weby obchodov a ostatné typy zdrojov sa dostávajú len na okraj.

Nepriame vstupy do AIO: porovnávače a recenzie

Katalógy a porovnávače tvoria len 1,9 % citácií, no objavujú sa najmä pri výbere obchodu a nákupe produktu, teda tam, kde zákazník porovnáva obchody a ich hodnotenia. Aktuálny profil na porovnávačoch je teda súčasťou GEO, nielen marketingu.

Koľko miest je vôbec v hre

Zámer	Priem. zdrojov v odpovedi	Rozsah	Odpovedí
grading	7,51	1 až 17	75
hodnota a cena	7,32	1 až 15	47
ostatné	6,81	1 až 13	58
výkup a predaj	6,25	1 až 15	143
výber obchodu	5,93	1 až 12	60
pravosť tovaru	5,70	3 až 9	43
nákup produktu	5,47	1 až 13	38

Menší blok znamená tvrdšiu súťaž

Pri nákupe produktu je blok najužší (5,47 zdroja), takže o každé miesto je tvrdšia súťaž. Naopak pri gradingu a hodnote kariet je blok najširší (nad sedem zdrojov), čo znamená viac miest, no zároveň väčšiu konkurenciu zahraničných zdrojov. Práve tam sa dá vstúpiť najlacnejšie.

Zistenie 8: jazyk a lokalita menia všetko

Ten istý trh, to isté meranie a odlišné svety podľa toho, v akom jazyku a s akým mestom je dopyt formulovaný.

Jazyk dopytu	Dopytov	Meraní	Aktivácia AIO	Podiel cardyx.sk	Podiel gengar.cz
slovenské dopyty	55	1364	46,6 %	32,1 %	27,4 %
české dopyty	3	75	62,7 %	12,9 %	83,9 %

Podiel = podiel odpovedí s citáciami v danom jazyku, v ktorých je doména citovaná.

Jazyk dopytu prepína trh

Pri česky formulovaných dopytoch bola aktivácia dokonca vyššia než pri slovenských (62,7 % oproti 46,6 %), no AI siahla po českých obchodoch, teda gengar.cz, pokesihomat.cz, shadowball.cz a cardstore.cz. Slovenský cardyx.sk klesol z 32,1 % na 12,9 %, český gengar.cz naopak stúpol z 27,4 % na 83,9 %. Ak chcete obsluhovať druhý trh, potrebujete preň samostatný obsah, nie predpoklad, že web v jednom jazyku stačí.

Lokálne dopyty s názvom mesta

Lokálny dopyt	Aktivácia AIO
Kde kúpiť pokémon booster box v ČR?	4,2 %
Kde kúpiť pokémon karty v Banskej Bystrici?	0,0 %
Kde v Banskej Bystrici vykupujú pokémon karty?	81,8 %
Kde v Bratislave vykupujú pokémon karty?	0,0 %
Kde v Česku vykoupí pokémon karty?	92,0 %
Najlepší pokémon obchod v Bratislave	0,0 %

Metropola verzus región

Identická otázka na výkup mala v Bratislave 0 z 25 platných meraní s AI odpoveďou, v Banskej Bystrici 18 z 22. V hlavnom meste je na lokálnych dopytoch najviac obchodov a inzercie, priestor nad výsledkami je obsadený mapou a AI odpoveď sa nezobrazuje. V krajskom meste je konkurencia redšia a odpoveď má priestor vzniknúť. Rovnaký vzor sme nezávisle namerali aj na inom trhu v inej krajine.

Nie je to len mesto, je to formulácia

Dopyt „Kde kúpiť pokémon karty v Banskej Bystrici?“ mal aktiváciu 0 %, zatiaľ čo „Kde v Banskej Bystrici vykupujú pokémon karty?“ 81,8 %. To isté mesto, ten istý tovar, iné sloveso. O aktivácii nerozhoduje lokalita ako taká, ale to, či je dopyt nákupný alebo informačný.

Zistenie 9: AI cituje aj video a sociálne siete

Citačný blok nie je len o weboch. Pri správnych témach sa medzi zdroje dostávajú videá, profily na sociálnych sieťach aj komunitné diskusie.

Sociálne a video platformy sa objavili v 47,5 % odpovedí s citáciami a spolu tvoria 13,2 % všetkých citácií. Na tomto trhu teda nejde o okrajový jav, ale o plnohodnotný vstup do odpovede.

Platforma	Typ	Odpovedí	Podiel z 552	Citácií	Najčastejšie pri zámere
instagram.com	sociálna sieť	149	27,0 %	196	výkup a predaj
facebook.com	sociálna sieť	91	16,5 %	112	výkup a predaj
reddit.com	komunitné diskusie	46	8,3 %	99	grading
youtube.com	video platforma	35	6,3 %	42	grading
play.google.com	obchod s aplikáciami	32	5,8 %	57	hodnota a cena
tiktok.com	krátke video	4	0,7 %	4	ostatné
x.com	sociálna sieť	3	0,5 %	3	grading

Najsilnejší signál kapitoly

Instagram sa dostal do 27,0 % všetkých citovaných odpovedí a najčastejšie ho AI cituje pri dopytoch na výkup a predaj (28,7 % odpovedí tohto zámeru). To dokazuje, že firemný sociálny profil nie je len marketing pre followerov: je to priamy vstup do citačného bloku AIO a zdroj, z ktorého si model skladá odpoveď na otázku, kto ste a či ste dôveryhodní.

Ktorá platforma patrí ku ktorej téme

Rozdelenie nie je náhodné. Instagram a Facebook vstupujú najmä do výkupových dopytov a do otázok na komunitu a turnaje, kde model hľadá dôkaz o existencii a aktivite obchodu či komunity. Reddit a YouTube vstupujú do gradingu, teda tam, kde používateľ hľadá skúsenosti a postup, ktorý sa lepšie ukáže než popíše. Obchod s aplikáciami sa objavuje pri zisťovaní hodnoty kariet, pretože AI odporúča skenovacie aplikácie ako nástroj.

Nezanedbateľný hráč: komunitné diskusie

reddit.com sa objavil v 8,3 % citovaných odpovedí a nazbieral 99 citácií, najčastejšie pri gradingu a porovnaní certifikačných firiem. Pre značku to znamená, že súčasťou GEO nie je len vlastný obsah, ale aj to, ako sa o vás hovorí v komunitách, ktoré model považuje za autentický zdroj.

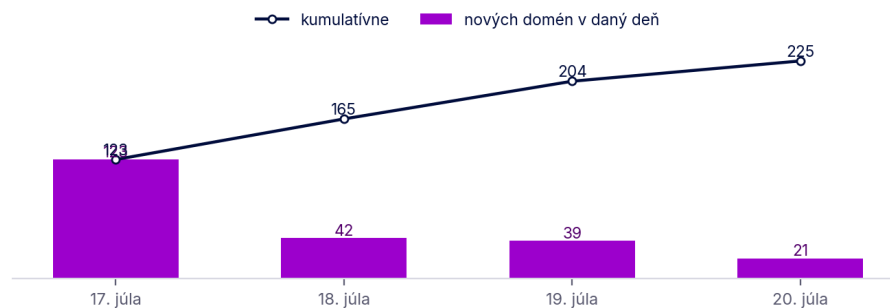
Čo s tým prakticky

Pri témach, ktoré sa lepšie ukážu než popíšu, teda otváranie balíčkov, kontrola pravosti a balenie kariet na grading, natočte krátke odborné video. Presný vyhľadávací dopyt dajte do názvu aj do prvých sekúnd stopy, aby ho model zachytil z prepisu. Instagramový a facebookový profil držte aktuálny, pretože sa v odpovediach objavuje ako dôkaz o firme.

12 Zistenie 10: citačný blok nie je uzavretá množina

Meranie zachytilo niečo, čo jednorazový audit ukázať nevie: ako sa zostava citovaných domén mení v čase.

Z 225 domén, ktoré sa počas merania objavili, ich 123 bolo prítomných už prvý deň, no zvyšných 102, teda 45,3 %, vstúpilo do citačného bloku až neskôr. Citačný blok teda nie je uzavretá množina, do ktorej sa nedá dostať.



Graf 9. Koľko nových domén pribudlo v jednotlivých dňoch merania.

Deň merania	Nových domén	Kumulatívne
17. júla	123	123
18. júla	42	165
19. júla	39	204
20. júla	21	225

Kto sa uchytil po vstupe

Doména	Prvý výskyt	Citácií	Odpovedí
bbc.com	18. júla	6	6
godofcards.com	19. júla	6	6
antci.sk	18. júla	6	5
cardsnpacks.com	18. júla	5	5
preskoly.sk	19. júla	5	5
tcgkarty.cz	18. júla	5	5
edition.cnn.com	18. júla	4	4
firmy.cz	18. júla	4	4

Niektorí neskôr prichádzajú sa uchytili rýchlo a do konca merania sa dostali do niekoľkých odpovedí. Opačným smerom sa pritom trh mení oveľa menej: domény s vyšším počtom výskytov zostávali v hre počas celého obdobia.

Čo z toho vyplýva pre plánovanie obsahu

Zostava zdrojov sa obmieňa každý deň, čo je pre nováčika dobrá správa a pre lídra varovanie. Vstup do citačného bloku nie je otázka rokov budovania autority, ale existencie stránky, ktorá presne odpovedá na položený dopyt. Zároveň to znamená, že prítomnosť treba obhajovať priebežne, nie ju považovať za dosiahnutý stav.

Limit tohto pozorovania

Meranie zachytáva, kedy sa adresa objavila v citačnom bloku, nie kedy bola publikovaná, takže priamo nemeria odstup medzi publikovaním a prvou citáciou. Kto ho chce zmerať, môže publikovať stránku na dopyt s vysokou aktiváciou a merať ten dopyt denne dva týždne pred publikovaním a po ňom.

13 Praktické závery: ako sa na trhu v AIO vyhráva

Osem prenositeľných princípov, ktoré vyplývajú z 1 439 meraní a platia naprieč odvetvami.

1. **Najprv zistite, kde AIO vôbec žije.** Nezačínajte otázkou „na akej som pozícii“, ale „spúšťa sa pri mojich dopytoch AI odpoveď“. Zmapujte dopyty podľa zámeru a zistite mieru aktivácie. Tam, kde sa AIO nespúšťa, hrajte klasické SEO a porovnávače; tam, kde žije, hrajte GEO.
2. **Merajte pravdepodobnosť, nie stav.** Jedno meranie by v našej vzorke vykazovalo aktiváciu 41,5 až 53,1 % a podiel najcitovanejšej domény 30,0 až 70,0 %. Sledujte, v koľkých percentách opakovaných meraní ste citovaní a na akej priemernej pozícii.
3. **Merajte formulácie, nie témy.** Dva takmer totožné dopyty dopadli v našej vzorke opačne: „Kde kúpiť pokémon karty v Banskej Bystrici?“ malo nulovú aktiváciu, „Kde v Banskej Bystrici vykupujú pokémon karty?“ 81,8 %. Vytvorte si zoznam reálnych viet, ktorými sa zákazníci pýtajú.
4. **Ovládnite na svojom trhu vrstvu „ako sa to robí“.** Modely citujú zdroje, ktoré vysvetľujú, nie tie, ktoré len predávajú. nekonečno.sk sa obsahovým blogom dostal do 100,0 % odpovedí o pravosti kariet, hoci na celom trhu je až deviatou doménou. A bráňte si túto vrstvu: odbornú tému vám môže obsadiť aj hráč mimo odvetvia.
5. **Premostite autoritu do tržby.** Obsahová autorita sa sama neprelieva do nákupných dopytov: cardyx.sk je citovaný v 64,3 % odpovedí o výkupe, no pri nákupe produktu len v 7,9 %. Prepojte vysvetľujúci obsah s konverznými stránkami a cenníkmi. Cieľom je, aby vás model prestal vnímať len ako zdroj poznania a začal aj ako miesto, kde sa transakcia deje.
6. **Spravujte aj nepriame vstupy: recenzie a porovnávače.** Pri výbere obchodu a nákupe produktu vstupujú do odpovede katalógy a porovnávače s hodnoteniami obchodov. Aktuálny a dobre hodnotený profil je cesta do odpovede o tom, kde nakúpiť.
7. **Video a sociálne siete sú vstupenka.** Sociálne a video platformy boli v 47,5 % citovaných odpovedí. Pri všetkom, čo sa lepšie ukáže než popíše, AIO cituje video vrátane vašich vlastných profilov.
8. **Overujte si pravidlá a koordinujte GEO s PPC podľa mapy, nie podľa hodín.** Domnienka o večernom okne sa v našich dátach nepotvrdila. Zmysluplná koordinácia s platenou reklamou nestojí na dennej dobe, ale na aktívnej mape: kde AIO nežije, tam nech pracuje PPC a porovnávač.

Ako to previesť do praxe

TÝŽDEŇ 1 AŽ 2

Fáza 0 · Zmerajte poriadne

Zostavte zoznam reálnych formulácií zákazníkov, zmapujte ich do zón aktivácie a spustíte opakované meranie naprieč dňom. Etablujte KPI „% citovanosti + priemerná pozícia“.

TÝŽDEŇ 2 AŽ 8

Fáza 1 · Ovládnite informačnú vrstvu

V zóne s vysokou aktiváciou vytvorte alebo prehĺbte úzke sprievodce pre dopyty, kde môžete byť najlepším zdrojom, typicky postupy, overovanie a porovnanie vo vašom odbore. Doplníte krátke odborné videá.

MESIAC 2 AŽ 4

Fáza 2 · Premostite do tržby

Prepojte silný obsah s konverznými stránkami, rozdeľte služby na konkrétne situácie, na ktoré sa zákazníci pýtajú, a udržiavajte aktuálne recenzné profily, ktoré AI cituje.

MESIAC 4 A ĎALEJ

Fáza 3 · Urobte z merania rutinu

Premeňte monitoring na trvalý proces s reportom volatility a reakciou na výkyvy. GEO nie je jednorazový projekt, ale priebežná disciplína.

14 Kde začať

Éra, v ktorej stačilo byť na prvej strane Google, sa končí. Firmy, ktoré teraz pochopia, ako ich vyberá umelá inteligencia, získajú náskok, ktorý sa neskôr dobieha ťažko.

Zhrnuté do jednej vety: viditeľnosť v AI odpovediach nie je náhoda ani vlastnosť, ktorú buď máte, alebo nie. Je to riaditeľná disciplína. Začína sa mapovaním zámeru, vyhráva sa hĺbkovým obsahom a videom, premostňuje sa do tržby cez konverzné stránky aj recenzie a udržiava sa meraním. Táto štúdia je mapa. Prvý krok na nej je vždy ten istý: zmerať, kde dnes stojíte, a zmerať to viackrát.

Štyri otázky, ktoré by ste si mali položiť ešte dnes

1. Pri ktorých mojich formuláciách sa AI odpoveď vôbec spúšťa?
2. Som medzi hŕstkou zdrojov, ktoré cituje, alebo tam nie som?
3. Viem to podložiť desiatkami meraní, alebo len jedným dojmom?
4. Prelieva sa moja autorita v „ako“ aj do dopytov, kde sa nakupuje a predáva?

Chcete vedieť, kde stojí vaša značka v AI odpovediach?

Táto štúdia vznikla z vlastného merania MBG. Vieme pre vás nastaviť opakované meranie viditeľnosti v AI Overviews a AI asistentoch a ukázať, kde získať citácie ako prví vo vašom odvetví.

[Chcem bezplatnú GEO analýzu](#) · [Market. Brand. Grow.](#) · marketbrandgrow.com

A Príloha

Kompletné dáta na úrovni jednotlivých dopytov, metodologické poznámky a slovník pojmov.

A1 · Dopyty naprieč 27 meraniami

Dopyt	Aktivácia	Zmien
Kde kúpiť NBA zberateľské karty na Slovensku?	100,0 %	0
Najdôveryhodnejší obchod na pokémon karty na Slovensku	100,0 %	0
Ako prebieha zaslanie pokémon kariet na PSA grading?	95,8 %	2
Oplatí sa dať pokémon kartu na PSA 10?	92,6 %	4
Ako zistím cenu pokémon karty zadarmo online?	92,3 %	4
Kde na Slovensku vykupujú pokémon karty?	92,0 %	4
Kde v Česku vykoupí pokémon karty?	92,0 %	4
Kde mi predbežne nacení pokémon karty z fotky?	91,3 %	4
Ako rozoznať falošné japonské/čínske pokémon karty?	88,5 %	6
Aká je najdrahšia pokémon karta na svete?	88,5 %	5
Vykupujete i booster packy? (CZ)	88,5 %	4
Koľko môže mať hodnotu Charizard / vzácna pokémon karta?	88,0 %	5
Ako zistím, či je pokémon karta pravá alebo falošná?	87,5 %	6
Aký je rozdiel medzi PSA, BGS a inými grading firmami?	87,5 %	6
Ktorý slovenský obchod ponúka najlepšiu cenu za výkup pokémon kariet?	86,4 %	4
Kde predobjednať pokémon novinky (Storm Emerald, Pokém	85,2 %	8
Ako prebieha výkup pokémon kariet — postup krok za krokom	84,0 %	6
Slovenský eshop alebo zahraničný — kde sa oplatí kúpiť kart	84,0 %	7
Ktorý slovenský eshop s pokémon kartami má najrýchlejšie d	82,6 %	6
Kde v Banskej Bystrici vykupujú pokémon karty?	81,8 %	5
Najlepší slovenský eshop na športové zberateľské karty	80,8 %	7
Kde sa na Slovensku hrá pokémon cup / turnaj?	80,0 %	9
Kde kúpiť Lorcan / Riftbound na Slovensku?	77,8 %	10
Kde online vykúpi pokémon karty, ak nie som z mesta s predajňou?	76,9 %	9
Vykupujú slovenské obchody aj japonské pokémon karty?	69,6 %	10
Kde na Slovensku zabezpečia PSA grading pokémon kariet?	60,0 %	15
Oplatí sa predať staré pokémon karty obchodu?	56,0 %	13
Dá sa pokémon karty predať cez zaslanie poštou?	15,4 %	2
Kde mi povedia hodnotu mojej pokémon karty?	15,4 %	8
Vykupujú obchody aj športové (NHL/NBA) zberateľské karty?	12,5 %	3
Kde kúpiť Chaos Rising ETB?	8,3 %	4
Najlepší pokémon elite trainer box (ETB) na kúpu	4,3 %	2
Kde kúpiť pokémon booster box v ČR?	4,2 %	2
Kde kúpiť NHL hokejové zberateľské karty na Slovensku?	4,2 %	2
Kde kúpiť Destined Rivals booster box na Slovensku?	3,8 %	2

Dopyt	Aktivácia	Zmien
Ako zistím cenu / hodnotu pokémon kartičky?	0,0 %	0
Kde kúpiť Ascended Heroes booster box na Slovensku?	0,0 %	0
Kde kúpiť One Piece TCG na Slovensku?	0,0 %	0
Kde kúpiť Prismatic Evolutions booster bundle?	0,0 %	0
Kde kúpiť futbalové karty (Panini, Topps) na Slovensku?	0,0 %	0
Kde kúpiť pokémon bister boxy na Slovensku?	0,0 %	0
Kde kúpiť pokémon booster box za dobrú cenu na Slovensku	0,0 %	0
Kde kúpiť pokémon booster bundle na Slovensku?	0,0 %	0
Kde kúpiť pokémon karty s najlepšou cenou na Slovensku?	0,0 %	0
Kde kúpiť pokémon karty v Banskej Bystrici?	0,0 %	0
Kde v Bratislave vykupujú pokémon karty?	0,0 %	0
Kde vykupujú pokémon booster packy a balíčky?	0,0 %	0
Kde zohnať pokémon mystery box / blister na Slovensku?	0,0 %	0
Koľko stojí a koľko trvá grading pokémon karty?	0,0 %	0
Najlepší pokémon obchod v Bratislave	0,0 %	0
Sú lacné pokémon booster boxy z neznámych webov pravé?	0,0 %	0
Vykupujú obchody aj zapečatené (čínske) pokémon komplety	0,0 %	0

Aktivácia = % z platných meraní daného dopytu (najviac 27), pri ktorých sa zobrazila AI odpoveď. Zmien = koľkokrát sa medzi dvoma po sebe idúcimi meraniami prepla prítomnosť AI odpovede. Dopyty na názov konkrétnej značky (6) neuvádzame.

A2 · Metodologické poznámky

- Zdroj dát: vlastné opakované meranie AIO v období 17. až 20. júla 2026, pre každé pozorovanie stav aktivácie a plný zoznam citovaných domén s ich poradím.
- Vzorka: jeden trh (zberateľské kartičky, Slovensko), 58 dopytov, 27 meraní, 1 439 platných pozorovaní.
- Očistenie dát: Dáta boli očistené o 127 meraní, pri ktorých zlyhal zber dát (poskytovateľ API vrátil chybu a meranie sa nedalo vyhodnotiť). Tieto merania nie sú započítané ako merania bez AI Overview. Štúdia pracuje s 1 439 platnými meraniami.
- Kontrola kvality: číslovanie zdrojov v citačnom bloku bolo nezávisle overené vo všetkých 552 blokoch, bez jedinej nezrovnalosti v poradí.
- Základ pre podiely: podiely zdrojov sú počítané z 552 odpovedí, ktoré obsahovali citačný blok; každá doména sa v rámci jednej odpovede ráta raz.
- Limity: štyri dni nie je sezóna a jeden segment nie je celá ekonomika. Pre riadenie odporúčame kontinuálny monitoring vlastných dopytov. Pri 127 meraniach zlyhal zber dát, preto majú niektoré dopyty menej než 27 platných meraní a ich percentá stoja na menšom počte pozorovaní.

A3 · Slovník pojmov

Pojem	Význam
AIO (AI Overview)	Vygenerovaná odpoveď Google zobrazená nad klasickými výsledkami, syntetizovaná z menovite citovaných zdrojov.
GEO	Generative Engine Optimization, teda optimalizácia obsahu tak, aby ho generatívne vyhľadávače a AI asistenti vybrali ako citovaný zdroj.
Aktivácia	Podiel meraní, pri ktorých sa AI odpoveď vôbec zobrazila.
Citačná pozícia	Poradie zdroja v zozname, z ktorého AIO čerpá. Nižšie číslo = vyššia viditeľnosť.
Podiel (share of voice)	Podiel odpovedí, v ktorých je daný zdroj citovaný.
Koncentrácia citácií	Miera, do akej si málo zdrojov rozdelí väčšinu citácií.
Stabilné jadro	Domény citované aspoň v 80 % odpovedí na daný dopyt.
Volatilita	Kolísanie aktivácie a pozície pri opakovaných meraniach toho istého dopytu.
Zámer (intent)	Cieľ používateľa za dopytom: informačný, zvažovací alebo transakčný.

Štúdiu spracovala agentúra Market. Brand. Grow. na základe vlastného merania. Percentá vychádzajú z nameranej vzorky jedného trhu; strategické rámce predstavujú odborný výklad MBG.