Market. Brand. Grow.

ŠTÚDIA 2 · ANATÓMIA VÍŤAZOV · Q4.26 PUBLIKOVATEĽNÁ

Anatómia víťazov: prečo je prvý zdroj v AI odpovedi prvý

Pri 32 dopytoch zo slovenského trhu digitálneho marketingu a GEO sme zistili, koho Google AI Overviews cituje ako prvého a koho až za ním. Otvorili sme 126 stránok z top 5 a porovnali 11 vlastností obsahu, spätné odkazy a techniku webu.

12 zo 16

prvých miest pri výbere agentúry patrí stránke služby, nie blogu

14 z 32

dopytov: stránka na 2. mieste má vyššie skóre obsahu než víťaz

0 z 11

vlastností obsahu odlišuje víťaza tak, aby to bola rada pre prax

Market. Brand. Grow. · GEO · SEO · PPC, postavené na dátach
Nadväzuje na Štúdiu 1 (mapa trhu Q4.26) · 32 dopytov · 1 245 platných meraní, 18. až 24. 10. 2026 · stránky hodnotené 1. 11. 2026

Čo sme zistili

Otázka: keď Google v AI odpovedi ukáže zdroje, prečo je jedna stránka prvá a iná až druhá či piata?

ZISTENIE 1 NAMERANÉ

Pri výbere agentúry vyhráva stránka služby, ktorá sa sama označí za odpoveď

Zo 16 dopytov na výber agentúry vyhráva 12-krát stránka služby a 3-krát domovská stránka, blog ani raz. Najčastejší víťaz má na stránke GEO vetu, že je „prvá firma na Slovensku špecializovaná na GEO optimalizáciu“, aj otázku „Kto robí GEO optimalizáciu na Slovensku?“.

ZISTENIE 2 NAMERANÉ

Silnejšia doména prvé miesto neberie

Medián sily domény víťaza je 6,1 %, ostatných z top 5 6,7 %; víťaz má silnejšiu doménu len v 3 z 10 stabilných dopytov. Najsilnejšia doména trhu (20,7 % odpovedí) je prvá len pri 2 dopytoch. Víťaz je však pravidelnejší: citovaný v 59,1 % meraní dopytu oproti 43,2 %.

ZISTENIE 3 NAMERANÉ

Obsah stránky víťaza neodlišuje

Súčet 11 vlastností je u víťazov o 0,88 bodu nižší ($p = 0,40$). Jediný rozdiel, ktorý vyšiel pri všetkých troch spôsoboch hodnotenia, je opačný: víťazi majú viditeľný dátum zriedkavejšie (0,10 bodu oproti 0,62; p 0,05 až 0,09). Vysvetľujeme ho typom stránky (stránky služieb dátum nemajú), nie radou dátum odstrániť.

ZISTENIE 4 NAMERANÉ

Spätné odkazy ani technika webu víťaza neodlišujú

Víťaz má vyšší rank domény len v 2 z 10 dopytov a medián kvalitných odkazujúcich domén 3,5 oproti 7,5 pri ostatných. Najčastejší víťaz vyhráva s 54 odkazujúcimi doménami, z ktorých 53 je spamových. Žiadny technický test neprešiel v oboch porovnaniach.

ZISTENIE 5 NAMERANÉ

Kvalitnejšia stránka často prehrá

Pri 14 z 32 dopytov má stránka na 2. mieste vyššie skóre obsahu než víťaz. Príklad: pri „generatívna optimalizácia“ vyhráva krátke české slovníkové heslo (9 bodov) pred úplným slovníkovým článkom s tabuľkou (17 bodov).

ZISTENIE 6 HYPOTÉZA

Prvé miesto pri výbere agentúry otvorí stránka služby postavená ako odpoveď

Víťazné stránky služieb majú 11 až 15 bodov obsahu, menej ako viaceré stránky za nimi. Rozhoduje zrejme to, že stránka presne pomenuje službu a trh (GEO, Slovensko) a sama sa označí ako odpoveď na otázku „kto to robí“. Je to hypotéza.

Čo nevieme

Prečo presne Google zoraďuje zdroje tak, ako ich zoraďuje. Zmerali sme obsah stránok, podiel domény na citáciách, spätné odkazy a technický stav webov; nemerali sme zmienky o značke na webe ani organické pozície. 10 stránok sa nedalo prečítať a 3 videá YouTube sa rubrikou hodnotiť nedajú. Vzorka na porovnanie víťazov je malá (10 dopytov). Zistenia 1 až 5 sú namerané, zistenie 6 je hypotéza.

1 Ako čítať túto štúdiu

Pojmy, ktoré stačí poznať

Pojem	Čo znamená
Poradie zdrojov	Každý dopyt sme merali v 42 behoch počas 18. až 24. 10. 2026 (po vyradení chybných meraní 33 až 42 platných meraní na dopyt). Zdroj dostal za meranie 1 bod za 1. miesto, 1/2 za 2. miesto, 1/3 za 3. miesto atď., 0 ak chýbal. Poradie určuje priemer. Vyhrá ten, kto je vysoko a zároveň pravidelne.
X z Y	Koľkokrát bol zdroj na 1. mieste (X) z počtu meraní, v ktorých AI odpoveď ukázala zdroje (Y).
Stabilita dopytu	Stabilný víťaz: jeden zdroj jasne vedie. Delené prvenstvo: dvaja takmer rovnako (rozdiel skóre pod 0,05). Rotujúce prvé miesto: najčastejší prvý zdroj je prvý v menej než 30 % meraní. Mŕtva zóna: AI odpoveď sa nezobrazila.
Priamy súboj	Merania, v ktorých sú v odpovedi citované 1. aj 2. stránka naraz, a koľkokrát z nich bola vyššie prvá. Ukazuje, či víťaz vyhráva umiestnením, alebo len tým, že chýba menej často.
Sila domény	V koľkých percentách všetkých 1 141 AI odpovedí so zdrojmi na tomto trhu je doména citovaná (zo Štúdie 1).
Zámer dopytu	Výber agentúry, krátky pojem, návod, výber nástroja alebo otázka na konkrétnu konkurenčnú značku (zo Štúdie 1).

Ako sme hodnotili stránky

Pri každom hodnotiteľnom dopyte sme otvorili päť najvyššie citovaných stránok a ohodnotili 11 vlastností, ktoré výskumy GEO spájajú s citovaním. Každá vlastnosť dostala 0 (chýba), 1 (čiastočne) alebo 2 body. Skóre počíta program z citátov, ktoré zo stránky nezávisle vybrali dva AI modely a program ich overil v texte stránky; hodnotenie nepoznalo poradie stránky (príloha A). Spolu 116 hodnotených stránok a 10 sa nedalo prečítať.

Vlastnosť	Čo znamená plné skóre (2 body)
Odpovedá na celú otázku	priamo odpovedá na dopyt a pokrýva aspoň 70 % podotázok (príloha B)
Konkrétne fakty a čísla	aspoň 3 konkrétne údaje: ceny, termíny, počty, percentá, názvy nástrojov
Viditeľný dátum	dátum publikácie alebo aktualizácie v texte, nie starší než 12 mesiacov
Odpoveď hneď na začiatku	jadro odpovede v prvej tretine stránky
Zdroje a dôkazy	aspoň 2 pomenované zdroje s odkazom
Porovnanie možností	samostatná porovnávacia sekcia alebo tabuľka
Téma v nadpise a úvode	téma dopytu v hlavnom nadpise aj v prvom odseku
Prehľadná štruktúra	nadpisy podľa otázok alebo podtém a k tomu zoznamy, tabuľky či FAQ
Hĺbka a rozsah	viac ako 1 500 slov alebo úplné pokrytie témy
Recenzie a autor	hodnotenia alebo referencie klientov a zároveň menovaný autor
Bez rozporov	žiadny potvrdený rozpor v obsahu (hodnoty len 0 alebo 2)

Spätné odkazy, štruktúrované dáta a rýchlosť webu nie sú súčasťou skóre obsahu; merali sme ich samostatne (kapitola 6). Organické pozície sme nemerali. Postup a kontrolné súčty sú v prílohe A.

2 Súhrn poradí

Kto je pri ktorom dopyte prvý a druhý

10
dopytov má stabilného víťaza

22
dopytov má delené (12) alebo rotujúce (10) prvé miesto

32
dopytov, všetky hodnotiteľné (mŕtva zóna ani nízka vzorka nie je)

Zámer	Dopyt	Stav	1. miesto	Na 1. mieste	2. miesto	2. na 1. mieste	Priamy súboj
výber agentúry	AEO agentúra	delené	agencyaeo.com (domovská stránka)	9 z 42	aeoagency.gr (domovská stránka)	7 z 42	7 z 12
výber agentúry	Kto robí GEO na Slovensku	stabilný	webman.sk (geo optimalizacia)	13 z 38	fgatelier.sk (seo geo optimalizacia)	2 z 38	17 z 19
výber agentúry	Kto robí GEO pre ChatGPT	rotujúce	webman.sk (geo optimalizacia)	8 z 37	invelity.com (geo)	7 z 37	10 z 16
výber agentúry	Slovenská agentúra so špecializáciou na GEO	stabilný	webman.sk (geo optimalizacia)	24 z 37	instaprepodnik.sk (agentura na aeo geo optimalizaciu)	4 z 37	23 z 28
výber agentúry	SEO agentúry, ktoré sa oplatí osloviť	rotujúce	seocentrum.sk (domovská stránka)	6 z 37	contentpress.sk (zoznam seo agentur)	3 z 37	1 z 5
výber agentúry	Agentúra na monitoring a zlepšenie AI viditeľnosti	delené	inetgap.sk (llmo optimalizacia pre ai)	5 z 35	optimalizaciapreai.sk (domovská stránka)	2 z 35	6 z 7
výber agentúry	Agentúry na GEO pre AI vyhľadávače	stabilný	instaprepodnik.sk (agentura na aeo geo optimalizaciu)	11 z 35	webman.sk (geo optimalizacia)	5 z 35	8 z 13
výber agentúry	Experti na AI marketing, AIO a GEO na Slovensku	rotujúce	git-marketing.sk (aeogeo)	7 z 35	dna-marketing.sk (aio optimalizacia)	3 z 35	8 z 15
výber agentúry	Slovenský partner na AI viditeľnosť a komunikáciu	rotujúce	socka.sk (ai search optimalizacia)	6 z 34	ainswer.eu (ai seo)	1 z 34	8 z 9
výber agentúry	Kto pomáha s viditeľnosťou v Perplexity a Gemini	delené	optimalizaciapreai.sk (o nas)	2 z 34	invelity.com (geo)	4 z 34	1 z 3
výber agentúry	Agentúry na linkbuilding	stabilný	spotibo.sk (link building)	13 z 34	increaseo.sk (linkbuilding)	13 z 34	8 z 19

Zámer	Dopyt	Stav	1. miesto	Na 1. mieste	2. miesto	2. na 1. mieste	Priamy súboj
výber agentúry	SEO agentúry pre malú firmu	rotujúce	contentpress.sk (zoznam seo agentur)	4 z 33	seoline.sk (domovská stránka)	2 z 33	5 z 8
výber agentúry	Najlepšie agentúry na GEO	rotujúce	bobusmarketing.com (ai vyhledavani)	7 z 33	instaprepodnik.sk (agentura na aeo geo optimalizaciu)	3 z 33	14 z 18
výber agentúry	Agentúra na úpravu webu pre citovanie v AI	delené	instaprepodnik.sk (agentura na aeo geo optimalizaciu)	1 z 32	socka.sk (ai search optimalizacia)	5 z 32	2 z 6
výber agentúry	Agentúra, ktorá prepája SEO a AI optimalizáciu	delené	socka.sk (ai search optimalizacia)	4 z 31	instaprepodnik.sk (agentura na aeo geo optimalizaciu)	1 z 31	5 z 6
výber agentúry	Agentúra na obsahovú stratégiu	stabilný	contentfruiter.sk (domovská stránka)	20 z 28	contedy.sk (domovská stránka)	1 z 28	20 z 20
krátky pojem	GEO optimalizace (CZ)	delené	cs.wikipedia.org (Generative engine optimization)	11 z 42	digitalreach.sk (geo optimalizacia ai)	8 z 42	–
krátky pojem	GEO optimalizácia	rotujúce	optimalizaciapreai.sk (co je ai optimalizacia)	6 z 42	shazucha.sk (seo uz nestaci geo optimalizacia)	12 z 42	1 z 13
krátky pojem	SEO a GEO	stabilný	contentful.com (generative engine optimization seo)	41 z 42	seoalive.com (geo)	0 z 42	32 z 32
krátky pojem	AI optimalizácia	stabilný	seolutions.sk (aio artificial intelligence...)	22 z 41	digitalnypriestor.sk (geo optimalizacia ako pisat web)	0 z 41	24 z 24
krátky pojem	GEO pre B2B	stabilný	linkedist.com (why your competitors are already)	15 z 41	chosenly.com (geo strategy guide)	4 z 41	1 z 1
krátky pojem	SEO pre AI	rotujúce	vercel.com (how were adapting seo for)	10 z 41	llmrefs.com (ai seo)	6 z 41	6 z 15
krátky pojem	AI SEO	stabilný	llmrefs.com (ai seo)	36 z 40	youtube.com (video)	2 z 40	28 z 30
krátky pojem	Generatívna optimalizácia	stabilný	jirkont.cz (generative engine optimization)	13 z 35	amicited.com (generative engine optimization geo)	7 z 35	–
návod	Ako sa umiestniť v ChatGPT Search (EN)	rotujúce	found.co.uk (chatgpt seo how to rank)	8 z 42	llmrefs.com (how to rank in chatgpt)	5 z 42	3 z 5
návod	Ako sa nechať nájsť AI (EN)	delené	visbly.io (how to appear in ai)	9 z 41	eseospace.com (ai search business essentials)	3 z 41	8 z 10

Zámer	Dopyt	Stav	1. miesto	Na 1. mieste	2. miesto	2. na 1. mieste	Priamy súboj
návod	Ako sa zobrazovať v ChatGPT	rotujúce	websy.sk (ako sa zobrazit v chatgpt)	9 z 36	kancir.sk (ako sa zobrazit v chatgpt)	1 z 36	9 z 10
návod	Ako dostať firmu do odpovedí ChatGPT (EN)	delené	coalitiontechnologies.com (9 ways to appear in)	3 z 34	techunit.io (how to rank on chatgpt)	7 z 34	1 z 12
výber nástroja	Nástroj na AI viditeľnosť pre e-shop	delené	otterly.ai (domovská stránka)	5 z 40	nexscope.ai (ai search visibility tools ecommerce)	8 z 40	2 z 9
výber nástroja	Nástroje na GEO pre malú firmu	delené	roi-index.com (co je geo optimalizacia pre)	4 z 25	mapadigital.sk (geomarketing)	7 z 25	–
výber nástroja	Nástroje na analýzu, prečo AI cituje konkurenciu	delené	nexscope.ai (ai search visibility tools ecommerce)	2 z 13	cottoncloud.sk (preco ai odpovede cituju jedny)	2 z 13	–
konkurenčná značka	Agentúra Visibility a alternatívy	delené	visibility.sk (domovská stránka)	8 z 31	sk.linkedin.com (visibilitysk)	2 z 31	7 z 24

Na 1. mieste = koľkokrát bol zdroj prvý z meraní so zdrojmi. Priamy súboj = v koľkých spoločných meraniach bol 1. zdroj vyššie než 2. Úplné poradie top 5 je v CSV.

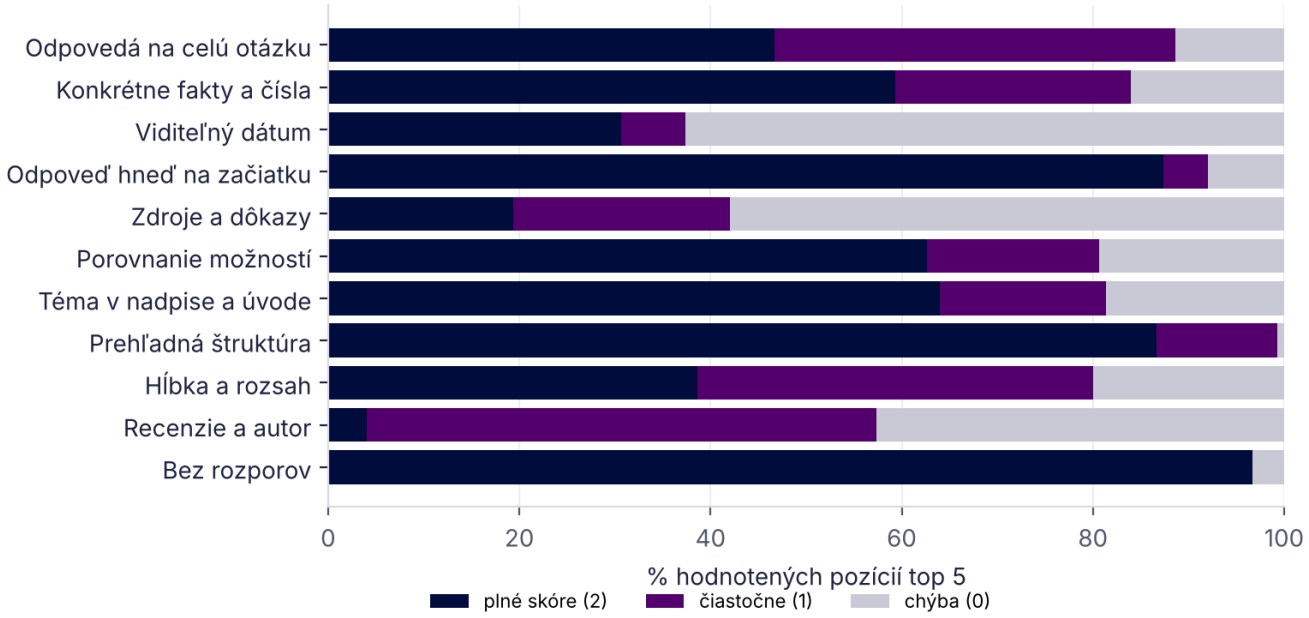
Kontrola zmeny v Google 22. 10.

Pri 7 z 10 dopytov so stabilným víťazom bol najčastejší prvý zdroj rovnaký pred zmenou aj po nej. Poradie preto počítame z celého obdobia 18. až 24. 10. naraz.

3 Vstupenka do citácií a biele miesta trhu

Čo majú takmer všetci citovaní a čo takmer nikto

Na hodnotených pozíciách top 5 sa opakuje rovnaký obraz ako na iných trhoch: niekoľko vlastností má takmer každá citovaná stránka, iné sú výnimkou.



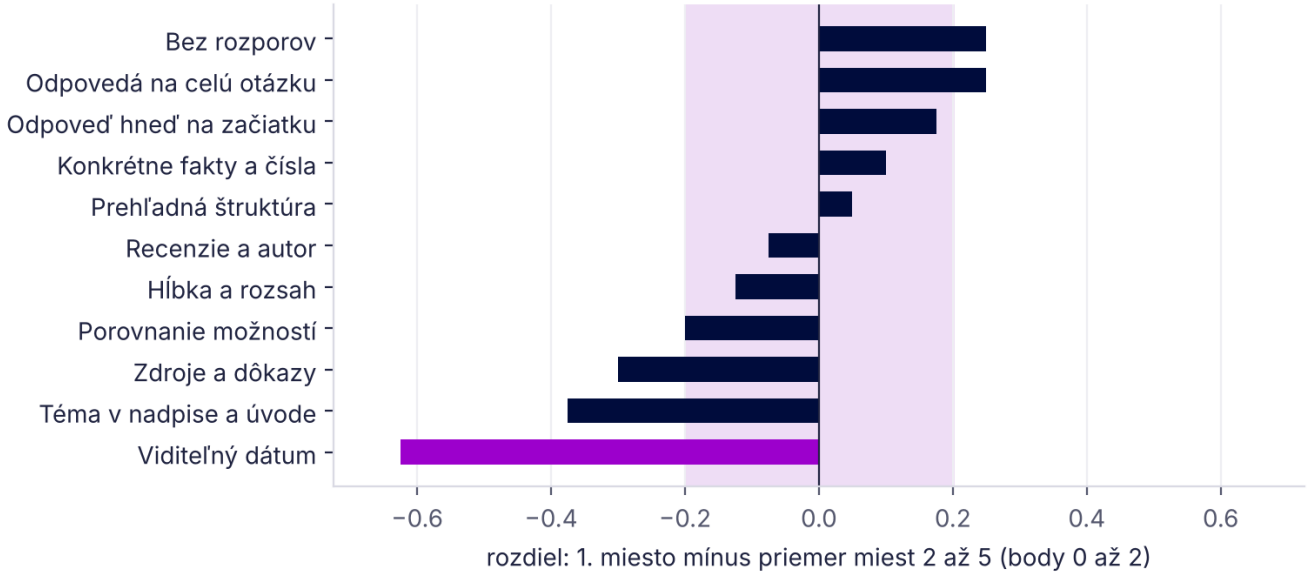
Graf 1. Ako často majú citované stránky jednotlivé vlastnosti. 150 hodnotených pozícií top 5 v 32 dopytoch.

Skupina	Vlastnosti	Čo to znamená
Vstupenka (vysoko všade)	bez rozporov (97 % plne), prehľadná štruktúra (87 % plne, 99 % aspoň čiastočne), odpoveď hneď na začiatku (87 % plne), téma v nadpise a úvode (64 % plne), porovnanie možností (63 % plne)	Bez nich sa stránka do výberu takmer nedostane. Pri poradí už nerozlišujú, lebo ich majú takmer všetci.
Biele miesto (nízko všade)	recenzie a menovaný autor (plne len 4 %), zdroje a dôkazy (58 % nemá vôbec), viditeľný dátum (63 % nemá), hĺbka alebo úplné pokrytie témy (plne 39 %), odpoveď na aspoň 70 % podotázok (plne 47 %)	Kto ich doplní, odlíši sa. Že rozhodujú o poradí, sa tu nepreukázalo (kapitola 4).

4 Čo odlišuje prvé miesto

Odpoveď: z obsahu stránky nič, čo by sa dalo odporučiť

Porovnali sme 10 víťazov so 37 stránkami na miestach 2 až 5 v dopytoch so stabilným víťazom, kde sa víťaz dal prečítať. Ak by AI zoraďovala zdroje podľa kvality stránky, víťazi by mali vyšší súčet. Majú ho o 0,88 bodu z 22 nižší, v pásme náhody (p = 0,40). Pod 0,1 vyšla len jedna vlastnosť a opačným smerom: viditeľný dátum má víťaz zriedkavejšie (p = 0,06; pri hodnotení len modelom Sonnet p = 0,05, len modelom Opus p = 0,09). Víťazi sú najmä stránky služieb a slovníkové heslá bez dátumu. Téma v nadpise a úvode, jediný signál na trhu gastroenterológie, tu vychádza tiež opačne a v pásme náhody (−0,38; p = 0,11).



Graf 2. Rozdiel medzi 1. miestom a priemerom miest 2 až 5 (škála 0 až 2). Fialové pásmo (±0,2 bodu) je rozdiel, ktorý pri tejto vzorke vzniká ľahko náhodou. Magentou sú vlastnosti so signálom (p pod 0,1).

Vlastnosť	1. miesto	2. až 5.	Rozdiel	p	Záver
Odpovedá na celú otázku	1,60	1,30	+0,25	0,34	náhoda
Bez rozporov	2,00	1,89	+0,25	0,50	náhoda
Odpoveď hneď na začiatku	2,00	1,81	+0,17	0,53	náhoda
Konkrétne fakty a čísla	1,40	1,32	+0,10	0,82	náhoda
Prehľadná štruktúra	2,00	1,95	+0,05	1,00	náhoda
Recenzie a autor	0,60	0,65	-0,07	0,79	náhoda
Hĺbka a rozsah	1,10	1,16	-0,12	0,80	náhoda
Porovnanie možností	1,40	1,57	-0,20	0,42	náhoda
Zdroje a dôkazy	0,50	0,70	-0,30	0,31	náhoda
Téma v nadpise a úvode	1,30	1,65	-0,38	0,11	náhoda
Viditeľný dátum	0,10	0,62	-0,62	0,06	opačný signál

p = pravdepodobnosť, že taký rozdiel vznikne náhodou (permutačný test v rámci dopytu, 5 000 opakovaní). Za signál považujeme p pod 0,1; pri 11 testoch naraz ide o signál, nie dôkaz. Súčet všetkých vlastností: víťazi -0,88 bodu, p = 0,40.

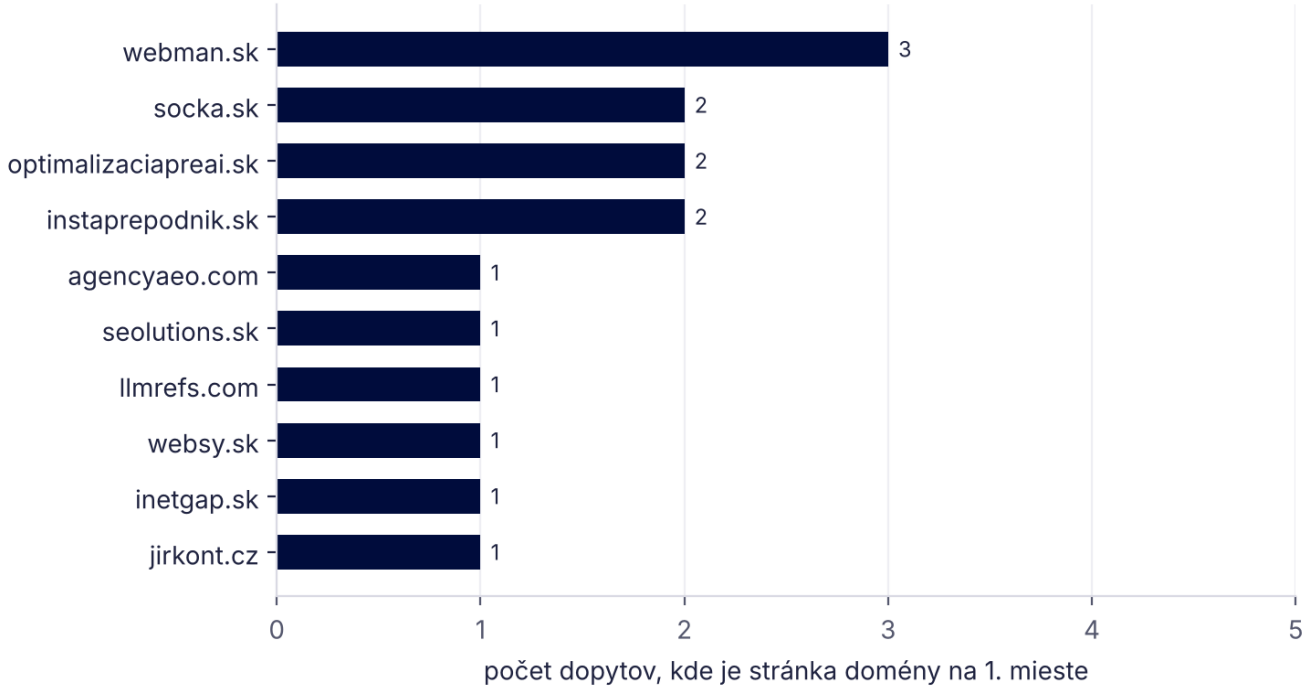
Príklady, kde vyhrala stránka s nižším skóre obsahu

Dopyt	1. miesto	2. miesto (vyššie skóre obsahu)
Generatívna optimalizácia	jirkont.cz · 13 z 35: krátke české slovníkové heslo, bez techník a merania (9 bodov)	amicited.com: úplný slovníkový článok s tabuľkou GEO vs SEO a metrikami (17 bodov)
Nástroj na AI viditeľnosť pre e-shop	otterly.ai · 5 z 40: domovská stránka jedného nástroja (13 bodov)	nexscope.ai: porovnanie 10 nástrojov s tabuľkou (20 bodov)
Agentúry na linkbuilding	spotibo.sk · 13 z 34: proces a referencie, bez cien (14 bodov)	increaseo.sk · 13 z 34: proces, ceny balíkov, riziká, referencie (18 bodov)

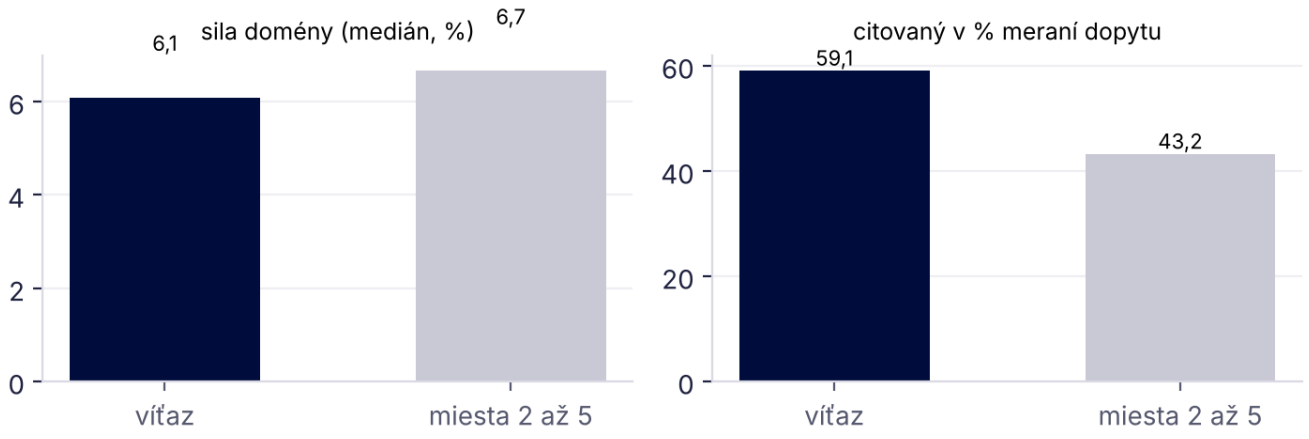
Spoločné majú jedno: víťaz je pravidelnejší alebo presnejšie na otázku, nie lepšie spracovaný. Pri výbere nástroja víťazí domovská stránka nástroja pred porovnaním desiatich nástrojov.

5 Sila domény a pravidelnosť

Prvé miesto neberie silná doména, ale stránka presne na otázku, ktorá je pravidelne citovaná



Graf 3. Kto je na 1. mieste: počet dopytov podľa domény víťaznej stránky (32 hodnotiteľných dopytov).



Graf 4. Vľavo sila domény víťaza a ostatných z top 5 (10 dopytov so stabilným víťazom). Vpravo, v koľkých meraniach dopytu bola stránka citovaná (32 dopytov).

NAMERANÉ Medián sily domény víťaza je 6,1 %, ostatných z top 5 6,7 %. Doména víťaza je silnejšia než priemer ostatných len v 3 z 10 stabilných dopytov. Najsilnejšia doména trhu (20,7 % odpovedí) je prvá len pri 2 dopytoch.

NAMERANÉ Víťaz je pravidelný: objavuje sa v 59,1 % meraní dopytu, ostatní z top 5 v 43,2 %. Čiastočne to vyplýva z výpočtu poradia, ktorý pravidelnosť odmeňuje.

NAMERANÉ V priamom súboji je víťaz vyššie pri 19 z 32 dopytov. Pri 9 je druhá stránka vyššie, keď sú v odpovedi obe, a víťaz vedie len tým, že chýba menej často. Pri 4 dopytoch sa prvé dve stránky v odpovedi nestretnú.

NAMERANÉ Domény sú „doma“ v typoch dopytov: malé slovenské agentúry so stránkou služby GEO pri výbere agentúry, zahraničné blogy pri anglických pojmoch, slovenské blogy agentúr pri slovenských pojmoch.

HYPOTÉZA Na tomto trhu ešte nikto nevybudoval doménu, ktorej AI dôveruje naprieč témami (najsilnejšia má 20,7 % odpovedí). Prvé miesta sú preto rozdelené medzi 27 domén a dajú sa získať jednou dobrou stránkou na konkrétnu otázku.

6 Čo víťaza neodlišuje: spätné odkazy a technika webu

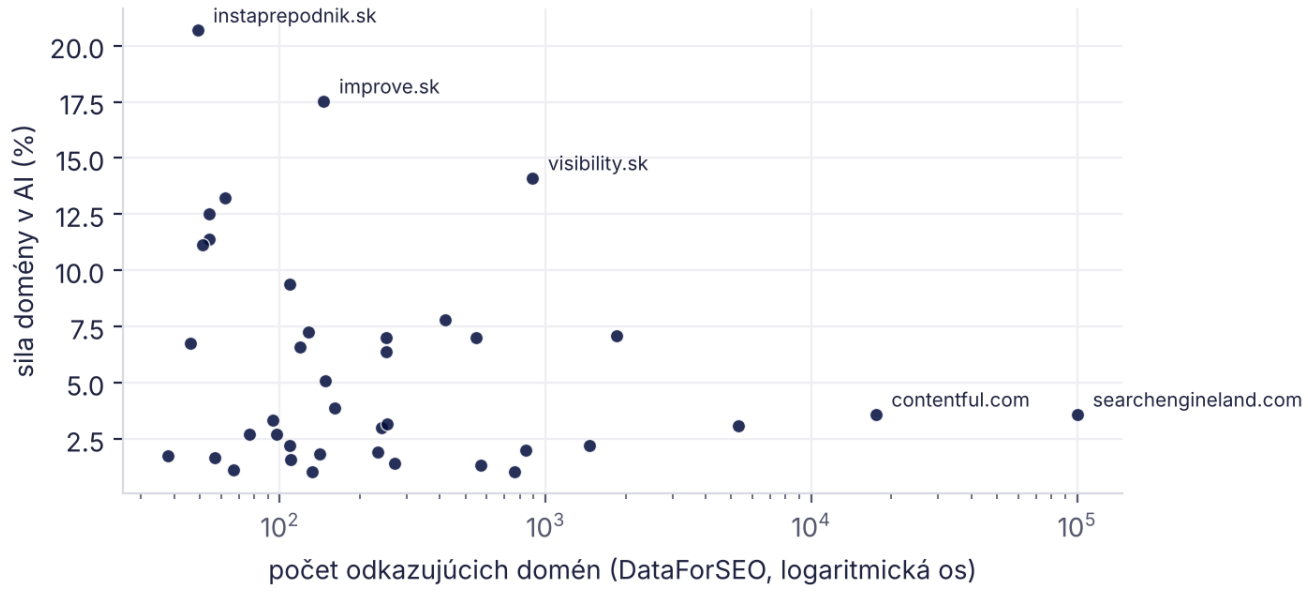
Odpoveď: počet ani kvalita odkazov a ani technika webu víťaza neodlišujú

Mohlo by sa zdať, že prvé miesto berie web s najsilnejším profilom spätných odkazov alebo technicky najlepšie pripravená stránka. Pri všetkých stránkach z top 5 v 10 dopytoch so stabilným víťazom sme preto samostatne zmerali spätné odkazy (DataForSEO: rank, počet odkazujúcich domén a spam score domény aj konkrétnej stránky), technické vlastnosti HTML (štruktúrované dáta, canonical, meta údaje, nadpisy), robots.txt pre Google a AI roboty a rýchlosť (Lighthouse, mobil). Použili sme rovnaký test ako pri obsahu a každý zopakovali bez najčastejšieho víťaza (najčastejší víťaz, 2 z 10 prvých miest).

Spätné odkazy

Vlastnosť	Víťaz má viac v	Smer	p	Bez najčastejšieho víťaza	Záver
Rank domény (0 až 1 000)	2 z 10	víťaz menej	0,48	2 z 8 · p 0,69	náhoda
Počet odkazujúcich domén (doména)	4 z 10	víťaz menej	0,85	4 z 8 · p 0,88	náhoda
Spam score domény	5 z 10	víťaz viac	0,34	3 z 8 · p 0,62	náhoda
Odkazujúce domény priamo na stránku	3 z 10	víťaz viac	0,36	3 z 8 · p 0,35	náhoda

NAMERANÉ Víťaz má vyšší rank domény len v 2 z 10 dopytov. Medián víťaza je 144 odkazujúcich domén, ostatných z top 5 139. Najčastejší víťaz vyhráva s 54 odkazujúcimi doménami. Naopak searchengineland.com má 100 060 odkazujúcich domén a pri „AI SEO“ je 4., startitup.sk (5 331) pri „SEO a GEO“ 5.



Graf 5. 39 domén z top 5: počet odkazujúcich domén a sila domény v AI. Súvislosť je slabá (Spearman -0,15, p = 0,37; s rankom 0,18, p = 0,27).

Kvalita spätných odkazov

Počet odkazov ešte nehovorí, odkiaľ sú. Pre každú doménu sme preto načítali až 100 najsilnejších odkazujúcich domén (DataForSEO) a každú zaradili: veľké médiá a portály, ktoré WhitePress hodnotí ako prémiové alebo vysoko kvalitné; portály, ktoré predávajú sponzorované články (zoznam 992 slovenských domén z WhiteP-

ress); weby, ktoré AI Overviews na tomto trhu samy citujú (885 domén); tematické weby (marketing, SEO, AI podľa názvu domény); inštitúcie; spamové domény (spam score 30 a viac). „Kvalitná odkazujúca doména" je médium, prémiový portál, web citovaný v AI, tematický web alebo inštitúcia, ktorá nie je spamová.

Vlastnosť (zo 100 najsilnejších odkazujúcich domén)	Víťaz má viac v	Smer	p	Bez najčastejšieho víťaza	Záver
Kvalitné odkazujúce domény (súhrn)	2 z 10	víťaz menej	0,50	2 z 8 · p 0,58	náhoda
Odkazy z médií a prémiových portálov	0 z 10	víťaz menej	0,11	0 z 8 · p 0,15	náhoda
Odkazy z webov, ktoré AI sama cituje	1 z 10	víťaz menej	0,18	1 z 8 · p 0,26	náhoda
Odkazy z tematických webov (marketing, SEO, AI)	4 z 10	víťaz viac	0,27	4 z 8 · p 0,22	náhoda
Odkazy z portálov so sponzorovanými článkami	0 z 10	víťaz menej	0,15	0 z 8 · p 0,20	náhoda
Odkazy z portálov nízkej kvality	1 z 10	víťaz menej	0,50	1 z 8 · p 0,51	náhoda
Odkazy zo spamových domén	6 z 10	víťaz menej	0,91	4 z 8 · p 0,71	náhoda
Podiel odkazov v texte stránky	9 z 10	víťaz viac	0,07	7 z 8 · p 0,13	signál len vďaka najčastejšiemu víťazovi

NAMERANÉ Kvalita odkazov víťaza neodlišuje, skôr naopak: víťaz má viac kvalitných odkazujúcich domén len v 2 z 10 dopytov (p = 0,50); medián víťazov je 3,5 kvalitnej domény, ostatných z top 5 7,5. Odkazy z médií a z portálov so sponzorovanými článkami nemá víťaz viac ani v jednom dopyte. Najčastejší víťaz (2 z 10 prvých miest) má 54 odkazujúcich domén, z toho 0 kvalitných a 53 spamových.

NAMERANÉ Spamové odkazy má takmer každý: 79 zo 106 domén má medzi najsilnejšími odkazujúcimi doménami 10 a viac spamových (medián 33,5). Pri slovenských agentúrach sa opakujú tie isté zahraničné spamové domény (napr. dbike-us.com, thcradar.com, techbumppy.com), čo pripomína hromadný automatický spam. Víťaza to neznevýhodňuje (p = 0,91).

Ako to čítať **HYPOTÉZA**

Na tomto trhu je vzorka malá (10 dopytov so stabilným víťazom, ktorým je web) a polovicu z nich tvoria výbery agentúr, kde vyhrávajú malé weby s malým profilom odkazov. Žiadny z 11 testov kvality nie je pod 0,05. Že kvalitné odkazy prvé miesto neprinášajú, preto netvrdíme; tvrdíme len, že ho tu nevysvetľujú.

Zdroj: n8n workflow 1, vetva „kvalita odkazov" (DataForSEO backlinks summary a referring domains, 1. 11. 2026; 106 domén, náklad 5,41 USD). Zoznam WhitePress: databáza ponúk sponzorovaných článkov pre Slovensko, stav 1. 11. 2026. Médiá: WhitePress prémiová a vysoká kvalita a zoznam hlavných SK a CZ médií. Tematické weby a inštitúcie podľa kľúčových slov v názve domény. Úplné testy v prílohe C.

Technika webu a rýchlosť

Vlastnosť	Dopytov	Smer	p	p bez najčastejšieho víťaza	Záver
Štruktúrované dáta (JSON-LD)	9	víťaz viac	1,00	1,00	náhoda
Schéma článku	9	víťaz menej	0,59	1,00	náhoda
Autor v schéme	9	víťaz viac	0,96	0,70	náhoda
Dátum v schéme	9	víťaz menej	0,14	0,24	náhoda
FAQ schéma	9	víťaz menej	0,18	0,26	náhoda
Schéma firmy alebo organizácie	9	víťaz menej	1,00	0,59	náhoda
Canonical	9	víťaz menej	0,19	1,00	náhoda
Meta description	9	víťaz viac	1,00	1,00	náhoda
Open Graph	9	víťaz menej	0,18	1,00	náhoda
Práve jeden nadpis H1	9	víťaz menej	0,36	0,20	náhoda
Počet slov v HTML (log)	9	víťaz menej	0,06	0,83	signál len vďaka najčastejšiemu víťazovi
Počet nadpisov H2	9	víťaz menej	0,09	0,19	signál len vďaka najčastejšiemu víťazovi
Počet zoznamov	9	víťaz menej	0,43	0,97	náhoda
Rýchlosť Lighthouse, mobil (0 až 100)	9	víťaz menej	0,76	0,86	náhoda
LCP v laboratóriu (ms)	9	víťaz menej	0,21	0,16	náhoda
Blokuje Google-Extended v robots.txt	10	víťaz menej	0,56	0,57	náhoda

NAMERANÉ Žiadna technická vlastnosť víťaza neodlišuje v oboch porovnaniach. Pod 0,1 vychádza len to, že víťaz má v HTML menej slov ($p = 0,06$) a menej nadpisov H2 ($p = 0,09$); bez najčastejšieho víťaza oba rozdiely zmiznú ($p = 0,83$ a $0,19$). Ide o stránky agentúr so službou GEO, ktoré sú kratšie než návody a články. Medián rýchlosti víťaza je 57, ostatných 67 bodov Lighthouse.

NAMERANÉ AI roboty: Googlebota neblokuje žiadna z 108 domén. Google-Extended blokuje 8, GPTBot 8, OAI-SearchBot 3 a ClaudeBot 8 domén. Žiadny víťaz Google-Extended neblokuje, ostatní len výnimočne, preto sa vplyv nedá zmerať; AI Overviews čerpá z indexu Googlebota.

Prečo to tak môže byť HYPOTÉZA

Pri výbere agentúry vyhrávajú malé slovenské weby so stránkou presne na službu (GEO optimalizácia), ktoré majú okolo 50 odkazujúcich domén, pred agentúrami s niekoľkonásobne väčším profilom. Pri anglických informačných dopytoch vyhrávajú aj silné weby (contentful.com, llmrefs.com), ale tam majú silný profil aj ostatní v top 5. AI Overviews pri výbere zdroja zrejme viac dbá na to, či stránka odpovedá presne na otázku a či je z trhu, na ktorý sa pýtajúci pýta, než na autoritu webu meranú odkazmi.

Pokrytie dát: odkazy pre 106 domén; HTML údaje pre 116 zo 126 stránok (ostatné vracajú 403, 400, 429 alebo 522); rýchlosť pre 117 stránok. Odkazy, technika a rýchlosť sú stav k 1. 11. 2026, teda týždeň po meraní AI odpovedí. YouTube videá nemajú odkazy ani HTML

porovnateľné s webom, v testoch chýbajú. Pri desiatkach testov naraz sa niekoľko výsledkov pod 0,1 očakáva náhodou; za signál považujeme len rozdiel, ktorý vydrží aj bez najčastejšieho víťaza.

7 Prečo je prvý prvý a druhý druhý

Vzorce, ktoré sa opakujú naprieč dopytmi

VZOREC A

Stránka služby, ktorá sa sama ponúkne ako odpoveď

Najčastejší víťaz výberu agentúry vyhráva 3 dopyty so stránkou za 15 bodov. Text obsahuje vetu, že je „prvá firma na Slovensku špecializovaná na GEO optimalizáciu“, a FAQ „Kto robí GEO optimalizáciu na Slovensku?“. Lepšie spracované stránky služieb (16 a 18 bodov) sú za ňou.

VZOREC B

Krátke slovníkové heslo vyhrá pojem

Pri „generatívna optimalizácia“ vyhráva krátke české heslo jirkont.cz (9 bodov), pri „geo optimalizace“ česká Wikipédia. Pri pojme AI často vyberá stručnú definíciu, nie úplný návod.

VZOREC C

Anglický pojem vyhrá zahraničný návod presne na pojem

Pri „seo geo“ je contentful.com prvý vo všetkých 41 meraniach, v ktorých je citovaný, pri „ai seo“ llmrefs.com v 36 zo 40. Obe stránky majú pojem v nadpise a definíciu v prvom odseku.

VZOREC D

Keď nikto neodpovedá, rozhoduje pravidelnosť

Pri otázke na nástroje na GEO pre malú firmu nemenuje žiadna z troch prvých stránok ani jeden nástroj (0 z 6 podotázok). Dopyt je v skutočnosti voľný.

Všetky vysvetlenia vzorcov sú hypotézy odvodené z merania a z obsahu stránok. „Obsah neoverený“ znamená, že stránku sa nepodarilo prečítať, vysvetlenie preto stojí len na adrese a sile domény.

8 Praktické závery

Závery platné pre každého poskytovateľa na tomto trhu.

- **Pri výbere agentúry AI cituje stránku služby.** 12 zo 16 prvých miest berie stránka služby, ktorá presne pomenuje službu a trh. Blog prvé miesto pri výbere agentúry nezískal ani raz.
- **Stránka sa môže sama označiť za odpoveď.** Najčastejší víťaz výslovne píše, kto GEO na Slovensku robí, a má túto otázku v FAQ. Je to hypotéza, nie dokázaný účinok.
- **Doména tu nerozhoduje.** Trh je mladý, žiadna doména nemá dôveru AI naprieč témami a prvé miesta sú rozdelené medzi 27 domén.
- **Spätné odkazy a technika webu víťaza neodlišujú.** Víťazi majú skôr menej kvalitných odkazov než ostatní a rýchlosť ani štruktúrované dáta sa nelíšia. Odkazy z portálov so sponzorovanými článkami prvé miesto neprinášajú.
- **Úplnosť a hĺbka víťaza neodlišujú.** Pri 14 z 32 dopytov má druhá stránka vyššie skóre obsahu než víťaz.
- **Niektoré dopyty sú voľné.** Pri otázke na nástroje na GEO pre malú firmu nemenuje ani jedna z troch prvých stránok žiadny nástroj.

Čo nerobiť

Nesľubovať si účinok od dĺžky textu, dátumu ani štruktúry: ich rozdiel medzi víťazom a ostatnými je v pásme náhody alebo opačný. Neodstraňovať dátum z článkov: víťazi ho nemajú preto, že sú to stránky služieb, nie preto, že by dátum škodil. Nekupovať sponzorované články, neladiť rýchlosť ani nedopĺňať schému s cieľom získať prvé miesto v AI: víťaza neodlišujú (kapitola 6). Neblokovať Googlebota; blokovanie Google-Extended AI Overviews neovplyvňuje. Nerobiť závery z jedného screenshotu: pri 10 dopytoch prvé miesto rotuje.

Čo platí aj v iných odvetviach

Rovnakou metódou sme v Q3 2026 merali tri trhy (zberateľské kartičky, chladiarenská technika, plávanie v Prahe) a v Q4 2026 gastroenterológiu. Vo všetkých sa opakuje: úplnejší a dlhší článok často prehrá a víťaz je v citáciách pravidelnejší než ostatní. Čo 1. miesto odlišuje, sa líši: pri chladiarenskej technike odpoveď hneď na začiatku, pri plávaní konkrétne čísla, pri gastroenterológii téma v nadpise a úvode, pri kartách nič z obsahu (rozhoduje doména). Na trhu digitálneho marketingu nič z obsahu a ani doména: rozhoduje typ stránky (stránka služby pri výbere agentúry). Pozor na porovnateľnosť: skóre obsahu je od Q4 2026 počítané novou metódou (príloha A); poradia, X z Y, sila domény, pravidelnosť a priamy súboj sú s Q3 porovnateľné priamo.

Závery sú hypotézy odvodené z merania jedného trhu. Overiť ich možno len opakovaným meraním.

9 Limity

- Meranie trvalo 7 dní (42 behov, 18. až 24. 10. 2026). Po zmene v Google 22. 10. sme merali 3 dni; víťaz bol pred a po zmene rovnaký pri 7 z 10 stabilných dopytov (zmenil sa pri „generatívna optimalizácia“, „ktoré agentúry… GEO pre AI vyhľadávače“ a „linkbuilding“).
- Stránky sme hodnotili 1. 11. 2026, týždeň po meraní. Ak sa stránky medzitým zmenili, hodnotenie to nezachytí.
- 10 stránok sa nedalo prečítať automaticky ani ručne (searchengineland.com overuje prehliadač, ostatné vracajú 403, 400, 522 alebo chybu). Dve z nich sú víťazmi deleného prvenstva (coalitiontechnologies.com, visbly.io). 3 videá YouTube sa rubrikou hodnotiť nedajú. Štyri stránky (webman.sk, contentful.com, webstudio.ltd, blckalpaca.at) sme hodnotili ručne podľa rovnakej rubriky.
- Porovnanie víťaza s ostatnými stojí na 10 dopytoch so stabilným víťazom a 37 stránkach za ním. Pri takej vzorke vyjde náhodou rozdiel pod 0,1 aj pri jednej z 11 vlastností.
- Spätné odkazy (DataForSEO), kvalitu odkazov a technický stav (HTML, robots.txt, Lighthouse) sme merali 1. 11. 2026. Kvalitu odkazov posudzujeme zo 100 najsilnejších odkazujúcich domén a podľa zoznamov (WhitePress, médiá, weby citované v AI, kľúčové slová), nie ručne. Nemerali sme zmienky o značke na webe ani organické pozície.
- Obsah hodnotili dva AI modely nezávisle (príloha A). Zhodli sa na 87,3 % hodnotení; opakovaný beh na 36 stránkach dal rovnaké skóre v 94,5 %. Zo 7 rozporov, ktoré workflow označil, sme 5 potvrdili (4 v prehliadači, 1 z citátov, lebo stránka sa v prehliadači otvoriť nedala) a 2 zamietli. Pri náhodnej kontrole 10 stránok sme 9 otvorili v prehliadači a opravili 5 hodnotení na 4 stránkach; workflow pri 2 z nich prehliadol prelinkované zdroje. Opravili sme aj chybu pri dopytoch s bodkou na konci (4 stránky).

A Príloha A: metodika podrobne

- Dáta: platné merania AI Overviews 18. až 24. 10. 2026 (1 245 meraní, 32 dopytov, 42 behov), rovnaké ako v Štúdii 1 Q4.26. Súhrnné čísla sa zhodujú so Štúdiou 1: 1 196 aktívnych odpovedí, 1 141 odpovedí so zdrojmi, 880 domén. V poradí je 10 186 citácií (rovnaká URL v jednej odpovedi raz, bez odkazov na Google).
- Zdroje: poradie zdroja = poradie prvého výskytu v odpovedi, rovnaká URL raz s najlepšou pozíciou.
- Normalizácia URL: bez parametrov a fragmentov (okrem identifikátora videa YouTube v=), bez http(s), www a koncového lomítka.
- Odkazy na Google sú vylúčené: firemné karty Google (google.com/searchviewer, 42 odkazov) a ostatné odkazy na google.com a google.sk (60). Podstránky Google na iných doménach (napr. developers.google.com) sa počítajú ako zdroj.
- Zmena v Google 22. 10. 2026: aktivácia AI odpovedí na trhu stúpla z 94,4 % na 98,3 %. Poradia a X z Y sú počítané z celého obdobia; víťaz pred a po zmene bol rovnaký pri 7 z 10 stabilných dopytov.
- Stabilita: mŕtva zóna (0 odpovedí so zdrojmi), nízka vzorka (pod 5), delené prvenstvo (rozdiel skóre 1. a 2. pod 0,05), rotujúce (najčastejší prvý zdroj v menej než 30 % meraní), inak stabilný víťaz. Na tomto trhu: 10 stabilných, 12 delených, 10 rotujúcich, žiadna mŕtva zóna.
- Výber stránok: top 5 zo všetkých 32 dopytov, každá URL hodnotená raz (zhoda s dopytom pre každý dopyt zvlášť), spolu 126 stránok. Stránky boli otvorené 1. 11. 2026; 116 hodnotených, 10 sa nedalo prečítať (obsah neoverený, vrátane 3 videí YouTube). Skóre neprečítaných stránok sme neodhadovali.
- Hodnotenie obsahu (automatizované v n8n, verzia 3): stránka sa načíta a prevedie na text; dva AI modely (Claude Sonnet 5.5 a Claude Opus 5.5) nezávisle vyberú doslovné citáty k 11 vlastnostiam; program každý citát overí v texte stránky (nenájdený citát sa zahodí), štruktúru, počet slov a polohu odpovede zmeria priamo a skóre 0, 1, 2 vypočíta podľa pevných prahov rubriky. Kde sa modely rozídu vo fakte, rozhodne tretí dopyt na model. Vlastnosť „bez rozporov“ má hodnoty len 0 (potvrdený rozpor, citované obe miesta) a 2. Zhoda dvoch modelov 87,3 %, zhoda opakovaného behu na 36 stránkach 94,5 %. Hodnotenie nepoznalo poradie stránky.
- Kontroly hodnotenia obsahu: (1) štyri stránky, ktoré workflow nenačítal (webman.sk, webstudio.ltd, contentful.com a blckalpaca.at), sme otvorili v prehliadači a hodnotili ručne podľa rovnakej rubriky; (2) zo 7 rozporov, ktoré workflow označil, sme 5 potvrdili (studiohawk.com.au, cs.wikipedia.org, otterly.ai a dataswans.com v prehliadači, nathanojaokomo.com len z citátov) a 2 zamietli (webyes.com: obe vety sú zlučiteľné; spk.sk: počítadlo recenzií, ktoré sa načíta až skriptom), tam je hodnota 2; (3) náhodná kontrola 10 stránok (seed 42), z toho 9 otvorených v prehliadači: 5 opráv na 4 stránkach (nexscope.ai B a G, chosenly.com E, digitalman.sk E, searcheye.io E); pri digitalman.sk a searcheye.io workflow neuznal prelinkované zdroje; (4) opravená chyba programu, ktorý nezlúčil podotázky pri dopytoch s bodkou na konci (4 stránky, A). Test víťazov sme zopakovali zo skóre každého modelu zvlášť.
- Test: permutačný test v rámci dopytu, 5 000 opakovaní, seed 42, len dopyty so stabilným víťazom, ktorého stránka sa dala prečítať (10 dopytov, 37 stránok za víťazom). Signál = p pod 0,1.
- Spätné odkazy a technika (kapitola 6): n8n workflow „backlinky zdrojov“ (DataForSEO Backlinks bulk: rank, odkazujúce domény, spätné odkazy a spam score pre všetky domény aj URL z top 5) a workflow „technická analýza zdrojov“ (surové HTML: JSON-LD schéma, canonical, meta description, Open Graph, H1 a H2, zoznamy, text v HTML; robots.txt pre Googlebot, Google-Extended, GPTBot, OAI-SearchBot, ChatGPT-User, PerplexityBot a ClaudeBot; rýchlosť DataForSEO Lighthouse, mobil). Zmerané 1. 11. 2026; technika v troch častiach po 42 stránkach, lebo kontrola robots.txt pre 126 stránok prekročila časový limit. Test rovnaký ako pri obsahu, každý aj bez najčastejšieho víťaza.

- Kvalita odkazov (kapitola 6): workflow 1, vetva „kvalita odkazov“: pre 106 domén DataForSEO backlinks summary (TLD, nofollow, umiestnenie odkazu) a až 100 odkazujúcich domén s najvyšším rankom. Každú odkazujúcu doménu sme porovnali so zoznamom slovenských portálov so sponzorovanými článkami z WhitePress (992 domén, stav 1. 11. 2026), so zoznamom hlavných SK a CZ médií, s doménami citovanými v AI Overviews na tomto trhu a s kľúčovými slovami pre tematické weby (marketing, SEO, AI) a inštitúcie. Spamová doména = spam score 30 a viac. Náklad 5,41 USD.
- Kontrola workflowov 1 a 2: pri 5 náhodne vybraných stránkach (seed 42: startitup.sk, increaseo.sk, business.quora.com, spotibo.sk, sharkmedia.sk) sme kontrolným workflowom znova stiahli surové HTML a robots.txt, jednotlivo dotiahli spätné odkazy a zopakovali Lighthouse. HTML (nadpisy, zoznamy, schéma, canonical, meta) a robots.txt sa zhodovali úplne, spätné odkazy domén takmer úplne (rank 546 a 547, spam score 4 a 5 pri jednej doméne). Rýchlosť sa líšila o 1 až 3 body, pri business.quora.com o 20 bodov (39 a 59); Lighthouse kolíše medzi behmi, preto rýchlosť berieme len orientačne.
- Sila domény: podiel všetkých 1 141 odpovedí so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná (Štúdia 1).
- Zmienky v texte: názvy agentúr hľadané v texte AI odpovede po odstránení odkazov.
- Prvé meranie tohto trhu: porovnanie s predchádzajúcim kvartálom nie je, ide o východiskový stav.

B Príloha B: podotázky k dopytom

Podľa nich sme hodnotili, či stránka odpovedá na celú otázku.

Dopyt	Podotázky
aeo agency	What is an AEO agency and what does it do? · Which AEO agencies exist and how do they compare? · What services and deliverables are included? · How much does an AEO agency cost? · Is hiring an AEO agency worth it vs doing it in-house? · How are results measured? · How long until results show?
chceme zistiť, ako sa naša značka objavuje v odpovediach chatgpt, gemini a perplexity a čo môžeme urobiť, aby bola v ai vyhľadávaní viditeľnejšia. hľadáme slovenského partnera, ktorý sa venuje ai visibility a komunikácii. koho by ste odporučili?	Ktorí slovenskí partneri sa venujú AI viditeľnosti? · Vedia zmerať, ako sa značka objavuje v ChatGPT, Gemini a Perplexity? · Čo konkrétne urobia pre zlepšenie viditeľnosti? · Prepájajú AI viditeľnosť s komunikáciou a PR? · Aké majú referencie? · Koľko to stojí? · Ako začať (audit, kontakt)?
chceme zistiť, ako často sa naša značka objavuje v odpovediach chatgpt, gemini a perplexity pri otázkach, ktoré sú relevantné pre našich zákazníkov. potrebujeme monitoring aj odporúčania, ako našu viditeľnosť v ai vyhľadávaní zlepšiť. ktoré agentúry na slovensku sa tomu venujú?	Ktoré slovenské agentúry robia monitoring AI viditeľnosti? · Ako monitoring prebieha (dopyty, frekvencia, platformy)? · Dostanem aj odporúčania na zlepšenie? · Aké nástroje používajú? · Aké výstupy a reporty dodajú? · Koľko to stojí? · Aké majú referencie?
hľadám viacero seo agentúr pre dlhodobú spoluprácu s malou firmou.	Ktoré konkrétne agentúry alebo firmy na Slovensku to robia? · Čo presne služba obsahuje (rozsah, postup)? · Koľko služba stojí alebo ako sa cenotvorba určuje? · Aké výsledky alebo referencie má dodávateľ? · Ako dlho trvá, kým sú vidieť výsledky? · Ako sa líši od klasického SEO? · Ako začať spoluprácu (kontakt, audit)?
hľadáme agentúru na obsahovú stratégiu a pravidelnú tvorbu obsahu pre slovenskú značku. koho osloviť?	Ktoré agentúry robia obsahovú stratégiu na Slovensku? · Čo obsahová stratégia obsahuje? · Dodávajú aj pravidelnú tvorbu obsahu? · Koľko to stojí? · Aké majú referencie? · Ako prebieha spolupráca?
hľadáme partnera na úpravu obsahu a štruktúry webu tak, aby ho ai vyhľadávače vedeli citovať. ktoré slovenské agentúry odporúčaš?	Ktoré slovenské agentúry to robia? · Čo konkrétne na obsahu a štruktúre upravia? · Riešia aj technickú stránku (štruktúrované dáta, prístup robotov)? · Ako sa meria, či ich AI cituje? · Koľko to stojí? · Aké majú referencie?
kto na slovensku pomáha firmám zvýšiť viditeľnosť v perplexity a gemini?	Ktoré firmy alebo experti na Slovensku to robia? · Ako fungujú Perplexity a Gemini pri výbere zdrojov? · Čo konkrétne urobia pre viditeľnosť? · Ako merajú výsledok? · Koľko to stojí? · Aké majú referencie?

Dopyt	Podotázky
kto robí geo optimalizáciu pre chatgpt?	Ktoré konkrétne agentúry alebo firmy na Slovensku to robia? · Čo presne služba obsahuje (rozsah, postup)? · Koľko služba stojí alebo ako sa cenotvorba určuje? · Aké výsledky alebo referencie má dodávateľ? · Ako dlho trvá, kým sú vidieť výsledky? · Ako sa líši od klasického SEO? · Ako začať spoluprácu (kontakt, audit)?
kto robí na slovensku geo optimalizáciu?	Ktoré konkrétne agentúry alebo firmy na Slovensku to robia? · Čo presne služba obsahuje (rozsah, postup)? · Koľko služba stojí alebo ako sa cenotvorba určuje? · Aké výsledky alebo referencie má dodávateľ? · Ako dlho trvá, kým sú vidieť výsledky? · Ako sa líši od klasického SEO? · Ako začať spoluprácu (kontakt, audit)?
ktorá slovenská agentúra sa špecializuje na generative engine optimization	Ktoré konkrétne agentúry alebo firmy na Slovensku to robia? · Čo presne služba obsahuje (rozsah, postup)? · Koľko služba stojí alebo ako sa cenotvorba určuje? · Aké výsledky alebo referencie má dodávateľ? · Ako dlho trvá, kým sú vidieť výsledky? · Ako sa líši od klasického SEO? · Ako začať spoluprácu (kontakt, audit)?
ktoré agentúry na slovensku poskytujú geo optimalizáciu pre ai vyhľadávače?	Ktoré konkrétne agentúry alebo firmy na Slovensku to robia? · Čo presne služba obsahuje (rozsah, postup)? · Koľko služba stojí alebo ako sa cenotvorba určuje? · Aké výsledky alebo referencie má dodávateľ? · Ako dlho trvá, kým sú vidieť výsledky? · Ako sa líši od klasického SEO? · Ako začať spoluprácu (kontakt, audit)?
ktoré agentúry na slovensku poskytujú kvalitný linkbuilding?	Ktoré agentúry na Slovensku robia linkbuilding? · Čo je kvalitný linkbuilding a ako prebieha? · Koľko stojí odkaz alebo balík? · Na akých weboch umiestňujú odkazy? · Aké sú riziká a ako sa im vyhnúť? · Aké majú referencie?
ktoré seo agentúry na slovensku sa oplatí osloviť?	Ktoré SEO agentúry na Slovensku existujú? · Podľa čoho agentúru vybrať? · Aké majú referencie alebo hodnotenia? · Koľko stoja? · V čom sa líšia (špecializácia)? · Ako začať spoluprácu?
najlepšie agentúry na geo optimalizáciu	Ktoré agentúry sú najlepšie na GEO? · Podľa čoho sú vybrané alebo porovnané? · Aké služby ponúkajú? · Koľko stoja? · Aké majú výsledky a referencie? · Ako vybrať tú správnu?
odporuč slovenskú agentúru, ktorá prepája klasické seo s optimalizáciou pre ai odpovede.	Ktoré konkrétne agentúry alebo firmy na Slovensku to robia? · Čo presne služba obsahuje (rozsah, postup)? · Koľko služba stojí alebo ako sa cenotvorba určuje? · Aké výsledky alebo referencie má dodávateľ? · Ako dlho trvá, kým sú vidieť výsledky? · Ako sa líši od klasického SEO? · Ako začať spoluprácu (kontakt, audit)?
som marketingovy manazer. odporuc mi expertov na ai marketing a aio a geo na slovensku	Ktorí experti alebo firmy na Slovensku sa tomu venujú? · V čom sa špecializujú (AI marketing, AIO, GEO)? · Aké majú referencie alebo prípadové štúdie? · Ponúkajú konzultácie, školenia alebo služby? · Koľko to stojí? · Ako ich kontaktovať?
ai optimalizácia	Čo je AI optimalizácia webu? · Ako sa líši od SEO? · Aké kroky alebo techniky zahŕňa? · Prečo je dôležitá pre firmy? · Kto ju na Slovensku robí? · Ako sa meria výsledok?
ai seo	What is AI SEO? · How does it differ from traditional SEO? · What tactics improve visibility in AI answers? · Which tools help with AI SEO? · How to measure AI search visibility? · Does Google give guidance on AI features?
generatívna optimalizácia	Čo je generatívna optimalizácia (GEO)? · Ako sa líši od SEO? · Ako fungujú generatívne vyhľadávače pri výbere zdrojov? · Aké techniky GEO zahŕňa? · Prečo je dôležitá? · Ako merať výsledky?
geo for b2b	What is GEO in a B2B context? · Why does GEO matter for B2B buyers? · Which B2B content performs in AI answers? · What strategy or steps should B2B companies follow? · How to measure GEO results in B2B? · Examples or case studies?
geo optimalizace	Co je GEO optimalizace? · Jak se liší od SEO? · Jaké techniky zahrnuje? · Proč je důležitá pro firmy? · Kdo ji v Česku dělá? · Jak měřit výsledky?

Dopyt	Podotázky
geo optimalizácia	Čo je GEO optimalizácia? · Ako sa líši od SEO? · Aké techniky zahŕňa? · Prečo je dôležitá pre firmy? · Kto ju na Slovensku robí? · Ako merať výsledky?
seo geo	Čo je SEO a čo je GEO? · V čom sa líšia? · Ako ich kombinovať? · Ktoré techniky fungujú pre oboje? · Ako merať výsledky? · Ktorej venovať prioritu?
seo pre ai	Čo je SEO pre AI? · Ako AI vyhľadávače vyberajú zdroje? · Aké techniky pomáhajú? · Aké technické úpravy sú potrebné? · Ako merať výsledky? · Ako sa líši od klasického SEO?
ako sa zobrazovat v chatgpt	Ako ChatGPT vyberá zdroje a značky? · Aký obsah treba vytvoriť? · Akú úlohu má Bing a vyhľadávanie? · Ako upraviť štruktúru webu? · Pomáhajú zmienky na iných weboch a recenzie? · Ako merať, či sa značka zobrazuje? · Ako dlho to trvá?
how do i rank my company in chatgpt answers	How does ChatGPT choose which companies to mention? · What content should I create? · Does Bing indexing matter? · Do third-party mentions and reviews help? · How to structure pages for AI? · How to track mentions in ChatGPT? · How long does it take?
how to get found by ai	What does it mean to be found by AI? · Which platforms matter (ChatGPT, Perplexity, Google AI)? · What content and structure help? · Do mentions on other sites help? · How to measure AI visibility? · Practical first steps?
how to rank in chatgpt search	How does ChatGPT search select sources? · Role of Bing index? · Which content formats get cited? · Technical requirements (crawling, OAI-SearchBot)? · Role of brand mentions and authority? · How to track results?
hľadám nástroje na geo optimalizáciu pre malú firmu, ktoré by si odporučil?	Ktoré nástroje na GEO existujú? · Čo jednotlivé nástroje merajú alebo robia? · Koľko stoja? · Ktoré sú vhodné pre malú firmu? · Ako ich porovnať? · Dajú sa použiť v slovenčine alebo pre slovenský trh?
naša značka sa v chatgpt objavuje menej než konkurenti. chcem zistiť, prečo ai cituje iné weby a aký obsah by sme mali zlepšiť. ktoré nástroje to dokážu?	Ktoré nástroje porovnajú viditeľnosť značky a konkurencie v ChatGPT? · Ukážu, ktoré weby AI cituje? · Odporučia, aký obsah zlepšiť? · Koľko nástroje stoja? · Ako sa líšia AI viditeľnosť a klasické vyhľadávanie? · Ako s nástrojom začať?
som marketingový manažér d2c e-shopu a chcem zistiť, ako často nás chatgpt a perplexity odporúčajú oproti konkurencii. aký nástroj na ai visibility by ste odporučili?	Ktoré nástroje merajú AI viditeľnosť značky? · Merajú ChatGPT aj Perplexity? · Porovnajú značku s konkurenciou? · Koľko stoja? · Sú vhodné pre e-shop? · Aké výstupy a reporty poskytujú?
čo vieš o agentúre visibility zo slovenska? komu by si ju odporučil a aké existujú alternatívy?	Čo je agentúra Visibility a čo robí? · Aké služby ponúka? · Pre koho je vhodná? · Aké má referencie alebo hodnotenia? · Aké sú alternatívy? · Ako ju kontaktovať?

C Príloha C: úplné testy spätných odkazov a techniky

Permutačný test v rámci dopytu, 5 000 opakovaní; dopyty so stabilným víťazom, pozície 1 až 5.

Spätné odkazy a technika (DataForSEO a surové HTML, 1. 11. 2026)

Vlastnosť	Dopytov	Víťaz viac	Rozdiel	p	Dopytov bez	Víťaz viac bez	Rozdiel bez	p bez
Backlink rank domény	10	2 z 10	-33,12	0,48	8	2 z 8	-22,25	0,69
Odkazujúce domény (log)	10	4 z 10	-0,09	0,85	8	4 z 8	0,09	0,88
Spam score domény	10	5 z 10	4,92	0,34	8	3 z 8	2,80	0,62
Odkazujúce domény na URL (log)	10	3 z 10	0,41	0,36	8	3 z 8	0,51	0,35
JSON-LD schéma	9	1 z 9	0,03	1,00	7	1 z 7	0,04	1,00
Schéma článku	9	2 z 9	-0,12	0,59	7	2 z 7	-0,05	1,00
Autor v schéme	9	3 z 9	0,02	0,96	7	3 z 7	0,10	0,70
Dátum v schéme	9	0 z 9	-0,29	0,14	7	0 z 7	-0,32	0,24
FAQ schéma	9	1 z 9	-0,23	0,18	7	0 z 7	-0,24	0,26
Schéma firmy	9	4 z 9	-0,03	1,00	7	2 z 7	-0,11	0,59
Canonical	9	1 z 9	-0,16	0,19	7	0 z 7	0,00	1,00
Meta description	9	2 z 9	0,06	1,00	7	1 z 7	0,04	1,00
Open Graph	9	1 z 9	-0,16	0,18	7	0 z 7	0,00	1,00
Práve jeden H1	9	1 z 9	-0,08	0,36	7	0 z 7	-0,14	0,20
Slová v HTML (log)	9	4 z 9	-1,35	0,06	7	3 z 7	-0,06	0,83
Počet H2	9	2 z 9	-2,94	0,09	7	1 z 7	-2,64	0,19
Počet zoznamov	9	3 z 9	-2,14	0,43	7	3 z 7	-0,13	0,97
Výkon Lighthouse mobil	9	4 z 9	-2,18	0,76	7	4 z 7	1,70	0,86
LCP (ms)	9	2 z 9	-1927,82	0,21	7	0 z 7	-2689,38	0,16
Blokuje Google-Extended	10	0 z 10	-0,07	0,56	8	0 z 8	-0,09	0,57

„Bez“ = bez najčastejšieho víťaza (jeho víťazné dopyty vynechané, jeho stránky vyradené z porovnania). Rozdiel = priemer víťaza mínus priemer miest 2 až 5. Pri áno/nie vlastnostiach „víťaz viac“ počíta len prípady, keď ju víťaz má a ostatní v priemere menej.

Kvalita spätných odkazov (až 100 najsilnejších odkazujúcich domén, 1. 11. 2026)

Vlastnosť	Dopytov	Víťaz viac	Rozdiel	p	Dopytov bez	Víťaz viac bez	Rozdiel bez	p bez
Kvalitné odkazujúce domény (súhrn)	10	2 z 10	-2,30	0,50	8	2 z 8	-2,38	0,58
Odkazy z médií a prémiových portálov	10	0 z 10	-3,00	0,11	8	0 z 8	-3,51	0,15

Vlastnosť	Dopytov	Víťaz viac	Rozdiel	p	Dopytov bez	Víťaz viac bez	Rozdiel bez	p bez
Odkazy z portálov so sponzorovanými článkami	10	0 z 10	-3,27	0,15	8	0 z 8	-4,03	0,20
Odkazy z portálov nízkej kvality	10	1 z 10	-0,82	0,50	8	1 z 8	-1,11	0,51
Odkazy z webov, ktoré AI sama cituje	10	1 z 10	-1,88	0,18	8	1 z 8	-1,82	0,26
Odkazy z tematických webov (marketing, SEO, AI)	10	4 z 10	3,52	0,27	8	4 z 8	4,88	0,22
Odkazy z inštitúcií a odborných zdrojov	10	4 z 10	0,15	0,47	8	4 z 8	0,22	0,47
Odkazy zo spamových domén	10	6 z 10	-1,10	0,91	8	4 z 8	-4,44	0,71
Podiel .sk a .cz odkazov	10	3 z 10	-0,04	0,68	8	2 z 8	-0,04	0,77
Podiel nofollow odkazov	10	6 z 10	0,09	0,16	8	6 z 8	0,13	0,10
Podiel odkazov v texte stránky	10	9 z 10	0,11	0,07	8	7 z 8	0,12	0,13

Naprieč doménami kvalita odkazov so silou domény v AI nesúvisí (Spearman: kvalitné -0,02, weby citované v AI 0,14, médiá 0,25, portály so sponzorovanými článkami 0,20; všetky p nad 0,1).

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