ŠTÚDIA · GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION

PUBLIKOVATEĽNÁ · Q4 2026

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

Mapa slovenského trhu klimatizácií a chladiacej techniky v odpovediach Google AI Overviews, porovnanie Q3 a Q4 2026. Vrátane menovitého rozpisu, kto na trhu vyhráva a v čom.
1 110 platných meraní počas 7 dní, 5 088 citácií webov, 342 domén, 97 citácií firemných profilov Google.

64,6 %
meraní malo AI odpoveď (aktivácia; Q3: 42,9 %)

27,5 %
všetkých citácií nesie 10 najcitovanejších domén (Q3: 32,8 %)

342
domén sa objavilo v citačnom bloku

Market.Brand.Grow.

GEO · SEO · PPC, postavené na dátach
Vlastné meranie AIO, slovenský trh, 18.–24. 10. 2026
29 dopytov × 42 meraní, 1 110 platných pozorovaní

Manažérske zhrnutie

Zákaznícke správanie sa mení. Keď B2B nákupca na Slovensku hľadá dodávateľa klimatizačnej alebo chladiarenskej techniky, čoraz častejšie nedostane zoznam webov, ale odpoveď, ktorú mu poskladá umelá inteligencia. Táto štúdia mapuje celý trh v Google AI Overviews v druhom kvartálnom meraní: 1 110 platných meraní počas 7 dní (18.–24. 10. 2026), 5 088 citácií webov zo 342 domén a 97 citácií firemných profilov Google. Výsledky porovnávame s meraním z júla 2026 (Q3).

Trh v jednom pohľade: z 1 110 meraní sa AI odpoveď zobrazila v 717 prípadoch (64,6 %; Q3: 42,9 %); 656 z nich malo zoznam citovaných zdrojov s 5 088 citáciami webov zo 342 domén.

21–83 %
takto sa líši aktivácia AIO podľa zámeru dopytu. Priemer 64,6 % sám nehovorí takmer nič.

48–76 %
v takom rozpätí by jedno meranie vykázalo aktiváciu, hoci sme merali 42-krát. Jednorazový audit je náhodný snímok.

2 z 29
dopytov nemalo AI odpoveď pri žiadnom platnom meraní (Q3: 10 z 29). Mŕtvych zón ubudlo.

Poznatky o trhu (Q4 2026)

- **AI odpoveď sa zobrazuje častejšie ako v lete.** Aktivácia stúpla z 42,9 % na 64,6 %. Najviac pri inštalácii a prevádzke (34,5 % → 63,1 %) a pri nákupných dopytoch (18,7 % → 46,1 %).
- **O viditeľnosti stále rozhoduje zámer.** Pri B2B veľkoobchodných dopytoch sa AI odpoveď spustila v 82,7 % meraní, pri generických produktových dopytoch v 21,4 %.
- **Citácie sú menej koncentrované.** 5 088 citácií zo 342 domén; 10 najcitovanejších nesie 27,5 % (Q3: 32,8 %). Na čele je gastrochladenie.sk, daikin.sk a stiebel-eltron.sk.
- **Každý zámer má vlastného lídra.** arktis.sk pri B2B dopytoch, daikin.sk pri informačných, stiebel-eltron.sk pri inštalácii, allegro.sk a klimapreteba.sk pri nákupných.
- **Jedno meranie klame.** Naprieč 42 meraniami by jednorazový audit vykázal aktiváciu od 47,8 % do 75,9 %.
- **Formulácia rozhoduje viac než téma.** „kde kupit aux klimatizacie“ mal AI odpoveď v 19,4 % meraní, „kde kupim aux klimatizacie“ v 80,0 %. Líšia sa jedným písmenom.
- **Autorita sa neprelieva do nákupných dopytov automaticky.** bosch-homecomfort.com je citovaný v 58,1 % odpovedí pri informačných dopytoch, pri B2B v 1,0 %. arktis.sk presne opačne: B2B 38,5 %, informačné 0,0 %.
- **Keď je doména citovaná, býva to vysoko.** daikin.sk bol v 43,9 % zo svojich 107 odpovedí na 1. mieste a v 82,2 % v TOP 3.
- **Firemné profily Google sú samostatný vstup do odpovede.** 97 citácií z 24 profilov v 51 odpovediach, 56 z nich na 1. až 3. mieste. Najčastejšie Klimamarket (33×) a ARKTIS (18×).
- **Denná doba nerozhoduje, deň merania áno.** Počas dňa sa aktivácia držala v pásme 61,3 % až 67,6 %, medzi dňami v pásme 56,9 % až 73,3 %.
- **Trh nie je uzavretá množina.** 221 z 342 domén citovaných v Q4 v júli citovaných nebolo.

Čo je iné oproti Q3 2026

Zmeny vo výsledkoch (namerané)

- Aktivácia AI odpovede: 42,9 % → 64,6 %; dopyty bez AI odpovede pri všetkých meraniach: 10 → 2.
- Koncentrácia: 10 najcitovanejších domén nesie 32,8 % → 27,5 % citácií; nový líder rebríčka gastrochladenie.sk (29. → 1. miesto).
- Nákupné dopyty: aktivácia 18,7 % → 46,1 %, líder klimaservisit.sk → allegro.sk a klimapreteba.sk.
- Informačné dopyty: aktivácia 56,4 % → 82,0 %; daikin.sk vedie sám (66,2 % odpovedí so zdrojmi); v Q3 sa o vedenie delil s buderus.com a immergas.sk (po 52,8 %).

Zmeny v metodike

- Októbrové zdroje sú obnovené z textu AI odpovede (všetky citácie v poradí). Júlové zoznamy podľa kontroly na screenshotoch zodpovedajú tomu istému zoznamu, odpovede v októbri však citujú v priemere viac webov (6,2 → 7,8). Porovnávame preto podiely a poradie, nie absolútne počty citácií.
- Firemné profily Google (karty z Máp) sú v Q4 samostatný typ zdroja s menom firmy. Q3 štúdia ich nezapočítala a neupravujeme ju.
- Q4 má 42 meraní za 7 dní (Q3: 34 meraní za 5 dní). Dopyty sú rovnaké (29). Počet domén Q3 uvádzame jednotne bez „www.“: 154 (Q3 štúdia: 159, rátala www zvlášť).

Čo z toho vyplýva

Byť na prvej strane Google už nestačí. GEO (Generative Engine Optimization) rozhoduje o tom, či vás AI vyberie ako zdroj pravdy o vašom trhu. Kapitola 15 zhŕňa praktické závery a kapitola 14 porovnanie s Q3.

Metodická poznámka: meranie prebehlo na slovenskom trhu klimatizácií a chladiacej techniky (18.–24. 10. 2026), 29 dopytov × 42 meraní, 1 110 platných pozorovaní, s kompletným záznamom aktivácie, pozície, citovaných zdrojov a textu odpovede.

1 Nová bojová línia: odpoveď, nie odkaz

Prečo sa každá B2B firma musí 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 B2B dodávateľa klimatizačnej a chladiarenskej techniky to mení pravidlá: 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 ešte pred prvým klikom. Ak nie, nákupca dostane odpoveď aj bez vás.

Prečo je to naliehavé práve teraz

Medzi júlom a októbrom 2026 sa AI odpoveď na tomto trhu začala zobrazovať pri výrazne väčšej časti dopytov (42,9 % → 64,6 % meraní). Priestor, v ktorom rozhoduje AI, sa teda rozširuje. Firma, ktorá v citačnom bloku chýba, je pre rastúcu časť nákupcov neviditeľná, bez ohľadu na to, ako dobre je optimalizovaná pre klasický Google.

Prečo opakované meranie

Rovnaký trh s rovnakými 29 dopytmi meriame každý kvartál opakovane, v októbri 42-krát počas 7 dní, od rána po večer. Až taký záber umožňuje odlíšiť trvalý vzor od náhodného výkyvu a porovnať, čo sa medzi kvartálmi naozaj zmenilo. Výsledkom nie je audit jednej firmy, ale mapa celého trhu: kto v odpovediach vedie pri ktorom zámere, ako sú citácie koncentrované a kadiaľ vedú vstupy do odpovede.

2 Ako sme merali

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

Skúmaný trh	Klimatizačná a chladiarenská technika, tepelné čerpadlá, B2B a maloobchodný trh, Slovensko
Obdobie merania	18.–24. 10. 2026 (7 dní), porovnanie s meraním 11.–20. 7. 2026 (Q3)
Časové sloty	42 meraní v rozpätí 8:00 až 21:00 (niektoré behy vypadli technicky; zoznam v prílohe A2)
Počet dopytov	29 (5 kategórií zámeru), rovnaké ako v Q3
Počet pozorovaní	1 110 platných (dopyt × meranie); 108 meraní so zlyhaným zberom dát sme vylúčili
Sledované metriky	aktivácia AIO · citačná pozícia · plný zoznam citovaných zdrojov (5 088 citácií webov, 342 domén, 97 citácií firemných profilov Google) · text odpovede

Klasifikácia dopytov podľa zámeru

Dopyty sú rozdelené podľa zámeru nákupcu rovnako ako v Q3: B2B distribútor a veľkoobchod, priame nákupné dopyty („kde kúpiť“), informačné a metodické dopyty, dopyty o inštalácii a prevádzke a generické produktové dopyty bez kontextu. Mapa dopyt → zámer je v prílohe A1 a v CSV.

Očistenie dát

Dáta boli očistené o 108 meraní, pri ktorých zlyhal zber dát (poskytovateľ API vrátil chybu a meranie sa nedalo vyhodnotiť: 87 chybných meraní zapísaných ako „bez AI odpovede“ a 21 meraní, ktoré zlyhali aj po 3 pokusoch). Tieto merania nie sú započítané ako merania bez AI Overview. Štúdia pracuje s 1 110 platnými meraniami.

Aktívna odpoveď a odpoveď s citáciami

Zo 717 aktívnych AI odpovedí malo 656 aj zoznam citovaných zdrojov. Zvyšných 61 odpovedí neuvádzalo žiadny zdroj (najviac pri dopyte „Funguje aux klima aj bez elektriky na pevné paliva“: 26 z 36). Doménová analýza pracuje s odpoveďami so zdrojmi. Zdroje sú obnovené z textu odpovede: všetky citácie v poradí, ako sú v texte, plus zdroje z bočného panela, ktoré v texte neboli; rovnaká URL len raz.

Firemné profily Google: ako sme ich priradili

Časť citácií nesmeruje na web, ale na firemný profil Google (kartu z Máp). V Q4 ich bolo 97 z 24 profilov. Každý odkaz sme dekódovali na identifikátor profilu, čo je jednoznačné, a meno majiteľa sme overili priamo na profile v Google. Meno sme neurčovali z textu odpovede: Google pripína ku tvrdeniu o jednej firme aj kartu inej firmy.

V rebríčku domén karty nie sú (nemajú doménu); uvádzame ich ako samostatný typ zdroja a pri firme, ktorej patria. 33 ďalších odkazov na Google (Mapy, vyhľadávanie) do rebríčka domén nezaraďujeme a uvádzame ich zvlášť.

Čo dáta dokážu a čo nie

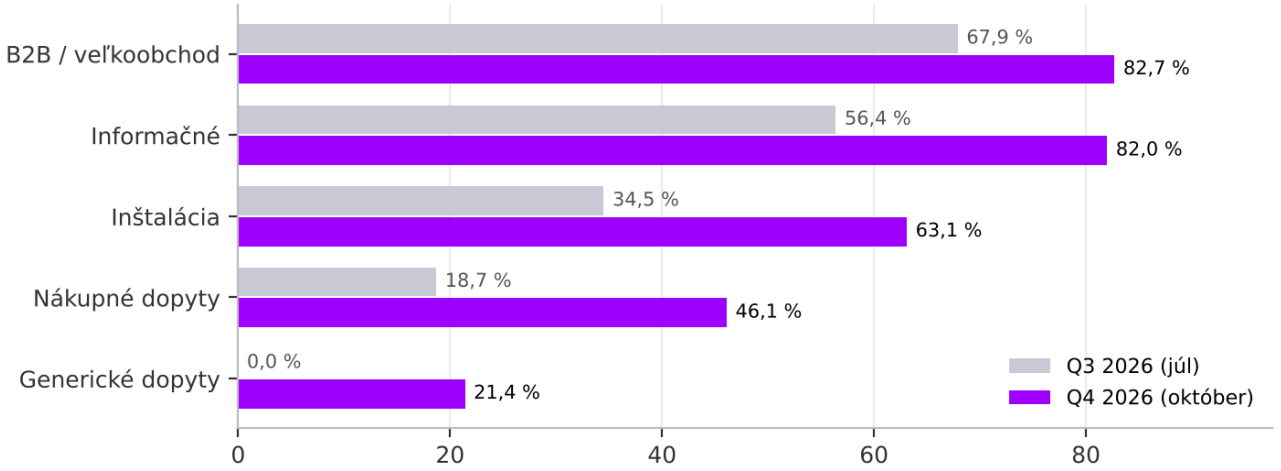
Toto je meranie jedného trhu počas 7 dní. Presné percentá platia pre túto vzorku a nemajú sa čítať ako univerzálne konštanty. Univerzálne sú vzory a mechanizmy (závislosť od zámeru, koncentrácia citácií, volatilita). Merané bolo s formuláciami tak, ako by ich napísal reálny nákupca. Zmeny medzi Q3 a Q4 sú namerané, ich príčiny štúdia nemeria.

3 Zistenie 1: o viditeľnosti rozhoduje zámer

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

NAMERANÉ

Naprieč celou vzorkou sa AI odpoveď zobrazila pri 717 z 1 110 meraní (64,6 %; v Q3 42,9 %). Toto číslo je samo osebe zavádzajúce: vzniká spriemerovaním piatich veľmi odlišných zámerov. Práve rozptyl medzi nimi je poznatok.



Graf 1. Ako často sa AI odpoveď zobrazí podľa kategórie zámeru dopytu, Q3 a Q4 2026 (% platných meraní).

Kompletné dáta podľa zámeru

Kategória zámeru	Dopytov	Meraní Q4	Aktivácia Q3	Aktivácia Q4	Odpovedí so zdrojmi Q4
B2B distribútor a veľkoobchod	11	392	67,9 %	82,7 %	291
Informačné a metodické	3	122	56,4 %	82,0 %	74
Inštalácia a prevádzka	7	290	34,5 %	63,1 %	183
Nákupné dopyty (kde kúpiť)	5	180	18,7 %	46,1 %	81
Generické produktové dopyty	3	126	0,0 %	21,4 %	27

Kľúčová zákonitosť

Čím je zámer poradenskejší alebo dodávateľskejší, tým vyššia aktivácia AIO. Google generuje AI odpoveď najochotnejšie tam, kde má čo syntetizovať: vysvetlenie, porovnanie dodávateľov, odporúčanie. V Q4 sa však AI odpoveď objavila aj pri časti generických dopytov (21,4 %; v Q3 nikdy), najmä pri dopyte „chladiarenské dvere“ (57,1 %). Hranica mŕtvej zóny sa posúva.

Praktický dôsledok pre plánovanie

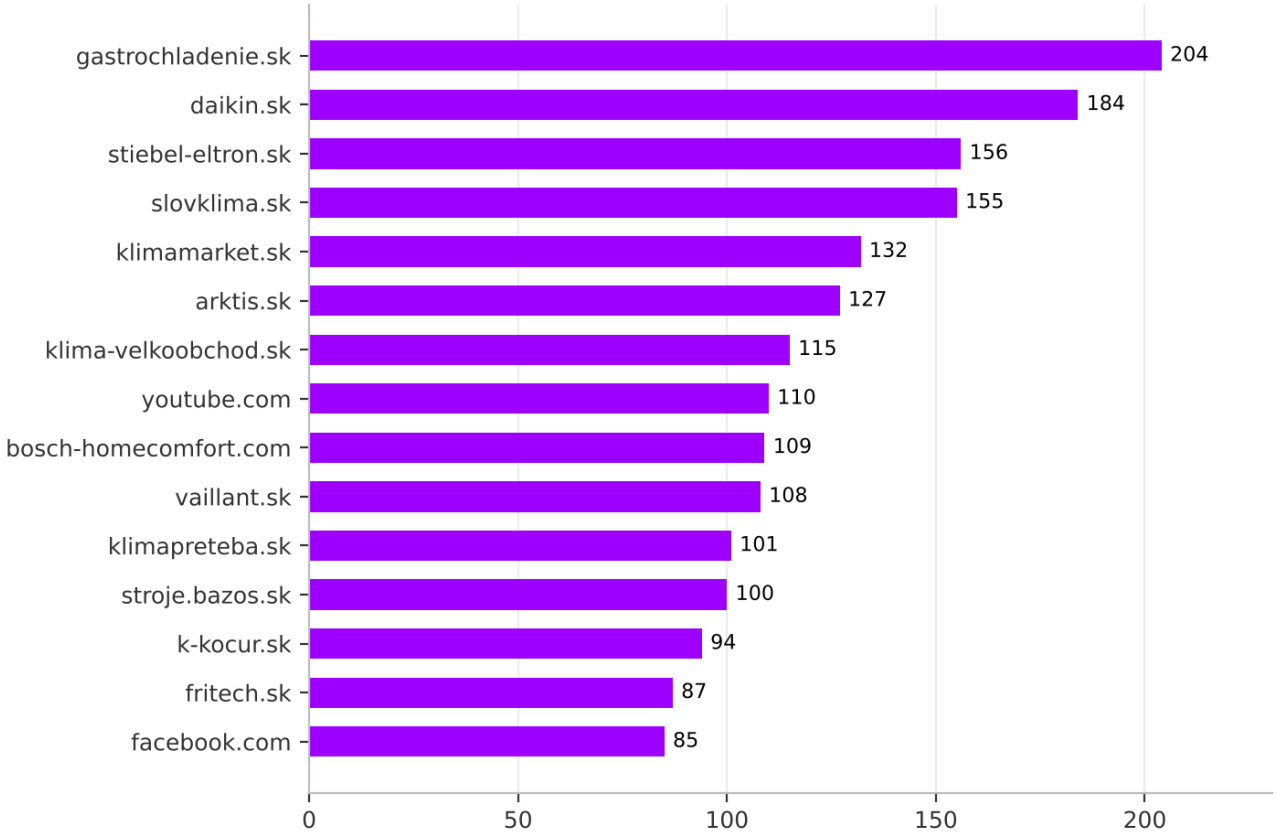
Skôr než investujete do obsahu alebo rozpočtu, zmapujte svoje dopyty do pásiem aktivácie a mapu každý kvartál obnovte. Kde AIO nežije (v Q4 len 2 dopyty z 29), rozhoduje klasické SEO, PPC a katalógy. Kde žije, rozhoduje to, či vás AI cituje.

4 Zistenie 2: citácie sa koncentrujú, ale menej než v lete

V AI odpovedi je hŕstka citácií a malá skupina domén nesie štvrtinu z nich.

NAMERANÉ

Naprieč 656 odpoveďami so zdrojmi sme zaznamenali 5 088 citácií webov zo 342 rôznych domén. 10 najcitovanejších domén nesie 27,5 % všetkých citácií (Q3: 32,8 % z 1 668 citácií a 154 domén). Trh sa rozšíril: AI cituje viac rôznych webov a priestor sa delí medzi viac hráčov.



Graf 2. Počet citácií 15 najcitovanejších domén, z 5 088 citácií webov v Q4.

Najcitovanejšie zdroje trhu

#	Doména	Citácií (z 5 088)	Podiel	Odpovedí so zdrojmi	Poradie Q3
1	gastrochladenie.sk	204	4,0 %	82 (12,5 %)	29
2	daikin.sk	184	3,6 %	107 (16,3 %)	15
3	stiebel-eltron.sk	156	3,1 %	152 (23,2 %)	4
4	slovklima.sk	155	3,0 %	130 (19,8 %)	2
5	klimamarket.sk	132	2,6 %	110 (16,8 %)	7
6	arktis.sk	127	2,5 %	116 (17,7 %)	1
7	klima-velkoobchod.sk	115	2,3 %	91 (13,9 %)	15
8	youtube.com	110	2,2 %	79 (12,0 %)	35
9	bosch-homecomfort.com	109	2,1 %	108 (16,5 %)	3

#	Doména	Citácií (z 5 088)	Podiel	Odpovedí so zdrojmi	Poradie Q3
10	vaillant.sk	108	2,1 %	106 (16,2 %)	5
11	klimapreteba.sk	101	2,0 %	65 (9,9 %)	41
12	stroje.bazos.sk	100	2,0 %	61 (9,3 %)	55

„Odpovedí so zdrojmi“ je počet odpovedí, v ktorých je doména citovaná aspoň raz, a jeho podiel zo všetkých odpovedí so zdrojmi. Pomlčka znamená, že doména v Q3 citovaná nebola. Domény s rovnakým počtom citácií majú rovnaké poradie.

Čo z koncentrácie vyplýva pre stratégiu

Odmena je rozdelená medzi predajcov chladiacej techniky (gastrochladenie.sk, klimamarket.sk, arktis.sk, klima-velkoobchod.sk) a výrobcov s poradenským obsahom (daikin.sk, stiebel-eltron.sk, bosch-homecomfort.com, vaillant.sk). Polovičné úsilie nemá zmysel: oplatí sa vybrať si zámery, kde môžete byť najlepší zdroj, a tie ovládnuť do hĺbky.

Akého typu sú zdroje, ktoré AI cituje

Typ zdroja	Citácií	Podiel
webstránka/e-shop	4556	87,3 %
katalóg/agregátor/inzercia	310	5,9 %
video/sociálna sieť	222	4,3 %
firemný profil Google	97	1,9 %
iné odkazy na Google (Mapy, vyhľadávanie)	33	0,6 %

Základ tvorí všetkých 5 218 citácií zo 656 odpovedí so zdrojmi (weby, firemné profily Google a ostatné odkazy na Google). Firemné profily Google opisuje kapitola 11.

S kým sa líder B2B dopytov delí o priestor

Doména citovaná spolu s arktis.sk	Odpovedí (zo 116)
chladges.sk	68
k-kocur.sk	63
klimamarket.sk	50
tittl.sk	41
klima-velkoobchod.sk	39
schiessl.sk	33
slovklima.sk	30
tefcold.sk	30
klimac.sk	27
soleon.sk	25

Počítané sú odpovede so zdrojmi, v ktorých je citovaná arktis.sk (116). Pri B2B dopytoch sa arktis.sk delí o citačný blok najmä s ďalšími veľkoobchodmi a distribútormi chladiacej techniky. Kto sa chce v AIO presadiť pri B2B dopytoch, súperí o miesto práve s touto skupinou.

5 Zistenie 3: každý zámer má vlastného lídra

Koncentrácia neznamená, že celému trhu vládne jeden hráč. Po rozdelení podľa zámeru sa objaví viacero samostatných súbojov.

NAMERANÉ

Pre každú kategóriu zámeru sme určili doménu, ktorá je v odpovediach so zdrojmi danej kategórie citovaná najčastejšie. Podiel lídra je podiel odpovedí so zdrojmi, v ktorých je citovaný.

Kategória zámeru	Aktivácia Q4	Líder Q4	Podiel lídra	2. a 3. miesto	Líder Q3
B2B / veľkoobchod	82,7 %	arktis.sk	38,5 %	klimamarket.sk (32,3 %), klima-velkoobchod.sk (27,5 %)	arktis.sk
Informačné	82,0 %	daikin.sk	66,2 %	viessmann.sk (59,5 %), bosch-homecomfort.com (58,1 %)	buderus.com, daikin.sk, immergas.sk (zhodne)
Inštalácia	63,1 %	stiebel-eltron.sk	54,1 %	vaillant.sk (36,6 %), bosch-homecomfort.com (33,9 %)	stiebel-eltron.sk
Nákupné dopyty	46,1 %	allegro.sk a klimapreteba.sk	45,7 %	stroje.bazos.sk (40,7 %)	klimaservisit.sk
Generické dopyty	21,4 %	slovklima.sk	96,3 %	fritech.sk (88,9 %), gastrochladenie.sk (88,9 %)	AIO sa nespúšťalo

Trh sa nezískava naraz, ale po zámeroch

Pri B2B a veľkoobchodných dopytoch vedie arktis.sk pred klimamarket.sk a klima-velkoobchod.sk. Pri informačných dopytoch citačný priestor ovládajú výrobcovia (Daikin, Viessmann, Bosch), pri inštalácii vedie stiebel-eltron.sk pred vaillant.sk. Pri nákupných dopytoch sa vystriedal líder: v Q3 klimaservisit.sk, v Q4 allegro.sk a klimapreteba.sk. Pri generických dopytoch sa AI odpoveď objavila prvýkrát a citácie sú sústredené pri dopyte „chladiarenské dvere“.

Na trhu sa v AI odpovediach nesúťaží o trh ako celok, súťaží sa o jednotlivé zámery. Reálny cieľ preto neznie „byť viditeľný v AI“, ale „vybrať si zámer, ktorý viem obsadiť, a byť v ňom citovaný v čo najväčšom podiele odpovedí“.

Nákupné dopyty: nová vrstva

Pri nákupných dopytoch („kde kúpiť“) stúpla aktivácia z 18,7 % na 46,1 % a počet odpovedí so zdrojmi z 10 na 81. V citáciách dominujú e-shopy, trhoviská a inzertné portály (allegro.sk, klimapreteba.sk, stroje.bazos.sk). Kto chce byť citovaný pri nákupe, potrebuje stránky s jasnou ponukou a cenou, nie len poradenský obsah (hypotéza).

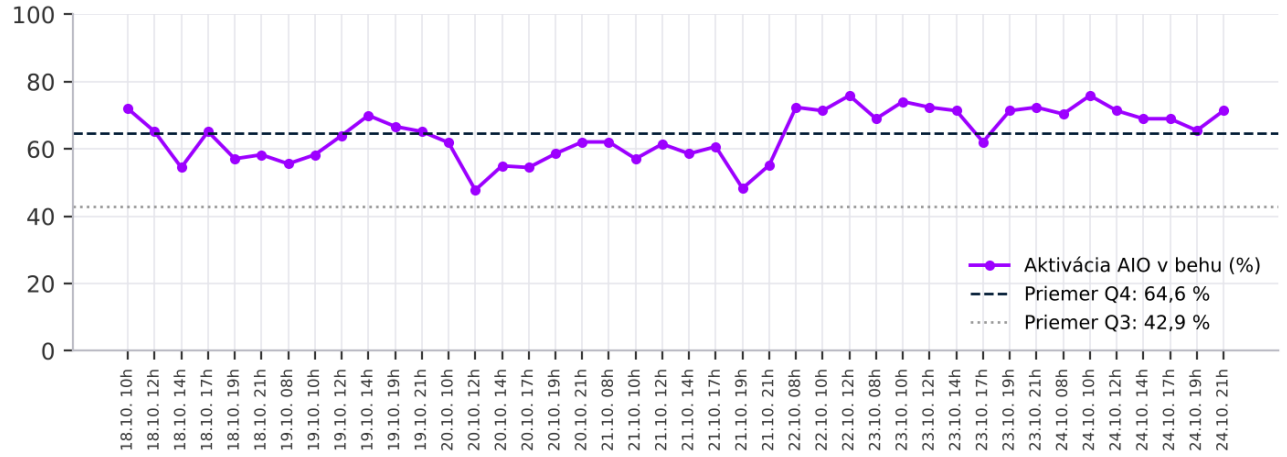
6 Zistenie 4: jedno meranie klame

Najpodceňovanejšie riziko GEO nie je nízka pozícia. Je to falošná istota z jediného merania.

NAMERANÉ

Rovnaký trh s rovnakými 29 dopytmi sme v októbri zmerali 42-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	Výsledok zo všetkých meraní
Aktivácia AIO, Q4 (42 meraní)	47,8 %	75,9 %	28,1 b.	64,6 %
Aktivácia AIO, Q3 (34 meraní)	33,3 %	55,2 %	21,9 b.	42,9 %



Graf 3. Aktivácia AIO v každom zo 42 meraní Q4 (len platné merania). Jednorazový audit trafí ktorýkoľvek bod na krivke.

Stabilita na úrovni jednotlivých dopytov

Správanie dopytu naprieč platnými meraniami	Q3	Q4
AI odpoveď sa nezobrazila ani raz	10	2
Aktivácia kolísala medzi meraniami	18	23
AI odpoveď sa zobrazila pri každom platnom meraní	1	4

4 dopyty mali AI odpoveď pri každom platnom meraní

V Q4 mali AI odpoveď pri všetkých platných meraniach dopyty: „chladiarenské dvere velkoobchod“, „čo je tepelné čerpadlo“, „umiestnenie vonkajšej jednotky tepelného čerpadla“, „vykurovanie pomocou tepelného čerpadla“. V Q3 to bol jediný dopyt („Veľkoobchod s chladiarenským príslušenstvom na Slovensku“), ktorý v Q4 klesol na 88,9 %. Zvyšných 23 dopytov kolísalo. Viditeľnosť v AIO nie je stav, ktorý si udržíte, ale pravdepodobnosť, ktorú si zvyšujete.

7 Zistenie 5: formulácia rozhoduje viac než téma

Dva takmer identické dopyty o rovnakej téme môžu dopadnúť úplne opačne.

NAMERANÉ

Dopyt A	Aktivácia A (Q3 → Q4)	Dopyt B	Aktivácia B (Q3 → Q4)
„kde kupit aux klimatizacie“	0,0 % → 19,4 %	„kde kupim aux klimatizacie“	6,2 % → 80,0 %
„rury na klimatizaciu“	0,0 % → 0,0 %	„rury na klimatizaciu velkoobchod“	2,9 % → 39,5 %
„chladiarenské dvere“	0,0 % → 57,1 %	„chladiarenské dvere velkoobchod“	97,1 % → 100,0 %
„tepelné čerpadlo aux“	0,0 % → 0,0 %	„vykurovanie pomocou tepelného čerpadla“	85,3 % → 100,0 %

Jedno písmeno, iný výsledok

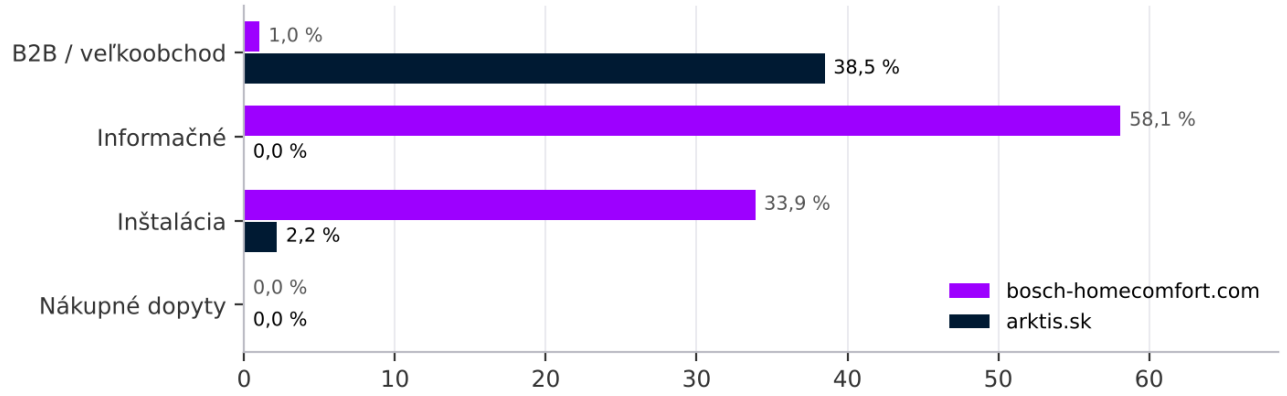
Dopyty „kde kupit aux klimatizacie“ a „kde kupim aux klimatizacie“ sa líšia jedným písmenom. Prvý mal v Q4 AI odpoveď v 19,4 % meraní, druhý v 80,0 %. „rury na klimatizaciu“ nemal AI odpoveď ani raz, „rury na klimatizaciu velkoobchod“ v 39,5 %. Pri krátkych produktových frázach Google často usúdi, že používateľ chce zoznam ponúk; pri rovnakej téme s jasným zámerom (veľkoobchod, dodávateľ, poradenstvo) je aktivácia v týchto pároch výrazne vyššia. Neplatí to bez výnimky: aj B2B dopyty ako „odporuc mi velkoobchod s klimatizaciami“ mali AI odpoveď len v približne polovici meraní.

Dôsledok pre riadenie obsahu a merania: merajte konkrétne formulácie, nie témy. Dve vety, ktoré vám znejú rovnako, môžu byť v AIO dva odlišné trhy. Zoznam reálnych formulácií, ktoré zákazníci naozaj používajú, je základný vstup do GEO. Medzi kvartálmi sa pritom formulácie správajú rôzne: „chladiarenské dvere“ mal v Q3 nulovú aktiváciu, v Q4 57,1 %.

8 Zistenie 6: zdroj poznania nie je to isté ako dodávateľ

Byť citovaný ako zdroj poznania nie je to isté ako byť odporúčaný ako dodávateľ. Vidno to na dvoch doménach, ktoré si zámery rozdelili takmer bez prekryvu.

NAMERANÉ



Graf 4. Podiel odpovedí so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná, podľa kategórie zámeru, Q4 2026.

bosch-homecomfort.com je citovaný v 58,1 % odpovedí pri informačných dopytoch a v 33,9 % pri inštalácii, no pri B2B dopytoch len v 1,0 % a pri nákupných ani raz. arktis.sk je presne opačne: 38,5 % pri B2B dopytoch, pri informačných a nákupných ani raz. Rovnaký vzor sme videli v Q3.

AI vás vidí ako zdroj, alebo ako miesto

Model si doménu ukotví buď ako zdroj poznania, ktorý cituje pri otázkach „ako“ a „prečo“, alebo ako miesto a poskytovateľa, ktorého vyberie pri otázkach „kde“ a „od koho“. Výrobca s poradenským obsahom je v týchto dátach zdrojom, veľkoobchod s jasne pomenovanou ponukou je miestom. Prechod z jednej role do druhej sa nedeje sám (hypotéza).

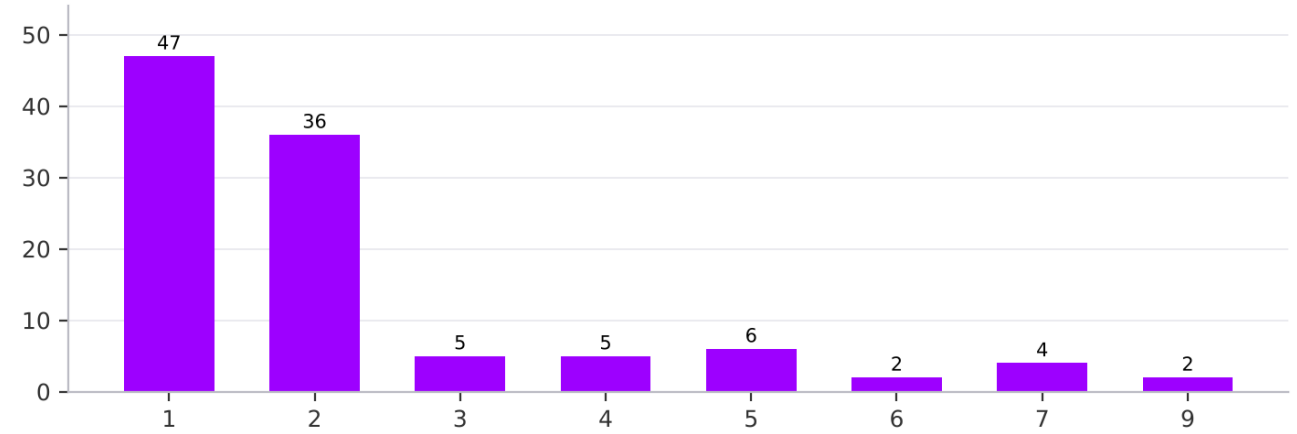
Pri nákupných dopytoch lídri informačnej vrstvy chýbajú

Pri nákupných dopytoch v citáciách dominujú e-shopy, trhoviská a inzertné portály (allegro.sk, klimapreteba.sk, stroje.bazos.sk). Žiadna z domén, ktoré vedú pri informačných dopytoch (daikin.sk, viessmann.sk, bosch-homecomfort.com), sa medzi nimi neobjavila. Silný informačný obsah sám osebe nezaručuje citáciu pri nákupnom rozhodovaní.

9 Zistenie 7: keď je doména citovaná, býva to vysoko

Rozloženie pozícií daikin.sk, jednej z troch najcitovanejších domén, v 107 odpovediach ukazuje, ako trh odmeňuje tých, ktorí prah odpovede prekročia.

NAMERANÉ



Graf 5. Pozícia daikin.sk medzi citovanými webmi (poradie prvého výskytu), 107 odpovedí so zdrojmi, v ktorých sa objavil (Q4).

Pozícia	Počet odpovedí	Podiel z 107 odpovedí
1	47	43,9 %
2	36	33,6 %
3	5	4,7 %
4	5	4,7 %
5	6	5,6 %
6	2	1,9 %
7	4	3,7 %
9	2	1,9 %

2,26	43,9 %	82,2 %
priemerná pozícia v citačnom bloku	odpovedí na 1. mieste	odpovedí v TOP 3

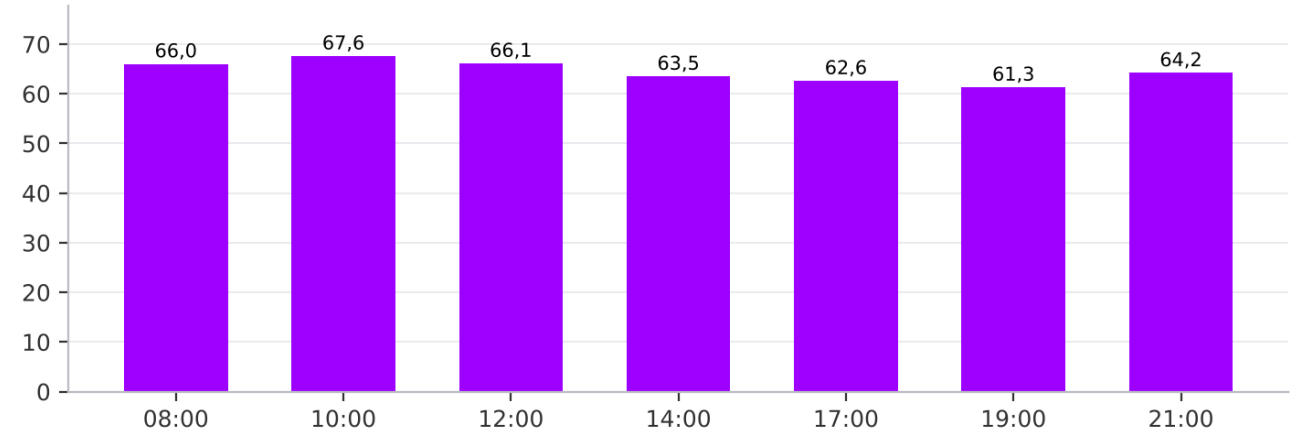
Prah, nie rebríček

Rozdiel medzi „nie sme v odpovedi“ a „sme v odpovedi“ je väčší než rozdiel medzi pozíciou 2 a 5. 82,2 % odpovedí s daikin.sk ho mali v TOP 3. Energiu preto investujte do prekročenia prahu, teda do toho, aby vás model vôbec považoval za autoritatívny zdroj, nie do mikrooptimalizácie pozície v rámci zoznamu.

10 Zistenie 8: denná doba nerozhoduje, deň merania áno

O AIO koluje domnienka, že sa aktivácia počas dňa mení. Naše dáta ju nepotvrdzujú, no medzi dňami rozdiely sú.

NAMERANÉ



Graf 6. Aktivácia AIO podľa hodiny merania (Q4).

Hodina	Meraní	Aktivácia AIO
08:00	141	66,0 %
10:00	182	67,6 %
12:00	183	66,1 %
14:00	148	63,5 %
17:00	131	62,6 %
19:00	163	61,3 %
21:00	162	64,2 %

Test hypotézy o dennom okne

Ak by sa aktivácia počas dňa výrazne menila, videli by sme trend. Namiesto toho sa drží v pásme 61,3 % až 67,6 %, podobne ako v Q3 (40,3 % až 48,3 %). Ak plánujete rozpočet podľa dennej doby, dáta na to oporu nedávajú.

Aktivácia podľa dňa merania

Deň merania	Meraní	Aktivácia AIO
18. 10. 2026	138	62,3 %
19. 10. 2026	146	63,0 %
20. 10. 2026	144	56,9 %
21. 10. 2026	198	57,6 %
22. 10. 2026	86	73,3 %
23. 10. 2026	199	70,4 %
24. 10. 2026	199	70,4 %

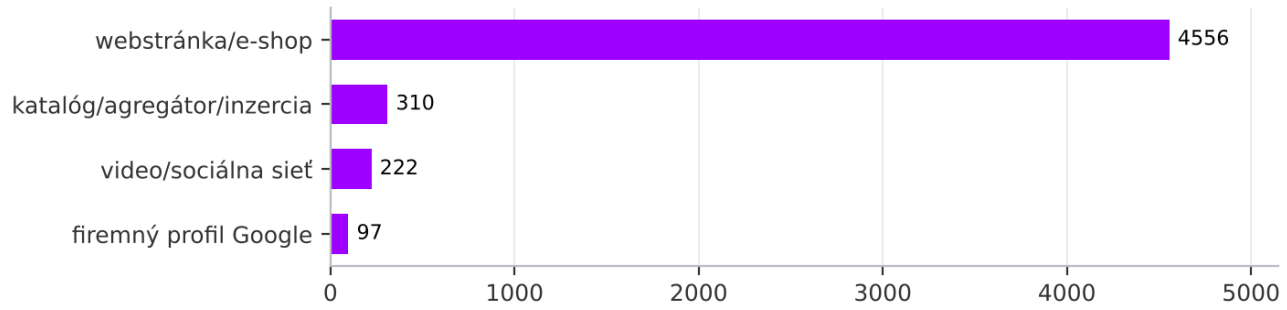
Medzi dňami sa aktivácia pohybovala v pásme 56,9 % až 73,3 %, širšom než počas dňa. Jednotlivé meranie sa od výsledku za celé obdobie (64,6 %) líšilo až o 16,8 percentuálneho bodu (najnižšie meranie 47,8 %); spoľahlivý obraz dáva až súhrn viacerých dní.

Pozn.: 22. 10. obsahuje len ranné merania (8:00 až 12:00), niektoré behy v ostatných dňoch vypadli technicky.

11 Zistenie 9: firemné profily Google, katalógy a video

Citačný blok nie je len o weboch. Pri dopytoch na dodávateľa AI cituje aj firemné profily Google, katalógy a video.

NAMERANÉ



Graf 7. Zloženie citácií podľa typu zdroja, Q4 (5 185 citácií bez 33 ostatných odkazov na Google).

Firemné profily Google

Firemný profil Google sa objavil ako zdroj v 51 zo 656 odpovedí so zdrojmi (7,8 %), spolu 97-krát z 24 rôznych profilov. Keď sa objaví, býva vysoko: 56 z 97 citácií profilov je na 1. až 3. mieste zoznamu zdrojov a v 16 odpovediach je profil úplne prvým zdrojom. Profily sa objavujú výlučne pri B2B dopytoch na dodávateľa, veľkoobchod a sklady. Medzi zdrojmi boli aj v Q3 (276 citácií), Q3 štúdia ich však nezapočítala, preto ich vývoj medzi kvartálmi neporovnávame.

Firma (podľa profilu Google)	Citácií profilu Q4
Klimamarket s.r.o.	33
ARKTIS, s. r. o.	18
Chladenie s.r.o.	5
Chladiarenská gescia, spol. s r.o.	5
SINCLAIR Slovakia s.r.o.	4
KLIMA-SHOP.SK, s.r.o.	4
TCL Klimatizácie s.r.o.	3
REGIOCHLAD - klimatizácie, vzduchotechnika	3
CLIMA STUDIO, a.s.	3
Syners s. r. o.	2
Slovenský zväz pre chladiacu a klimatizačnú techniku	2
COMKLIMA	2
Gastrochlad S+S, s.r.o.	2
KOLAD s.r.o.	1
ďalších 10 firiem (po 1 citácii)	10

Pri ktorých dopytoch sa profily objavujú

Dopyt	Odpovedí s profilom	Odpovedí so zdrojmi
Veľkoobchod s chladiarenským príslušenstvom na Slovensku	13	30

Dopyt	Odpovedí s profilom	Odpovedí so zdrojmi
Kto ponúka odborné poradenstvo pri výbere chladiarenskej techniky na Slovensku?	12	24
Kto má sklady s chladiarenským príslušenstvom po celom Slovensku?	10	28
Kto na Slovensku je veľký distribútor klimatizačnej, chladiacej a vykurovacej techniky so širokým sortimentom?	7	32
odporuc mi velkoobchod s klimatizaciami	3	18
najlepsi velkoobchod s klimatizaciami	2	22
Kde na Slovensku nakupujú chladiari a klimatizační technici?	2	20
odporuc mi velkoobchod s teplenymi cerpadlami	2	30

Katalógy, agregátory a video

Katalógy, adresáre, trhoviská a inzertné portály (napr. stroje.bazos.sk, azet.sk, allegro.sk) tvoria 310 citácií (5,9 %), video a sociálne siete 222 (4,3 %), z toho YouTube 110. YouTube je v Q4 v rebríčku domén na 8. mieste (Q3: 35.); cituje sa najmä pri inštalácii a prevádzke.

> **Video a profily ako priamy vstup do citačného bloku**
>
> Firemné video a profil firmy nie sú len marketing pre sledovateľov, sú to priame vstupy do citačného bloku AIO, dostupné aj tam, kde textový článok chýba. GEO stratégia sa preto neobmedzuje na písaný obsah na vlastnej doméne (hypotéza).

12 Zistenie 10: čo z vlastného webu sa dostáva do citácií

Nie každá stránka webu má v AI odpovediach rovnakú šancu. Výrobca a veľkoobchod z rebríčka najcitovanejších domén ukazujú dva odlišné vstupy do odpovede.

NAMERANÉ

Doména	Citovaná časť webu	Citácií
vaillant.sk	poradenstvo (/poradenstvo/…)	108
klimamarket.sk	kategórie e-shopu (/c/…)	66
klimamarket.sk	domovská stránka (/)	54
klimamarket.sk	stránky firmy (/page/…)	12

vaillant.sk je citovaný výlučne cez poradenskú sekciu: všetkých 108 citácií smeruje do /poradenstvo/, ani jedna na produkt. klimamarket.sk je citovaný ako predajca: 66 citácií smeruje do kategórií e-shopu, 54 na domovskú stránku a 12 na stránky o firme. Dáta ukazujú cieľovú URL, nie dôvod, prečo ju AI vybrala.

Obsah, ktorý vysvetľuje, a stránka, ktorá predstavuje firmu

Pri otázkach „ako“ a „prečo“ model cituje stránky, ktoré vysvetľujú; pri otázkach „kto“ a „kde“ stránky, ktoré jasne predstavujú firmu a jej ponuku. Ide o pozorovanie z niekoľkých webov, nie o dôkaz všeobecného pravidla (hypotéza).

13 Zistenie 11: trh nie je uzavretá množina domén

Meranie zachytáva, ako sa zoznam citovaných domén rozrastal počas dní merania aj medzi kvartálmi.

NAMERANÉ

Deň merania	Nových domén	Kumulatívne
18. 10. 2026	164	164
19. 10. 2026	43	207
20. 10. 2026	25	232
21. 10. 2026	27	259
22. 10. 2026	20	279
23. 10. 2026	37	316
24. 10. 2026	26	342

Prvý deň je východisková hodnota: každá doména je vtedy nová. Do konca merania pribudlo ďalších 178 domén. V porovnaní s Q3: 221 z 342 domén citovaných v Q4 v júli citovaných nebolo, 33 domén z Q3 v októbri chýba a 121 sa opakuje.

Nová doména v Q4 (v Q3 necitovaná)	Citácií Q4
onninen.pl	41
mbklima.sk	41
dom.bazos.sk	30
nklima.sk	28
teplochladno.sk	26
ime.sk	26
dartechwebshop.sk	23
balak.sk	22
shop.gtaklima.sk	21
gpkava.sk	21

Limit tohto pozorovania

Dáta ukazujú, kedy sme doménu prvýkrát zachytili v citáciách, nie kedy bol jej obsah publikovaný. Nová doména môže byť aj zriedkavý zdroj, ktorý sa skôr náhodou nezachytil. Rýchlosť, s akou sa nový obsah dostane do odpovede, by sa dala zmerať len párovaním dátumov publikovania s monitoringom AIO.

14 Čo sa zmenilo od Q3 2026

Porovnanie s meraním z júla 2026 (opravená verzia Q3 štúdie), na tých istých 29 dopytoch.

NAMERANÉ

Porovnávame len dopyty, ktoré sú v oboch meraniach; v Q4 žiadny dopyt nepribudol ani nevypadol. Pri citáciách porovnávame podiely a poradie, nie absolútne počty, lebo odpovede v októbri citujú v priemere viac webov.

Ukazovateľ	Q3 2026	Q4 2026
Platné merania / behy	940 / 34	1 110 / 42
Aktivácia AIO	42,9 %	64,6 %
Odpovedí so zdrojmi	271	656
Webov na odpoveď (priemer)	6,2	7,8
Domén v citáciách (bez www.)	154	342
Podiel 10 najcitovanejších domén	32,8 %	27,5 %
Dopyty bez AI odpovede / vždy s AI odpoveďou	10 / 1	2 / 4

Dopyty s najväčšou zmenou aktivácie

Dopyt	Zámer	Aktivácia Q3	Aktivácia Q4	Zmena
vykurovanie tepelným čerpadlom vzduch vzduch	Inštalácia	2,9 %	95,2 %	+92,3 b.
odporuc mi velkoobchod s teplenymi cerpadlami	B2B / veľkoobchod	21,9 %	97,1 %	+75,3 b.
kde kupim aux klimatizacie	Nákupné dopyty	6,2 %	80,0 %	+73,8 b.
najlepsi velkoobchod s klimatizaciami	B2B / veľkoobchod	0,0 %	64,7 %	+64,7 b.
chladiarenské dvere	Generické dopyty	0,0 %	57,1 %	+57,1 b.
odporuc mi velkoobchod s klimatizaciami	B2B / veľkoobchod	0,0 %	54,5 %	+54,5 b.
oplati sa tepelné čerpadlo do radiatorov	Informačné	3,0 %	52,4 %	+49,4 b.
rury na klimatizaciu velkoobchod	Inštalácia	2,9 %	39,5 %	+36,5 b.
Ktorá firma na Slovensku ponúka široký sortiment chladiarenského materiálu pre profesionálov?	B2B / veľkoobchod	87,9 %	84,6 %	−3,3 b.
Kto ponúka odborné poradenstvo pri výbere chladiarenskej techniky na Slovensku?	B2B / veľkoobchod	87,1 %	82,9 %	−4,2 b.
Veľkoobchod s chladiarenským príslušenstvom na Slovensku	B2B / veľkoobchod	100,0 %	88,9 %	−11,1 b.
Kde na Slovensku nakupujú chladiari a klimatizační technici?	B2B / veľkoobchod	93,8 %	52,6 %	−41,1 b.

Prvých osem riadkov sú dopyty s najväčším nárastom, ďalšie všetky 4 dopyty s poklesom. Zmena je počítaná z nezaokrúhlených hodnôt. Kompletný zoznam je v prílohe A1.

Najcitovanejšie domény Q4 a ich pozícia v Q3

Doména	Poradie Q3	Poradie Q4	Podiel odpovedí so zdrojmi Q3	Podiel Q4
gastrochladenie.sk	29	1	5,2 %	12,5 %
daikin.sk	15	2	11,1 %	16,3 %
stiebel-eltron.sk	4	3	23,6 %	23,2 %
slovklima.sk	2	4	26,2 %	19,8 %
klimamarket.sk	7	5	14,4 %	16,8 %
arktis.sk	1	6	25,1 %	17,7 %
klima-velkoobchod.sk	15	7	10,3 %	13,9 %
youtube.com	35	8	5,2 %	12,0 %
bosch-homecomfort.com	3	9	25,1 %	16,5 %
vaillant.sk	5	10	18,8 %	16,2 %
klimapreteba.sk	41	11	4,4 %	9,9 %
stroje.bazos.sk	55	12	1,8 %	9,3 %

Lídri zámerov: pri B2B dopytoch ostal arktis.sk, pri informačných daikin.sk, pri inštalácii stiebel-eltron.sk. Pri nákupných dopytoch sa vystriedal klimaservisit.sk za allegro.sk a klimapreteba.sk. Najväčší nárast v rebríčku má gastrochladenie.sk (29. → 1.), daikin.sk (15. → 2.) a youtube.com (35. → 8.).

15 Praktické závery

Osem prenositeľných princípov, ktoré vyplývajú z 2 050 platných meraní v dvoch kvartáloch. Všetky sú hypotézy, ktoré treba overiť vlastným meraním.

1 Najprv zistite, kde AIO vôbec žije

Nezačínajte otázkou „na akej som pozícii“, ale „spúšťa sa pri mojich dopytoch AI odpoveď vôbec“. Mapu aktivácie obnovujte každý kvartál: medzi júlom a októbrom ubudlo dopytov bez AI odpovede z 10 na 2.

2 Merajte pravdepodobnosť, nie stav

Jedno meranie by v Q4 vykázalo aktiváciu od 47,8 % do 75,9 %. Sledujte, v koľkých percentách opakovaných meraní ste citovaní a na akej priemernej pozícii.

3 Merajte formulácie, nie témy

Dopyty, ktoré sa líšia jedným písmenom alebo slovom, majú odlišnú aktiváciu. Vytvorte si zoznam reálnych viet, ktorými sa zákazníci pýtajú, a sledujte ich jednotlivo.

4 Bráňte si vrstvu „ako sa to robí“

Pozícia v informačných dopytoch nie je trvalá. Medzi Q3 a Q4 tam citácie prevzali výrobcovia s poradenským obsahom. Návody treba aktualizovať a rozširovať o otázky, na ktoré AI odpovedá.

5 Premostite autoritu do tržby

Pri otázkach „kto“ a „kde“ AI cituje stránky, ktoré jasne predstavujú firmu a jej ponuku. Domovská stránka, stránka O nás a kategórie musia pomenovať, čo firma predáva a komu.

6 Spravujte firemný profil Google a katalógy

Pri B2B dopytoch na dodávateľa a sklady sú firemné profily Google často medzi prvými zdrojmi. Úplný profil s kategóriami, pobočkami a popisom ponuky je samostatná cesta do odpovede.

7 Video je vstupenka pri témach „ukáž mi to“

Pri inštalácii a prevádzke AIO cituje aj YouTube. Presný vyhľadávací dopyt dajte do názvu aj do prvých sekúnd videa.

8 Pripravte stránky pre nákupné dopyty

Pri „kde kúpiť“ AI cituje e-shopy, trhoviská a inzertné portály s jasnou ponukou. Produktová a kategóriová stránka s cenou a dostupnosťou je pri týchto dopytoch potrebná.

Ako to previesť do praxe

Kedy	Fáza	Čo urobiť
Týždeň 1–2	Zmerajte poriadne	Zoznam reálnych formulácií zákazníkov, mapa zón aktivácie, opakované meranie naprieč dňami. KPI: % citovanosti a priemerná pozícia.
Týždeň 2–8	Ovládnite informačnú vrstvu	Úzke metodické návody pre dopyty, kde môžete byť najlepší zdroj; krátke odborné video pri vizuálnych témach.
Mesiac 2–4	Premostite do tržby	Konverzné a kategóriové stránky, firemný profil Google, profily v katalógoch, ktoré AI cituje.
Mesiac 4+	Urobte z merania rutinu	Kvartálne meranie s porovnaním a reakciou na zmeny. GEO nie je jednorazový projekt.

16 Kde začať

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

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, profilmi a videom, premosťuje sa do tržby cez konverzné stránky a udržiava sa meraním. Porovnanie Q3 a Q4 ukazuje, že mapa sa mení aj za tri mesiace. Prvý krok je vždy ten istý: zmerať, kde dnes stojíte, a merať to opakovane.

Štyri otázky, ktoré by ste si mali položiť ešte dnes

1. Pri ktorých mojich formuláciách sa AI odpoveď vôbec spúšťa? 2. Som medzi hŕstkou citovaných zdrojov, 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?

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 dopytov, metodologické poznámky a slovník pojmov.

A1 · Všetkých 29 dopytov naprieč platnými meraniami

Dopyt	Zámer	Aktivácia Q3	Aktivácia Q4	Odpovedí so zdrojmi Q4
chladiarenské dvere velkoobchod	B2B / veľkoobchod	97,1 %	100,0 %	32
čo je tepelné čerpadlo	Informačné	82,4 %	100,0 %	42
umiestnenie vonkajšej jednotky tepelného čerpadla	Inštalácia	85,3 %	100,0 %	42
vykurovanie pomocou tepelného čerpadla	Inštalácia	85,3 %	100,0 %	42
vykurovanie domu tepelným čerpadlom	Inštalácia	64,7 %	97,6 %	41
odporuc mi velkoobchod s teplenymi cerpadlami	B2B / veľkoobchod	21,9 %	97,1 %	30
vykurovanie tepelným čerpadlom vzduch vzduch	Inštalácia	2,9 %	95,2 %	40
Funguje aux klima aj bez elektriky na pevné paliva	Informačné	82,4 %	94,7 %	10
Kto na Slovensku je veľký distribútor klimatizačnej, chladiacej a vykurovacej techniky so širokým sortimentom?	B2B / veľkoobchod	89,7 %	94,6 %	32
Najlepší dodávateľ chladiarenských kompresorov na Slovensku	B2B / veľkoobchod	93,1 %	94,6 %	33
Kto má sklady s chladiarenským príslušenstvom po celom Slovensku?	B2B / veľkoobchod	87,1 %	94,1 %	28
kde kupim chladiarenské dvere	Nákupné dopyty	81,8 %	89,7 %	33
Veľkoobchod s chladiarenským príslušenstvom na Slovensku	B2B / veľkoobchod	100,0 %	88,9 %	30
Ktorá firma na Slovensku ponúka široký sortiment chladiarenského materiálu pre profesionálov?	B2B / veľkoobchod	87,9 %	84,6 %	22
Kto ponúka odborné poradenstvo pri výbere chladiarenskej techniky na Slovensku?	B2B / veľkoobchod	87,1 %	82,9 %	24
kde kupim aux klimatizacie	Nákupné dopyty	6,2 %	80,0 %	28
najlepsi velkoobchod s klimatizaciami	B2B / veľkoobchod	0,0 %	64,7 %	22
chladiarenské dvere	Generické dopyty	0,0 %	57,1 %	24
odporuc mi velkoobchod s klimatizaciami	B2B / veľkoobchod	0,0 %	54,5 %	18
Kde na Slovensku nakupujú chladiari a klimatizační technici?	B2B / veľkoobchod	93,8 %	52,6 %	20
oplati sa tepelné čerpadlo do radiatorov	Informačné	3,0 %	52,4 %	22

Dopyt	Zámer	Aktivácia Q3	Aktivácia Q4	Odpovedí so zdrojmi Q4
rury na klimatizaciu velkoobchod	Inštalácia	2,9 %	39,5 %	15
kde kupim aux tepelne cerpadla	Nákupné dopyty	0,0 %	36,4 %	12
kde kupit aux klimatizacie	Nákupné dopyty	0,0 %	19,4 %	7
medene potrubie klimatizacia	Inštalácia	0,0 %	7,1 %	3
aux r290 monoblok	Generické dopyty	0,0 %	7,1 %	3
kde kupit aux tepelne cerpadla	Nákupné dopyty	0,0 %	2,7 %	1
rury na klimatizaciu	Inštalácia	0,0 %	0,0 %	0
tepelné čerpadlo aux	Generické dopyty	0,0 %	0,0 %	0

A2 · Metodologické poznámky

- **Zdroj dát:** vlastné opakované meranie AIO 18.–24. 10. 2026 (42 behov: 18. 10. bez behu o 8:00, 19. 10. bez behu o 17:00, 20. 10. bez behu o 8:00, 22. 10. len 8:00 až 12:00; ostatné dni 7 behov 8:00 až 21:00). Pre každé pozorovanie aktivácia, citované zdroje, pozícia a text odpovede.
- **Vzorka:** jeden trh (klimatizácie a chladiaca technika, Slovensko), 29 dopytov, 1 218 meraní, z toho 1 110 platných.
- **Očistenie dát:** dáta boli očistené o 108 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 1 110 platnými meraniami.
- **Zdroje:** októbrové zdroje sú obnovené z textu AI odpovede (všetky citácie v poradí, plus zdroje z bočného panela, rovnaká URL len raz); pozícia a prítomnosť značky sú z nich prepočítané. Domény sú počítané podľa hostiteľa bez „www.“.
- **Firemné profily Google:** 97 citácií zo 24 profilov; ID profilu dekódované z odkazu, meno overené na profile v Google 2. 11. 2026. Nie sú v rebríčku domén. 33 ďalších odkazov na Google (Mapy, vyhľadávanie) je vyčlenených zvlášť.
- **Základ pre doménové podiely:** 656 aktívnych odpovedí so zoznamom zdrojov (z 717 aktívnych odpovedí).
- **Limity:** 7 dní nie je celý kvartál a jeden trh nie je celá ekonomika. Zmeny medzi Q3 a Q4 sú namerané, ich príčiny štúdia nemeria. Pre riadenie odporúčame kontinuálny monitoring vlastných dopytov.

Porovnateľnosť s Q3 2026

Q3 = meranie 11.–20. 7. 2026 po oprave chybných meraní (940 platných meraní, 34 behov, 46 vylúčených). Dopyty sú v oboch meraniach rovnaké. Priamo porovnateľné sú aktivácia, podiely odpovedí (podiel odpovedí s doménou alebo značkou), poradie domén, lídri zámerov a pozície. Absolútne počty citácií sú porovnateľné len orientačne: októbrové odpovede citujú v priemere viac webov (6,2 → 7,8). Počet domén v Q3 uvádzame jednotne bez „www.“ (154); Q3 štúdia uvádzala 159, lebo rátala varianty s „www.“ zvlášť. Firemné profily Google Q3 štúdia nezapočítala; Q3 štúdiu neupravujeme, v porovnaní sú preto len webové citácie.

A3 · Slovník pojmov

Pojem	Význam
AIO (AI Overview)	Vygenerovaná odpoveď Google nad klasickými výsledkami, syntetizovaná z menovite citovaných zdrojov.

Pojem	Význam
GEO	Generative Engine Optimization: optimalizácia obsahu tak, aby ho generatívne vyhľadávače a AI asistenti vyberali 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.
Firemný profil Google	Karta firmy z Google Máp, ktorú AI Overview uvádza ako zdroj.
Koncentrácia citácií	Miera, do akej si málo zdrojov rozdelí väčšinu citácií.
Volatilita	Kolísanie aktivácie a pozície pri opakovaných meraniach toho istého dopytu.
Zámer (intent)	Cieľ používateľa za dopytom: informačný, poradenský alebo nákupný.
Namerané / hypotéza	Namerané = vyplýva priamo z dát. Hypotéza = výklad alebo odporúčanie MBG, ktoré treba overiť.

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