Market. Brand. Grow.

ŠTÚDIA · GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION · Q4 2026 · PUBLIKOVATEĽNÁ VERZIA

Google AI Overviews: kto vyhráva trh digitálneho marketingu

Mapa slovenského trhu digitálneho marketingu a optimalizácie pre AI vyhľadávanie v AI odpovediach Google: 1 245 platných meraní počas 7 dní, 10 268 citácií a 880 domén. Kto na tomto trhu v AI Overviews vyhráva, ako vyzerajú stránky, ktoré AI cituje, a čo sa zmenilo 22. októbra 2026.

880
domén sa vystriedalo v citačných blokoch

22,0 %
citácií pripadá na 10 najcitovanejších domén

78,3 %
opakovaní dopytu zmenilo zdroj na prvom mieste

Market. Brand. Grow. · GEO · SEO · PPC, postavené na dátach
Vlastné meranie AIO, slovenský trh, 18. až 24. októbra 2026 · 32 dopytov, 42 behov, 1 245 platných meraní

Manažérske zhrnutie

Na trhu digitálneho marketingu sa klient čoraz častejšie pýta AI, komu zveriť SEO, PPC alebo optimalizáciu pre AI vyhľadávanie. Táto štúdia mapuje celý slovenský trh: 1 245 platných meraní 32 dopytov počas siedmich dní a kompletný záznam 10 268 citácií. Ukazuje, kto v AI Overviews vyhráva, aké stránky AI cituje a kde je trh otvorený.

Trh v jednom lieviku NAMERANÉ

Pred zmenou v Google sa AI odpoveď zobrazila v 671 z 711 meraní, po zmene v 525 z 534. Z 1 196 AI odpovedí ich 1 141 citovalo zdroje, spolu 10 268 citácií z 880 domén.

94,4 % → 98,3 %

Aktivácia AIO pred zmenou a po zmene 22. 10. Na tomto trhu sa AI odpoveď zobrazovala takmer vždy už pred zmenou.

57,6 : 0,8

Toľko domén sa v priemere vystrieda na jednom dopyte oproti počtu domén so stálym miestom. Trh je otvorený.

2 z 20

najcitovanejších URL sú domovské stránky. Ostatné sú podstránky venované jednej službe alebo téme.

7 poznatkov o trhu v AI odpovediach NAMERANÉ

- **AI odpoveď sa na tomto trhu zobrazuje takmer vždy.** Aktivácia bola 94,4 % pred zmenou a 98,3 % po nej. Na ani jednom z 32 dopytov nevznikla mŕtva zóna.
- **Trh je roztrieštený, víťaz neberie všetko.** Do odpovedí vstúpilo 880 domén, 10 najcitovanejších má len 22,0 % citácií. Líder instaprepodnik.sk je v 20,7 % odpovedí so zdrojmi.
- **Stále miesto v odpovedi má málokto.** Pri 18 z 32 dopytov nemá žiadna doména miesto aspoň v 80 % odpovedí. Zdroj na prvom mieste sa zmenil pri 78,3 % opakovaní.
- **Vyhrávajú podstránky venované jednej službe.** Najcitovanejšia URL trhu je službová stránka o AI viditeľnosti a GEO (16,9 % odpovedí v 14 dopytoch). Medzi 20 najcitovanejšími URL sú len 2 domovské stránky a v 10 268 citáciách nie je ani jeden PDF súbor.
- **Každý zámer má iného lídra.** Výberu agentúry vedie instaprepodnik.sk, krátkym pojmom llmrefs.com, návodom youtube.com a výberu nástroja otterly.ai.
- **Návody vyhráva video, nie agentúry.** Pri návodových dopytoch je YouTube v 69,3 % odpovedí. Pri anglických dopytoch tvoria video, sociálne siete a komunity 23,4 % citácií a domáce weby 0,5 %.
- **Citačný blok nie je uzavretá množina.** Z 880 domén ich 475 vstúpilo do citácií až po prvom dni merania.

Čo z toho vyplýva HYPOTÉZA

Na trhu, kde sa AI odpoveď zobrazuje takmer vždy, už nerozhoduje, či sa AI odpoveď spustí, ale koho cituje. Trh je otvorený a rotuje, preto sa doň dá vstúpiť stránkou, ktorá presne odpovedá na položený dopyt. Kapitola Praktické závery to rozvádza.

Meranie prebehlo na slovenskom trhu 18. až 24. októbra 2026: 32 dopytov, 42 behov, 1 245 platných meraní. Domény sú uvedené menovite, tak ako sa objavili v citačnom bloku. Štítok *namerané* označuje zistenie priamo z dát, štítok *hypotéza* výklad alebo odporúčanie.

DÔLEŽITÉ PRE ČÍTANIE ŠTÚDIE

Zmena v Google 22. 10. 2026

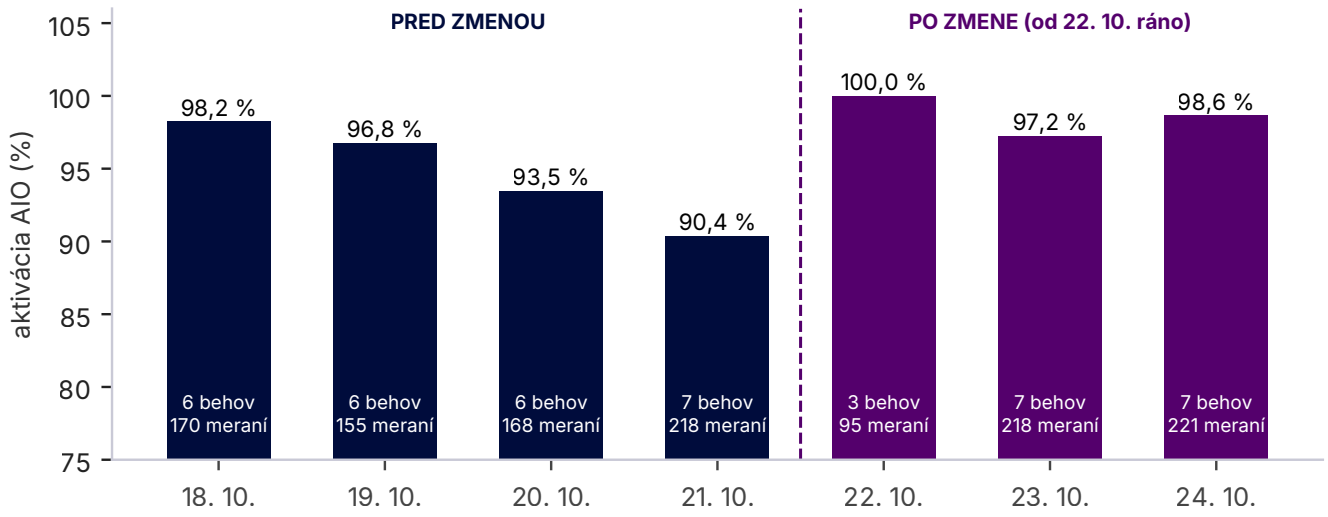
Čo sa stalo. Ráno 22. 10. 2026 Google zmenil, pri koľkých dopytoch zobrazuje AI Overview. Na všetkých šiestich trhoch, ktoré MBG meria, stúpol podiel meraní s AI Overview zo 72,5 % (18.–21. 10., 7 456 platných meraní) na 91,0 % (22.–24. 10., 5 876 platných meraní), a to zo dňa na deň. Zmena vydržala až do konca merania. NAMERANÉ

Na tomto trhu. Aktivácia stúpla z 94,4 % (711 platných meraní, 25 behov) na 98,3 % (534 meraní, 17 behov), teda o 3,9 p. b. Trh bol nasýtený už pred zmenou, preto je tu skok najmenší. Žiadny dopyt neprešiel z „takmer nikdy“ (najviac 20 %) na „takmer vždy“ (aspoň 80 %). NAMERANÉ

Citovanie sa na tomto trhu výrazne nezmenilo. Poradie zdrojov bolo nestále rovnako pred zmenou aj po nej: líder instaprepodnik.sk bol v 20,8 % odpovedí so zdrojmi pred zmenou a v 20,5 % po nej, zdroj na prvom mieste sa menil pri 79,1 %, resp. 76,8 % opakovaní. NAMERANÉ

Čo to znamená v praxi. Rovnaký podiel, viac zobrazení. Na jeden beh pripadlo pred zmenou 26,8 AI odpovedí, po zmene 30,9. Kto má v citáciách stály podiel, je pri viac odpovediach aj viackrát videný. Časť rozdielu súvisí aj s tým, že pred zmenou bolo viac meraní vylúčených pre zlyhaný zber dát. NAMERANÉ

Ako s tým štúdia pracuje. Čísla, ktoré závisia od toho, ako často sa AI Overview zobrazuje (aktivácia, mŕtve zóny, volatilita zobrazovania), uvádzame vždy zvlášť pre obdobie pred zmenou a po zmene a nikdy ich nespriemerujeme. Všetko, čo sa počíta z odpovedí so zdrojmi (domény, podiely, pozície), počítame za celé obdobie 18.–24. 10.



Graf 1. Aktivácia AIO po dňoch 18.–24. 10. 2026. Tmavé stĺpce = pred zmenou, fialové = po zmene. 22. 10. prebehli len 3 behy (8:00, 10:00, 12:00).

1 Nová bojová línia: odpoveď, nie odkaz

Prečo sa každá agentúra a každý marketingový tím musí začať zaoberať tým, komu na 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. Firma, ktorá hľadá agentúru alebo chce pochopiť nový pojem, tak často dostane hotový výber skôr, než klikne na prvý odkaz. Nerozhoduje už iba pozícia vo výsledkoch, ale to, či vás AI vôbec spomenie.

Prečo práve na trhu digitálneho marketingu

Trh digitálneho marketingu je v AI odpovediach zvláštny dvojnásobne. Klienti sa pýtajú presne na to, čo agentúry predávajú: kto robí SEO, kto rozumie optimalizácii pre AI, aký nástroj zvoliť. A zároveň ide o trh, na ktorom by agentúry mali vedieť, ako sa do AI odpovede dostať. Výsledky ukazujú, kto túto disciplínu na vlastnom trhu zvládol.

Prečo opakované meranie, a nie jeden snímok

Väčšina auditov viditeľnosti v AI je jeden snímok obrazovky. My sme rovnaké dopyty položili v 42 behoch počas siedmich dní a zaznamenali celé citačné bloky. Výsledkom nie je audit jednej firmy, ale mapa trhu: kto v AI odpovediach vedie, pri akom zámere a ako stabilne. Nasledujúce kapitoly prinášajú zistenia o trhu a praktické závery.

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	digitálny marketing a optimalizácia pre AI vyhľadávanie (GEO, SEO, AI viditeľnosť), slovenský trh
Obdobie merania	18. až 24. októbra 2026 (7 dní so záznamom), prvé meranie tohto trhu
Behy	42 behov v rozpätí 8:00 až 21:00: 25 pred zmenou v Google (18.–21. 10.), 17 po zmene (22.–24. 10.)
Počet dopytov	32 (5 typov zámeru; 26 slovenských, 5 anglických a 1 česká formulácia)
Počet meraní	1 245 platných (dopyt × beh): 711 pred zmenou, 534 po zmene; 291 vylúčených
Sledované metriky	aktivácia AIO · citačná pozícia · plný zoznam citovaných zdrojov (10 268 citácií, 880 domén)
Kontrola integrity	číslovanie zdrojov overené vo všetkých 1 141 citačných blokoch, bez nezrovnalosti

Dve obdobia: pred zmenou a po zmene v Google

Obdobie	Dni	Behov	Platných meraní	S AI odpoveďou	Aktivácia
pred zmenou	18.–21. 10. 2026	25	711	671	94,4 %
po zmene	22.–24. 10. 2026	17	534	525	98,3 %

18. 10. bez behu o 8:00, 19. 10. bez behu o 17:00, 20. 10. bez behu o 8:00 (technický výpadok). 22. 10. len behy o 8:00, 10:00 a 12:00.

Klasifikácia dopytov podľa zámeru

Dopyty sme rozdelili podľa zámeru používateľa, pretože práve zámer určuje, akých zdrojov sa AI drží. Klasifikácia je nová (prvé meranie tohto trhu) a mapa dopyt → zámer je uložená ako súbor pre Štúdiu 2.

Zámer	Čo pokrýva	Dopytov
výber agentúry	hľadanie agentúry alebo experta na SEO, GEO, obsah či linkbuilding	16
krátky pojem	krátke odborné výrazy bez otázky (napr. „geo optimalizácia“, „ai seo“)	8
návod	ako sa zobraziť v ChatGPT alebo v AI vyhľadávaní	4
výber nástroja	hľadanie nástroja na meranie a zlepšenie AI viditeľnosti	3
konkurenčná značka	otázka na konkrétnu agentúru na trhu (visibility)	1

Dôležité rozlíšenie: aktívna odpoveď a odpoveď s citáciami

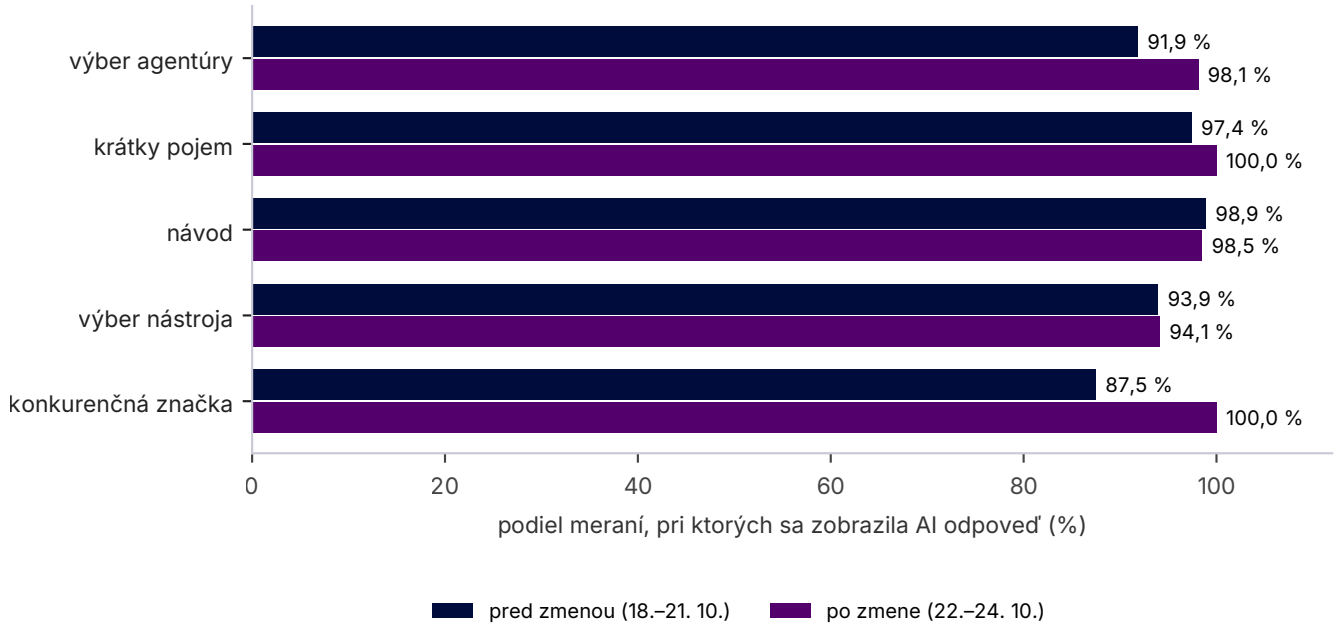
Z 1 196 aktívnych AI odpovedí ich 1 141 obsahovalo zoznam citovaných zdrojov; pri zvyšných 55 sa AI odpoveď zobrazila bez citačného bloku. Podiely domén preto počítame z odpovedí so zdrojmi.

> **Čo tento dataset nevie: citácia v zozname a zmienka v texte odpovede**
>
> Meranie zachytáva, či je doména medzi citovanými zdrojmi a na akej pozícii. Nerozlišuje jemnejší jav: značku, ktorá je spomenutá v texte odpovede, ale nie je medzi zdrojmi, a naopak. Ide o dve rôzne úrovne viditeľnosti.

3 Zistenie 1: AI odpoveď tu žije takmer všade

Na väčšine trhov je prvá otázka GEO, či sa AI odpoveď vôbec spustí. Na trhu digitálneho marketingu je odpoveď takmer vždy áno.

Pred zmenou v Google sa AI odpoveď zobrazila pri 94,4 % meraní, po zmene pri 98,3 %. Rozdiely medzi zámermi sú malé: aj najnižšia aktivácia pred zmenou, pri konkurenčnej značke, bola 87,5 %. NAMERANÉ



Graf 2. Ako často sa AI odpoveď zobrazí podľa zámeru, zvlášť pred zmenou a po zmene v Google.

Aktivácia podľa zámeru

Zámer	Dopytov	Meraní pred	Aktivácia pred zmenou	Meraní po	Aktivácia po zmene
výber agentúry	16	344	91,9 %	263	98,1 %
krátky pojem	8	194	97,4 %	136	100,0 %
návod	4	91	98,9 %	67	98,5 %
výber nástroja	3	66	93,9 %	51	94,1 %
konkurenčná značka	1	16	87,5 %	17	100,0 %

Dopyty s najnižšou aktiváciou pred zmenou

Dopyt	Zámer	Pred zmenou	Po zmene
Hľadám nástroje na geo optimalizáciu pre malú firmu, ktoré by si...	výber nástroja	18 z 22 (81,8 %)	16 z 17 (94,1 %)
Hľadáme partnera na úpravu obsahu a štruktúry webu tak, aby ho ai...	výber agentúry	17 z 20 (85,0 %)	16 z 17 (94,1 %)
Odporuč slovenskú agentúru, ktorá prepája klasické seo s...	výber agentúry	17 z 20 (85,0 %)	15 z 15 (100,0 %)
Chceme zistiť, ako sa naša značka objavuje v odpovediach chatgpt,...	výber agentúry	20 z 23 (87,0 %)	14 z 15 (93,3 %)
Hľadám viacero seo agentúr pre dlhodobú spoluprácu s malou firmou.	výber agentúry	20 z 23 (87,0 %)	17 z 17 (100,0 %)
Čo vieš o agentúre visibility zo slovenska? komu by si ju odporučil a...	konkurenčná značka	14 z 16 (87,5 %)	17 z 17 (100,0 %)

Mŕtve zóny a nové dopyty po zmene NAMERANÉ

Žiadny z 32 dopytov nebol mŕtvou zónou (AI odpoveď sa nezobrazila ani raz) v žiadnom z období. Hľadali sme aj dopyty, pri ktorých AI Overview pred zmenou takmer nebol (najviac 20 % meraní) a po zmene je takmer vždy (aspoň 80 %): na tomto trhu je ich 0. Zmena v Google tu teda nevytvorila nové odpovede pri nových dopytoch, len doplnila chýbajúce zobrazenia pri dopytoch, kde AI odpoveď už bola.

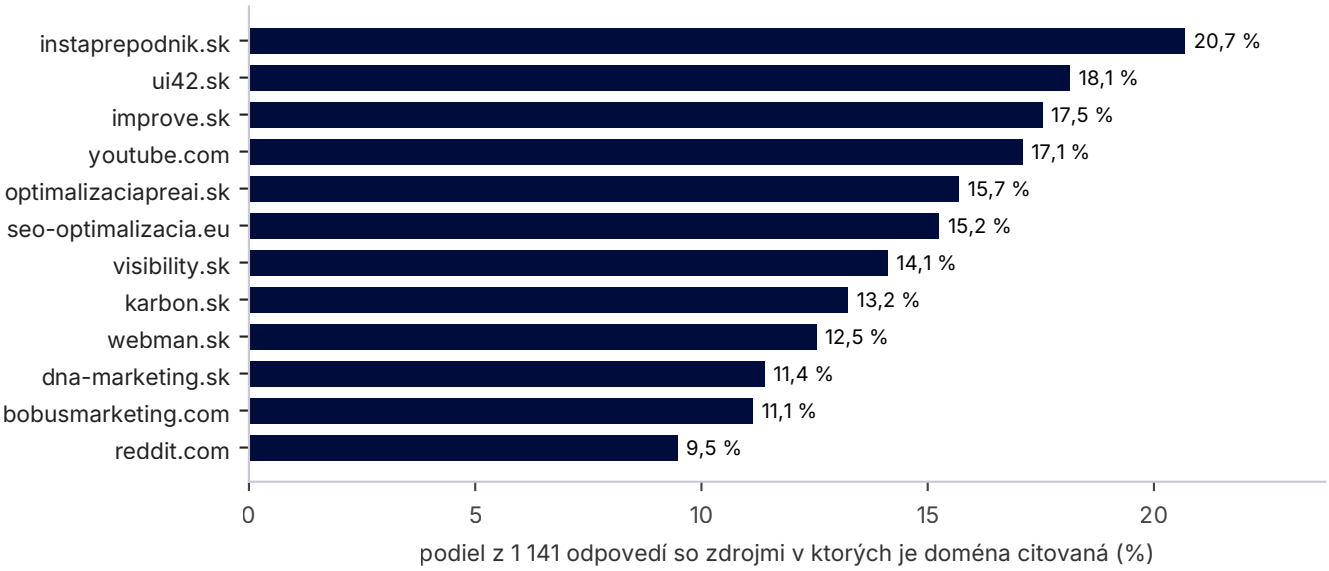
Čo z toho vyplýva HYPOTÉZA

Na nasýtenom trhu sa súťaž presúva z otázky „zobrazí sa AI odpoveď?“ na otázku „koho v nej AI cituje?“. Každý dopyt z tejto vzorky je bojisko o citáciu. Pri plánovaní obsahu nemá zmysel vyberať dopyty podľa aktivácie, ale podľa toho, kde je citačný blok otvorený.

4 Zistenie 2: trh je roztrieštený, víťaz neberie všetko

Na mnohých trhoch si citácie rozdelí hŕstka hráčov. Na trhu digitálneho marketingu je to naopak.

Naprieč 1 141 odpoveďami so zdrojmi sme zaznamenali 10 268 citácií a 880 rôznych domén. Priemerná AI odpoveď citovala 9,0 zdroja (od 1 do 24). 10 najcitovanejších domén, teda 1,1 % hráčov, má 22,0 % citácií. 353 domén sa objavilo len v jednej odpovedi. NAMERANÉ



Graf 3. Podiel 12 najcitovanejších domén na odpovediach so zdrojmi.

Najcitovanejšie zdroje trhu, menovite

#	Doména	Odpovedí	Podiel	Priem. poz.	Dopytov	Najcitovanejšia stránka
1	instaprepodnik.sk	236	20,7 %	4,36	15	instaprepodnik.sk/agentura-na-aeo-geo-optimalizaciu-slovensko
2	ui42.sk	207	18,1 %	5,21	20	ui42.sk/uickovska-abeceda/optimalizacia-pre-generativne-vyhladavace-geo
3	improve.sk	200	17,5 %	6,40	15	improve.sk/sk/sluzby/ai-viditelnost-a-geo
4	youtube.com	195	17,1 %	5,46	21	youtube.com/watch?v=uza9GX0E2mw&t=88
5	optimalizaciapreai.sk	179	15,7 %	4,92	14	optimalizaciapreai.sk/
6	seo-optimalizacia.eu	174	15,2 %	6,01	15	seo-optimalizacia.eu/geo-optimalizacia
7	visibility.sk	161	14,1 %	4,83	19	visibility.sk/
8	karbon.sk	151	13,2 %	6,80	11	karbon.sk/sluzby/geo-optimalizacia
9	webman.sk	143	12,5 %	2,80	13	webman.sk/geo-optimalizacia
10	dna-marketing.sk	130	11,4 %	5,57	15	dna-marketing.sk/pre-firmy/sluzby/seo-aio-geo/geo-optimalizacia
11	bobusmarketing.com	127	11,1 %	5,71	14	bobusmarketing.com/sk/sluzby/ai-vyhledavani/
12	reddit.com	108	9,5 %	6,32	14	reddit.com/r/SEO/comments/1ne6quz/how_to_show_up_in_chatgpt_perplexity_and_gemini/?tl=sk

Podiel = odpovede so zdrojmi, v ktorých je doména citovaná aspoň raz, z 1 141. Priemerná pozícia = prvá pozícia domény v citačnom bloku. Odkazy na google.com (presmerovania vyhľadávania) sme do rebríčka nezaradili: tvoria 60 citácií (0,6 %). Dokumentácia Google pre vývojárov (developers.google.com) je obsahový zdroj a v rebríčku je (23 odpovedí, 94. miesto).

Akého typu sú zdroje, ktoré AI cituje

Typ zdroja	Citácií	Podiel citácií	Odpovedí	Podiel odpovedí
domáce weby (.sk, .cz)	5 379	52,4 %	831	72,8 %
zahraničné a medzinárodné weby	4 024	39,2 %	1 048	91,8 %
video, sociálne siete a komunity	782	7,6 %	367	32,2 %
dokumentácia Google	23	0,2 %	23	2,0 %
odkazy na Google	60	0,6 %	16	1,4 %

Typ je určený pravidlom: domáce weby = doména .sk alebo .cz; video, sociálne siete a komunity = YouTube, Reddit, LinkedIn, Facebook, Instagram, Quora, Medium. Základ tvorí všetkých 10 268 citácií.

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

Na jeden dopyt sa počas siedmich dní vystriedalo v priemere 57,6 domén, no stabilné jadro, teda domény citované aspoň v 80 % odpovedí na daný dopyt, má v priemere 0,8 domény. Pri 18 z 32 dopytov nemá stále miesto nikto. NAMERANÉ

Dopyt	Domén celkom	Stabilné jadro	Odpovedí
Seo geo (contentful.com, starbomedia.sk, lighthousems.sk, informatechtarget.com)	14	4	42
Ai seo (llmrefs.com, youtube.com, freddiechatt.com)	25	3	40
Ktorá slovenská agentúra sa špecializuje na generative engine... (webman.sk, karbon.sk, instaprepodnik.sk)	38	3	37
Čo vieš o agentúre visibility zo slovenska? komu by si ju odporučil a... (visibility.sk, linkedin.com)	31	2	31
How do i rank my company in chatgpt answers (coalitiontechnologies.com, youtube.com)	43	2	34
Kto na slovensku pomáha firmám zvýšiť viditeľnosť v perplexity a gemini?	89	0	34
Ako sa zobrazovat v chatgpt	105	0	36
Som marketingový manažér d2c e-shopu a chcem zistiť, ako často nás...	157	0	40

Reálny cieľ: patriť do jadra HYPOTÉZA

Rozdiel medzi desiatkami domén a takmer nulovým jadrom je dobrá správa pre každého, kto chce na trh vstúpiť: miesta nie sú rozdané. Zároveň je to varovanie pre lídrov, že ich pozícia je pravdepodobnosť, nie istota.

5 Zistenie 3: každý zámer má vlastného lídra

Roztrieštenosť neznamená chaos. Po rozdelení podľa zámeru sa ukáže, že každú časť trhu vedie iný typ zdroja.

Zámer	Odpovedí	Domén	Líder (podiel odpovedí)	Druhý	Top 3 citácií
výber agentúry	555	350	instaprepodnik.sk (38,2 %)	improve.sk (30,8 %)	10,9 %
krátky pojem	324	212	llmrefs.com (20,4 %)	amicited.com (19,1 %)	11,2 %
návod	153	236	youtube.com (69,3 %)	reddit.com (26,1 %)	21,1 %
výber nástroja	78	247	otterly.ai (38,5 %)	zapier.com (24,4 %)	10,7 %
konkurenčná značka	31	31	visibility.sk (96,8 %)	linkedin.com (87,1 %)	45,1 %

Výber agentúry vedie instaprepodnik.sk so službovou stránkou o GEO agentúre, krátke pojmy llmrefs.com s výkladovou stránkou o AI SEO, návody YouTube a výber nástroja otterly.ai, teda samotný nástroj. Pri konkurenčnej značke je v 96,8 % odpovedí jej vlastný web visibility.sk. NAMERANÉ

Čo z toho vyplýva pre stratégiu HYPOTÉZA

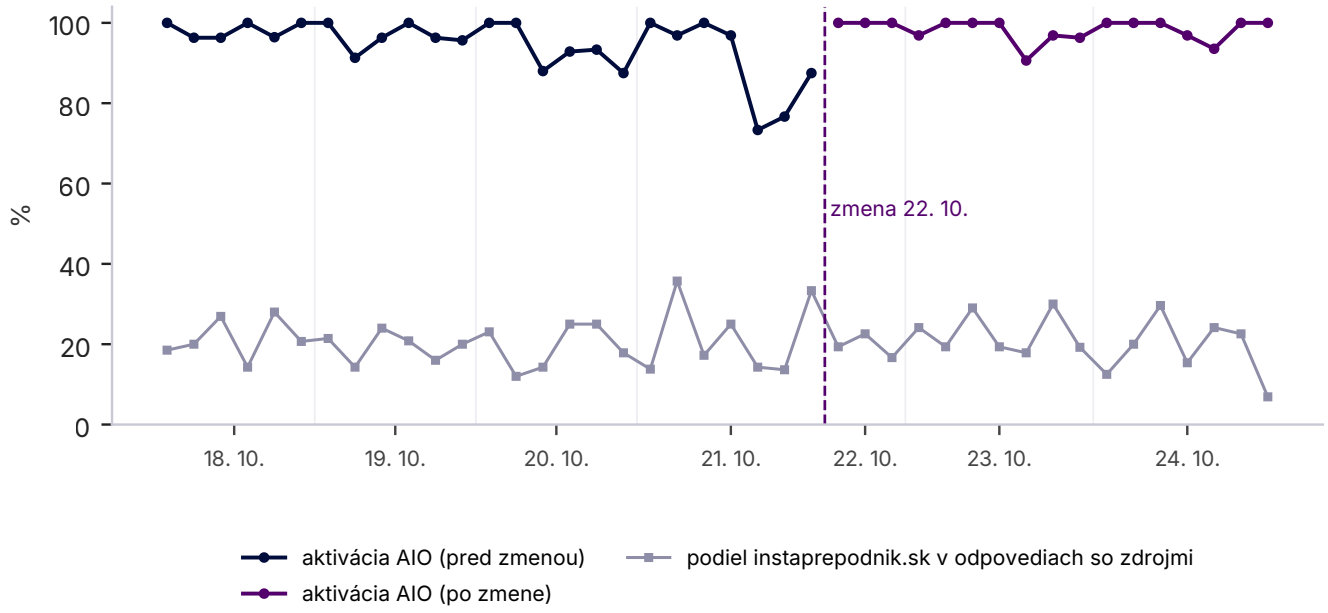
Neexistuje jeden typ obsahu, ktorý by vyhral celý trh. Kto chce byť citovaný pri výbere agentúry, potrebuje službovú stránku; pri pojmoch výkladovú stránku; pri návodoch video alebo podrobný návod; pri výbere nástroja porovnanie nástrojov. Pri otázke na konkrétnu značku AI cituje predovšetkým jej vlastný web.

6 Zistenie 4: jedno meranie klame

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

Rovnakých 32 dopytov sme zmerali v 42 behoch. Keby sme sa pozreli len raz, výsledok by závisel od toho, kedy presne sme sa pozreli. NAMERANÉ

Ak by ste merali iba raz...	Najnižší výsledok	Najvyšší výsledok	Rozpätie	Celé obdobie
Aktivácia AIO pred zmenou	73,3 % (21. 10., 17:00)	100,0 % (18. 10., 10:00)	26,7 p. b.	94,4 %
Aktivácia AIO po zmene	90,6 % (23. 10., 17:00)	100,0 % (22. 10., 8:00)	9,4 p. b.	98,3 %
Podiel instaprepodnik.sk v odpovediach so zdrojmi	6,9 % (24. 10., 21:00)	35,7 % (21. 10., 10:00)	28,8 p. b.	20,7 %



Graf 4. Každý bod je jeden beh 32 dopytov. Aktivácia je rozdelená na obdobie pred zmenou a po zmene; podiely domén sa počítajú z odpovedí so zdrojmi.

Stabilita zobrazovania na úrovni dopytov

Správanie dopytu naprieč platnými meraniami	Dopytov pred zmenou	Meraní	Dopytov po zmene	Meraní
AI odpoveď sa zobrazila pri každom meraní	12	276	25	419
Aktivácia kolísala medzi meraniami	20	435	7	115
AI odpoveď sa nezobrazila ani raz	0	0	0	0

Ako často sa mení prvá citácia

Pri porovnaní dvoch po sebe idúcich odpovedí na ten istý dopyt sa zdroj na prvom mieste zmenil v 78,3 % prípadov. Najstabilnejšie sú krátke pojmy (60,8 %), najmenej stabilné návody (89,3 %). NAMERANÉ

Dopyt	Zmien #1	Domén na #1	Najčastejší držiteľ #1
Chceme zistiť, ako často sa naša značka objavuje v...	34 z 34 (100 %)	24	inetgap.sk (14 %)
Kto na slovensku pomáha firmám zvýšiť viditeľnosť v...	33 z 33 (100 %)	21	optimalizaciapreai.sk / invelity.com (12 %)
Ako sa zobrazovat v chatgpt	34 z 35 (97 %)	22	websy.sk (25 %)
Chceme zistiť, ako sa naša značka objavuje v odpovediach...	32 z 33 (97 %)	17	socka.sk (18 %)
Ktoré agentúry na slovensku poskytujú kvalitný linkbuilding?	21 z 33 (64 %)	7	spotibo.sk (44 %)

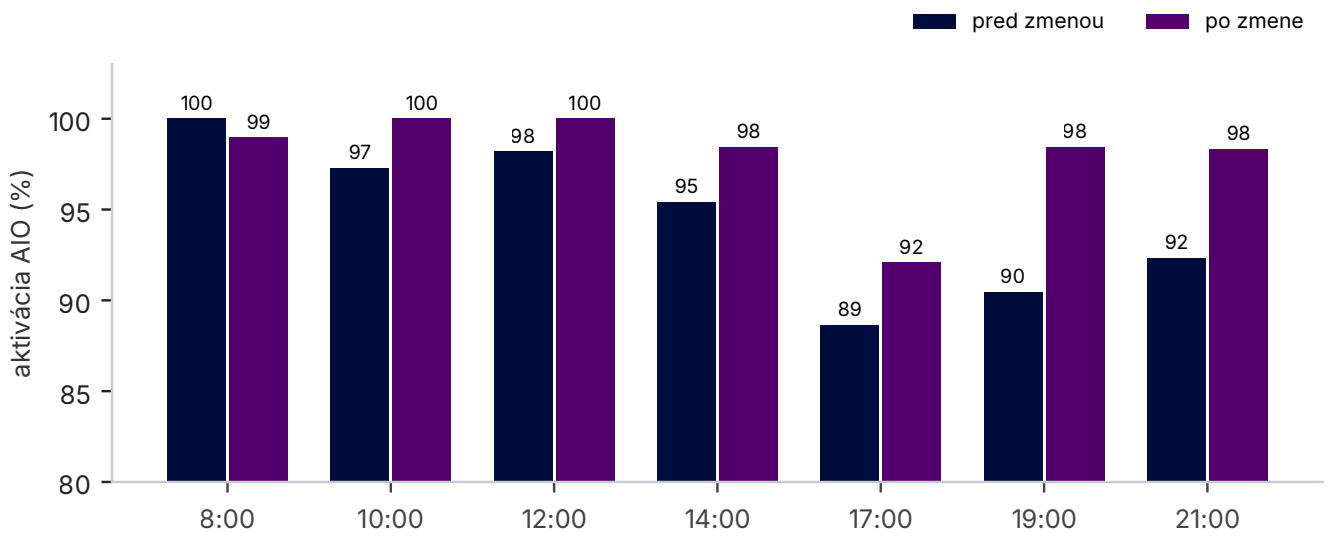
Dopyt	Zmien #1	Domén na #1	Najčastejší držiteľ #1
Hľadáme agentúru na obsahovú stratégiu a pravidelnú tvorbu…	14 z 27 (52 %)	7	contentfruiter.sk (71 %)
Ai seo	6 z 39 (15 %)	4	llmrefs.com (90 %)
Seo geo	2 z 41 (5 %)	2	contentful.com (98 %)

Viditeľnosť v AIO nie je stav, ale pravdepodobnosť HYPOTÉZA

Pri väčšine dopytov sa zdroj na prvom mieste mení takmer pri každom opakovaní. Stabilné prvé miesto majú len stránky, ktoré presne zodpovedajú formulácii dopytu (napr. výkladová stránka pri „seo geo“ či „ai seo“). Rozhodovať sa podľa jedného snímku je preto riskantné; spoľahlivý obraz dáva až séria meraní.

7 Zistenie 5: denná doba nerozhoduje

O AIO koluje domnienka, že sa jeho správanie mení počas dňa. Dáta ju na tomto trhu nepotvrdzujú.



Graf 5. Aktivácia AIO podľa hodiny merania, zvlášť pred zmenou a po zmene.

Hodina	Meraní pred	Aktivácia pred	Meraní po	Aktivácia po
8:00	62	100,0 %	96	99,0 %
10:00	110	97,3 %	95	100,0 %
12:00	110	98,2 %	94	100,0 %
14:00	109	95,4 %	63	98,4 %
17:00	88	88,6 %	63	92,1 %
19:00	115	90,4 %	64	98,4 %
21:00	117	92,3 %	59	98,3 %

Test hypotézy o dennom okne NAMERANÉ

Najnižšiu aktiváciu malo v oboch obdobiach meranie o 17:00 (88,6 % pred zmenou, 92,1 % po zmene). Pred zmenou ho však výrazne stiahol jediný beh 21. 10. o 17:00 s aktiváciou 73,3 %. Rozdiel nevytvára spoľahlivé okno, ktoré by sa oplatilo plánovať.

Stabilita naprieč dňami

Deň	Obdobie	Behov	Meraní	Aktivácia	Podiel instaprepodnik.sk
18. 10.	pred zmenou	6	170	98,2 %	21,2 %
19. 10.	pred zmenou	6	155	96,8 %	19,6 %
20. 10.	pred zmenou	6	168	93,5 %	19,7 %
21. 10.	pred zmenou	7	218	90,4 %	22,3 %
22. 10.	po zmene	3	95	100,0 %	19,6 %
23. 10.	po zmene	7	218	97,2 %	22,8 %
24. 10.	po zmene	7	221	98,6 %	18,6 %

Ako často sa AIO spúšťa, sa pred zmenou postupne znižovalo (98,2 % 18. 10. až 90,4 % 21. 10.) a po zmene ostalo vysoko. Podiel lídra instaprepodnik.sk sa počas celého týždňa pohyboval v úzkom pásme. NAMERANÉ

8 Zistenie 6: vyhrávajú podstránky venované jednej službe

Kto chce vedieť, aký obsah AI na tomto trhu cituje, nemusí hádať. Stačí sa pozrieť na najcitovanejšie URL.

Z 1 708 rôznych citovaných URL má 12 najcitovanejších takúto podobu. Medzi 20 najcitovanejšími sú len 2 domovské stránky, ostatné sú podstránky so službou, výkladom pojmu alebo zoznamom agentúr. V 10 268 citáciách sa neobjavil ani jeden PDF súbor. NAMERANÉ

#	URL	Odpovedí	Podiel	Dopytov	Priem. poz.
1	improve.sk/sk/sluzby/ai-viditelnost-a-geo	193	16,9 %	14	6,31
2	instaprepodnik.sk/agentura-na-aeo-geo-optimalizaciu-slovensko	188	16,5 %	13	3,68
3	webman.sk/geo-optimalizacia	141	12,4 %	13	2,80
4	seo-optimalizacia.eu/geo-optimalizacia	123	10,8 %	11	6,00
5	karbon.sk/sluzby/geo-optimalizacia	117	10,3 %	10	6,52
6	bobusmarketing.com/sk/sluzby/ai-vyhledavani/	116	10,2 %	12	5,41
7	castledigital.sk/nase-riesenia/seo-optimalizacia/	102	8,9 %	12	7,55
8	ui42.sk/uickovska-abeceda/optimalizacia-pre-generativne-vyhladavace-geo	91	8,0 %	11	5,86
9	optimalizaciapreai.sk/	89	7,8 %	9	6,72
10	socka.sk/ai-search-optimalizacia/	81	7,1 %	10	4,65
11	visibility.sk/	78	6,8 %	7	4,63
12	groow.sk/geo-generative-engine-optimization/	77	6,7 %	11	4,39

Tri typy víťazných stránok

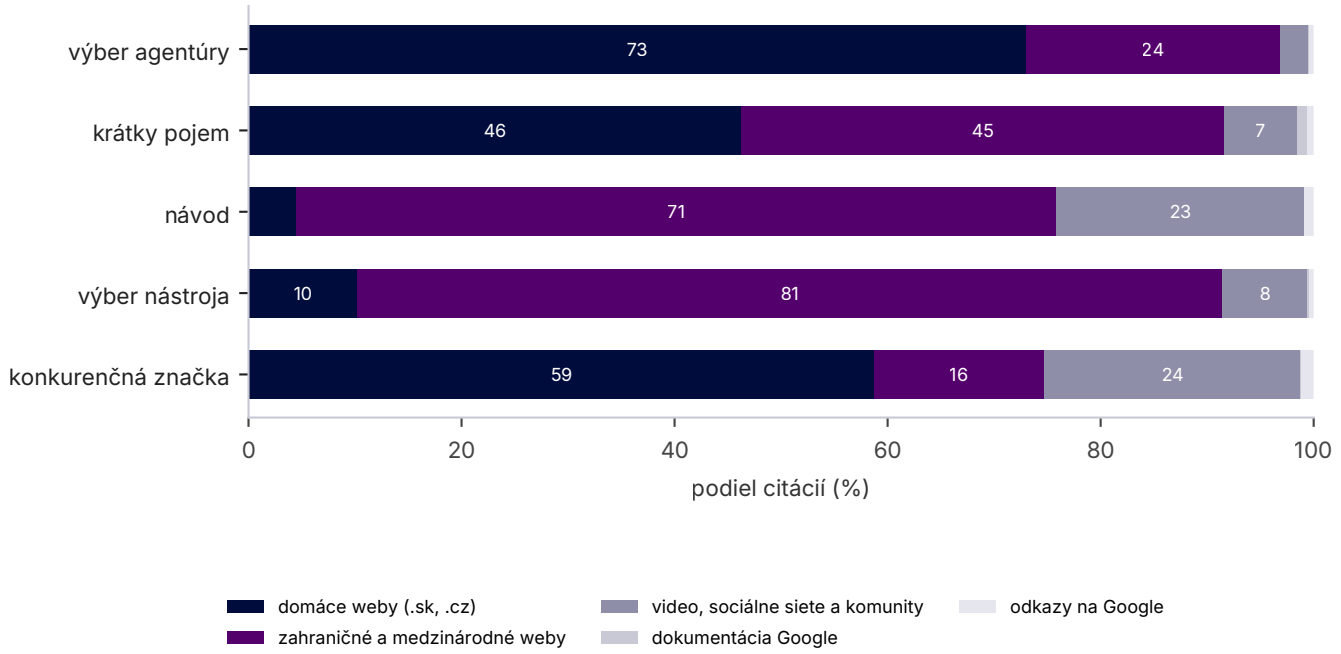
- **Služobová stránka s názvom služby v URL.** improve.sk/sk/sluzby/ai-viditelnost-a-geo je citovaná v 193 odpovediach naprieč 14 dopytmi, instaprepodnik.sk/agentura-na-aeo-geo-optimalizaciu-slovensko v 188, webman.sk/geo-optimalizacia v 141. Podobne seo-optimalizacia.eu, karbon.sk a bobusmarketing.com. NAMERANÉ
- **Výkladová stránka pojmu.** ui42.sk (sekcia uickovska-abeceda, 91 odpovedí), llmrefs.com/learn/ai-seo či anglické články informatechtarget.com a contentful.com vedú pri krátkych pojmoch a majú pri nich najstabilnejšie prvé miesto. NAMERANÉ
- **Zoznam a porovnanie hráčov.** contentpress.sk/zoznam-seo-agentur je citovaný v 61 odpovediach, roi-index.com (stránka o AI viditeľnosti marketingových agentúr na Slovensku za Q3 2026) je s 107 odpoveďami 13. najcitovanejšia doména trhu. AI pri otázke „koho osloviť" rada cituje stránku, ktorá už výber urobila. NAMERANÉ

Čo z koncentrácie na podstránky vyplýva HYPOTÉZA

AI cituje stránku, ktorá odpovedá na otázku, nie web, ktorý má autoritu. Domovská stránka agentúry so všeobecným opisom služieb sa medzi citované zdroje dostáva zriedka. To, že sa medzi zdrojmi neobjavuje žiadne PDF, naznačuje, že štúdie a materiály dostupné len ako PDF sa do AI odpovedí dostávajú ťažšie než rovnaký obsah na HTML stránke.

9 Zistenie 7: anatómia odpovede podľa zámeru

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



Graf 6. Zloženie citačného bloku podľa zámeru (podiel citácií podľa typu zdroja).

Zámer	Priem. zdrojov v odpovedi	Rozsah	Odpovedí
výber agentúry	9,85	1 až 22	555
krátky pojem	7,08	1 až 17	324
návod	9,75	2 až 24	153
výber nástroja	8,81	1 až 21	78
konkurenčná značka	10,71	8 až 17	31

Pri výbere agentúry tvoria domáce weby 72,9 % citácií: AI hľadá slovenského dodávateľa na slovenských stránkach. Pri výbere nástroja je to naopak, 81,2 % citácií smeruje na zahraničné weby, najmä samotné nástroje. Pri návodoch tvorí video a komunita 23,2 % citácií. Počet zdrojov v odpovedi sa pohybuje od 7,1 pri krátkych pojmoch po 10,7 pri otázke na konkrétnu značku. NAMERANÉ

Široký blok, súťaž o poradie HYPOTÉZA

Pri priemerne 9,0 zdrojoch v odpovedi sa do citačného bloku zmestí veľa hráčov. Rozhoduje preto aj to, kto je v ňom vysoko a ako pravidelne sa v ňom objavuje. Typ obsahu musí sedieť so zámerom: agentúra, ktorá chce byť citovaná pri návodoch, súperí s videami a vláknami na Reddite, nie s inými agentúrami.

10 Zistenie 8: jazyk dopytu mení celé pole

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

Jazyk	Dopytov	Akt. pred	Akt. po	Odpovedí so zdrojmi	Domáce weby	Zahraničné weby	Video a komunity	Líder
slovenčina	26	93,3 %	98,1 %	899	62,7 %	31,7 %	4,6 %	instaprepodnik.sk (26,1 %)
angličtina	5	98,3 %	98,8 %	200	0,5 %	76,0 %	23,4 %	youtube.com (48,5 %)
čeština	1	100,0 %	100,0 %	42	68,9 %	30,0 %	0,5 %	mcrai.cz (97,6 %)

Podiely typov zdrojov sú z citácií. Do slovenčiny sú zaradené aj jazykovo neutrálne pojmy („seo geo“, „ai seo“). Čeština a angličtina stoja na malom počte dopytov (1 a 5).

Pri anglických dopytoch sú domáce weby takmer neviditeľné (0,5 % citácií) a vedie YouTube. Pri jedinom českom dopyte („geo optimalizace“) tvoria české domény (.cz) 52,4 % citácií a vedie mcrai.cz (97,6 % odpovedí). Slovenské dopyty patria prevažne slovenským webom (62,7 % citácií). NAMERANÉ

Čo z toho vyplýva HYPOTÉZA

Slovenská agentúra súťaží v AI odpovediach hlavne na slovenských dopytoch. Anglické dopyty sú pole medzinárodných zdrojov a videí, kam sa domáci hráč dostane ťažko. Ak firma cieli aj na český trh, potrebuje samostatný český obsah, pretože české dopyty vytvárajú vlastné pole.

11 Zistenie 9: AI cituje aj video a diskusie

Citačný blok nie je len o weboch. Pri návodoch sú videá a diskusie silnejšie než agentúry.

Video, sociálne siete a komunity sa objavili v 32,2 % odpovedí so zdrojmi (782 citácií). YouTube je 4. najcitovanejšia doména trhu so 107 rôznymi videami, Reddit 12. s 35 vláknami. NAMERANÉ

Platforma	Typ	Odpovedí	Podiel z 1 141	Citácií	Priem. poz.	Najčastejší zámer
youtube.com	video platforma	195	17,1 %	373	5,46	návod (54 %)
reddit.com	komunitná diskusia	108	9,5 %	120	6,32	výber agentúry (44 %)
linkedin.com	sociálna sieť	105	9,2 %	115	5,73	návod (36 %)
facebook.com	sociálna sieť	82	7,2 %	89	5,35	výber agentúry (33 %)
instagram.com	sociálna sieť	44	3,9 %	45	8,55	konkurenčná značka (45 %)
quora.com	komunitná diskusia	31	2,7 %	31	5,23	krátky pojem (74 %)
medium.com	blogová platforma	8	0,7 %	8	6,50	návod (75 %)
x.com	sociálna sieť	1	0,1 %	1	5,00	výber agentúry (100 %)

Najsilnejší signál kapitoly NAMERANÉ

YouTube má priemernú pozíciu 5,46 a pri návodových dopytoch je v 69,3 % odpovedí. Video teda nie je doplnok, ale hlavný zdroj, keď sa človek pýta „ako na to“. Reddit sa objavuje najmä pri výbere agentúry: AI hľadá aj nezávislý názor, či sa služba oplatí.

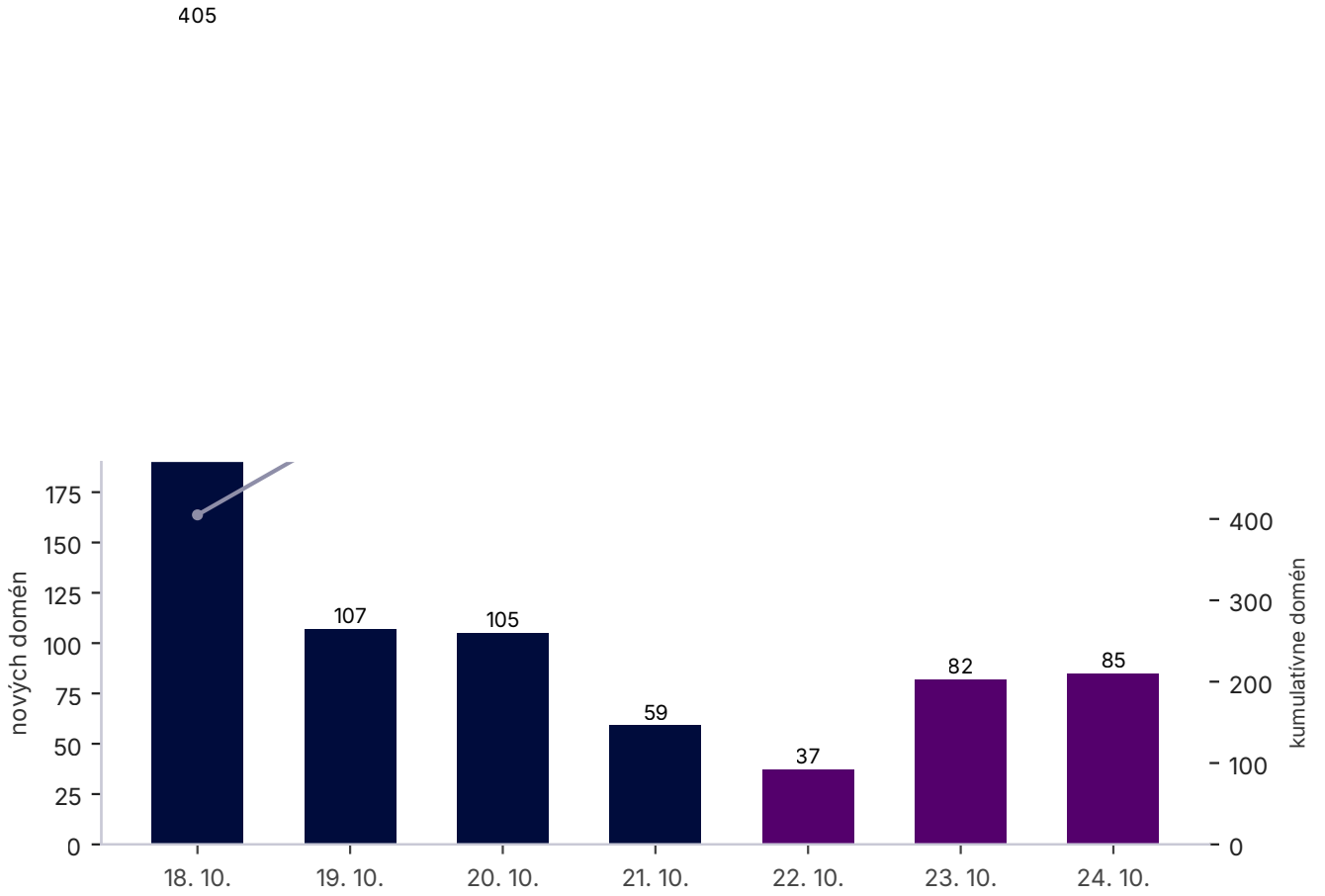
Čo z toho plynie pre prax HYPOTÉZA

Pri návodových témach má krátke video s presným názvom otázky väčšiu šancu na citáciu než ďalší článok. Pri výbere agentúry sa oplatí sledovať, čo o službe hovoria diskusie, pretože AI ich pri porovnávaní dodávateľov berie do úvahy.

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 880 domén ich 405 bolo citovaných už prvý deň, zvyšných 475 vstúpilo do citačného bloku až neskôr. 204 z nich prišlo po zmene v Google 22. 10., keď na jeden beh pripadlo viac odpovedí; počet nových domén za deň preto čítajte spolu so stĺpcom odpovedí. NAMERANÉ



Graf 7. Koľko nových domén pribudlo v jednotlivých dňoch merania (sivá čiara = kumulatívne).

Deň	Odpovedí so zdrojmi	Nových domén	Kumulatívne
18. 10.	160	405	405
19. 10.	143	107	512
20. 10.	152	105	617
21. 10.	184	59	676
22. 10.	92	37	713
23. 10.	206	82	795
24. 10.	204	85	880

Kto sa uchytil po vstupe

Doména	Prvý výskyt	Citácií	Odpovedí
seoalive.com	19. 10.	36	36
startitup.sk	19. 10.	35	35
studiohawk.com.au	20. 10.	25	25

Doména	Prvý výskyt	Citácií	Odpovedí
mediatelyext.sk	19. 10.	19	19
salesforce.com	20. 10.	19	19
sirieh.sk	22. 10.	18	18
onelittleweb.com	22. 10.	17	17
faroverdigital.com	23. 10.	13	13

Čo z toho vyplýva pre plánovanie obsahu HYPOTÉZA

Zostava zdrojov sa obmieňa každý deň. Pre nováčika je to dobrá správa: vstup do citačného bloku nie je otázka rokov budovania autority, ale existencie stránky, ktorá presne odpovedá na položený dopyt. Pre lídra je to varovanie, že prítomnosť treba obhajovať priebežne.

13 Praktické závery

Osem prenositeľných záverov pre každého, kto chce byť citovaný v AI odpovediach na trhu digitálneho marketingu. Ide o výklad dát, nie o namerané fakty.

1. **Na nasýtenom trhu nerozhoduje aktivácia, ale citácia.** Keď sa AI odpoveď zobrazuje takmer vždy, každý dopyt je súťaž o miesto v citačnom bloku. HYPOTÉZA
2. **Pre každú službu samostatná stránka.** Najcitovanejšie URL trhu sú podstránky venované jednej službe (napr. improve.sk, 193 odpovedí v 14 dopytoch). Domovské stránky sa medzi ne dostávajú zriedka. HYPOTÉZA
3. **Formulácia dopytu v URL a nadpise.** Stabilné prvé miesto majú stránky, ktoré presne zodpovedajú otázke. Kde sa formulácia dopytu a stránky zhoduje, citácia sa opakuje. HYPOTÉZA
4. **Výkladové stránky pre pojmy.** Krátke pojmy (geo optimalizácia, ai seo) vyhrávajú krátke a presné definície. Sú to najstabilnejšie miesta na trhu. HYPOTÉZA
5. **Byť v zoznamoch, ktoré AI cituje.** Pri otázke „koho osloviť“ AI rada cituje stránku, ktorá výber už urobila, napríklad zoznam agentúr. HYPOTÉZA
6. **Video pre návody.** Pri návodových dopytoch je YouTube v 69,3 % odpovedí. Krátke video s presným názvom otázky je silný vstup. HYPOTÉZA
7. **Obsah v HTML, nie len v PDF.** V 10 268 citáciách sa neobjavil ani jeden PDF súbor. HYPOTÉZA
8. **Merať opakovane.** Pri prvom mieste, ktoré sa mení pri väčšine opakovaní, jeden snímok nič nepovie. Spoľahlivý obraz dáva séria meraní. HYPOTÉZA

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.

Zhrnuté do jednej vety: na trhu, kde AI odpovedá takmer vždy, vyhráva ten, kto má na položenú otázku presnú stránku. Trh je otvorený a rotuje, preto sa doň dá vstúpiť, no prítomnosť treba obhajovať priebežne. Prvý krok 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 otázkach mojich zákazníkov ma AI cituje a pri ktorých nie?
2. Mám pre každú službu stránku, ktorá presne odpovedá na otázku zákazníka?
3. Viem to podložiť desiatkami meraní, alebo len jedným dojmom?
4. Je môj odborný obsah dostupný ako text na webe, alebo len v PDF?

Chcete vedieť, kde stojí vaša značka v AI odpovediach?
Táto štúdia vznikla z reálnej práce MBG na optimalizácii značiek pre generatívne vyhľadávanie. 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 · Všetkých 32 dopytov naprieč 42 behmi

Dopyt	Zámer	Akt. pred zmenou	Akt. po zmene	Odp. so zdrojmi	Líder dopytu	Zmien #1
Aeo agency	výber agentúry	100,0 %	100,0 %	42	aeoagency.org (83 %)	34/41
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?	výber agentúry	87,0 %	93,3 %	34	visibility.sk (79 %)	32/33
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?	výber agentúry	90,9 %	100,0 %	35	optimalizaciapreai.sk (71 %)	34/34
Hľadám viacero seo agentúr pre dlhodobú spoluprácu s malou firmou.	výber agentúry	87,0 %	100,0 %	33	contentpress.sk / zeracreative.com (55 %)	31/32
Hľadáme agentúru na obsahovú stratégiu a pravidelnú tvorbu obsahu pre slovenskú značku. koho osloviť?	výber agentúry	90,0 %	100,0 %	28	contedy.sk (89 %)	14/27
Hľadáme partnera na úpravu obsahu a štruktúry webu tak, aby ho ai vyhľadávače vedeli citovať. ktoré slovenské agentúry odporúčaš?	výber agentúry	85,0 %	94,1 %	32	optimalizaciapreai.sk (72 %)	29/31
Kto na slovensku pomáha firmám zvýšiť viditeľnosť v perplexity a gemini?	výber agentúry	89,5 %	100,0 %	34	optimalizaciapreai.sk (65 %)	33/33
Kto robí geo optimalizáciu pre chatgpt?	výber agentúry	91,3 %	100,0 %	37	webman.sk (76 %)	32/36
Kto robí na slovensku geo optimalizáciu?	výber agentúry	100,0 %	100,0 %	38	fgatelier.sk (89 %)	28/37
Ktorá slovenská agentúra sa špecializuje na generative engine optimization	výber agentúry	95,2 %	100,0 %	37	webman.sk (100 %)	23/36
Ktoré agentúry na slovensku poskytujú geo optimalizáciu pre ai vyhľadávače?	výber agentúry	90,9 %	88,2 %	35	instaprepodnik.sk (100 %)	28/34
Ktoré agentúry na slovensku poskytujú kvalitný linkbuilding?	výber agentúry	100,0 %	100,0 %	34	spotibo.sk (97 %)	21/33
Ktoré seo agentúry na slovensku sa oplatí osloviť?	výber agentúry	87,5 %	100,0 %	37	seocentrum.sk (59 %)	33/36
Najlepšie agentúry na geo optimalizáciu	výber agentúry	94,4 %	100,0 %	33	instaprepodnik.sk (82 %)	30/32
Odporuč slovenskú agentúru, ktorá prepája klasické seo s optimalizáciou pre ai odpovede.	výber agentúry	85,0 %	100,0 %	31	ui42.sk (68 %)	29/30
Som marketingovy manazer. odporuc mi expertov na ai marketing a aio a geo na slovensku	výber agentúry	95,5 %	93,3 %	35	dna-marketing.sk (94 %)	28/34
Ai optimalizácia	krátky pojem	96,0 %	100,0 %	41	dna-marketing.sk (76 %)	26/40
Ai seo	krátky pojem	92,0 %	100,0 %	40	llmrefs.com (95 %)	6/39
Generatívna optimalizácia	krátky pojem	100,0 %	100,0 %	35	amicited.com (57 %)	26/34
Geo for b2b	krátky pojem	96,0 %	100,0 %	41	quora.com (56 %)	33/40
Geo optimalizace	krátky pojem	100,0 %	100,0 %	42	mcrai.cz (98 %)	34/41
Geo optimalizácia	krátky pojem	100,0 %	100,0 %	42	optimalizaciapreai.sk (60 %)	29/41
Seo geo	krátky pojem	100,0 %	100,0 %	42	contentful.com / starbomedia.sk / lighthousems.sk / informatechtarget.com (98 %)	2/41
Seo pre ai	krátky pojem	96,0 %	100,0 %	41	vercel.com (71 %)	36/40
Ako sa zobrazovat v chatgpt	návod	100,0 %	100,0 %	36	youtube.com (36 %)	34/35
How do i rank my company in chatgpt answers	návod	95,0 %	94,1 %	34	coalitiontechnologies.com (97 %)	27/33
How to get found by ai	návod	100,0 %	100,0 %	41	youtube.com (93 %)	36/40

Dopyt	Zámer	Akt. pred zmenou	Akt. po zmene	Odp. so zdrojmi	Líder dopytu	Zmien #1
How to rank in chatgpt search	návod	100,0 %	100,0 %	42	youtube.com (64 %)	36/41
Hľadám nástroje na geo optimalizáciu pre malú firmu, ktoré by si odporučil?	výber nástroja	81,8 %	94,1 %	25	ui42.sk / roi-index.com (52 %)	17/24
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?	výber nástroja	100,0 %	88,2 %	13	youtube.com (38 %)	11/12
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?	výber nástroja	100,0 %	100,0 %	40	otterly.ai (72 %)	36/39
Čo vieš o agentúre visibility zo slovenska? komu by si ju odporučil a aké existujú alternatívy?	konkurenčná značka	87,5 %	100,0 %	31	visibility.sk (97 %)	20/30

Aktivácia = podiel platných meraní dopytu s AI odpoveďou, zvlášť pred zmenou (25 behov) a po zmene (17 behov). Líder dopytu = doména citovaná v najväčšom podiele odpovedí so zdrojmi na daný dopyt. Zmien #1 = koľkokrát sa zmenil zdroj na prvom mieste medzi po sebe idúcimi odpoveďami.

A2 · Metodologické poznámky

- **Zdroj dát:** vlastné opakované meranie AIO v období 18. až 24. októbra 2026; pre každé meranie stav aktivácie, citačná pozícia a plný zoznam citovaných zdrojov.
- **Vzorka:** jeden trh (digitálny marketing a optimalizácia pre AI vyhľadávanie, Slovensko), 32 dopytov, 42 behov (25 pred zmenou, 17 po zmene), 1 245 platných meraní (711 pred zmenou, 534 po zmene).
- **Vylúčené merania:** z 1 536 zaznamenaných riadkov sme vylúčili 291: 22 meraní s chybou zberu dát aj po troch pokusoch (AIO = chyba), 192 riadkov s prázdnym promptom v konfigurácii a 77 meraní zo zoznamu chybných meraní (chyba poskytovateľa API, zapísané ako „bez AI Overview“).
- **Očistenie dát:** Dáta boli očistené o 99 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 1 245 platnými meraniami.
- **Zmena v Google 22. 10. 2026:** ráno 22. 10. Google zmenil, pri koľkých dopytoch zobrazuje AI Overview (na všetkých šiestich trhoch MBG z 72,5 % na 91,0 %, na tomto trhu z 94,4 % na 98,3 %). Čísla závislé od frekvencie zobrazovania (aktivácia celkom, podľa zámeru, dopytu, jazyka, hodiny, mŕtve zóny, volatilita zobrazovania) uvádzame preto zvlášť pre obdobie pred zmenou (18.–21. 10.) a po zmene (22.–24. 10.) a nikdy ich nespriemerujeme. Čísla počítané z odpovedí so zdrojmi (domény, podiely, pozície, typy zdrojov, stabilita poradia) počítame za celé obdobie, pretože citovanie sa zmenou nezmenilo.
- **Citácie:** zo zoznamu zdrojov sme vylúčili 42 odkazov typu google.com/searchviewer. Ďalších 60 odkazov na google.com uvádzame zvlášť ako „odkazy na Google“ (0,6 % citácií) a nie sú v rebríčku domén. Subdomény sociálnych sietí (napr. sk.linkedin.com) sú zlúčené pod hlavnú doménu.
- **Základ pre podiely:** podiely domén sú počítané z 1 141 odpovedí, ktoré obsahovali citačný blok; každá doména sa v rámci jednej odpovede ráta raz. Typy zdrojov sú počítané z 10 268 citácií.
- **Prvé meranie:** trh digitálneho marketingu meriame prvýkrát. Porovnanie s Q3 2026 preto nie je k dispozícii; táto štúdia je východiskový stav pre ďalšie kvartály.
- **Limity:** po zmene sme merali 3 dni (17 behov); nevieme, či Google zmenu neskôr nevráti. Ďalšie meranie to ukáže. Sedem dní nie je sezóna a jeden trh nie je celá ekonomika. Niektoré dopyty majú pre vylúčené merania menej platných meraní (pred zmenou 16 až 25, po zmene 15 až 17).

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 vyberali ako citovaný zdroj.
Aktivácia	Podiel platných meraní, pri ktorých sa AI odpoveď zobrazila. V tejto štúdii vždy zvlášť pred zmenou a po zmene v Google.
Beh	Jedno spustenie merania všetkých dopytov v danom čase.
Citačná pozícia	Poradie zdroja v zozname, z ktorého AIO čerpá. Nižšie číslo = vyššia viditeľnosť.
Podiel (share of voice)	Podiel odpovedí so zdrojmi, v ktorých je daný zdroj citovaný.
Stabilné jadro	Domény citované aspoň v 80 % odpovedí na daný dopyt.

Pojem	Význam
Volatilita	Kolísanie aktivácie a poradia zdrojov pri opakovaných meraniach toho istého dopytu.
Zámer (intent)	Cieľ používateľa za dopytom, napr. výber agentúry, výklad pojmu, návod.

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