Market. Brand. Grow.

ŠTÚDIA · GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION PUBLIKOVATEĽNÁ · Q4 2026

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

Mapa trhu plaveckých kurzov a výučby plávania v Prahe v Google AI Overviews, porovnanie Q3 a Q4 2026. Vrátane menovitého rozpisu, kto na trhu vyhráva a v čom. 1 009 platných meraní počas 7 dní, 5 565 citácií webov, 233 domén, 383 citácií firemných profilov Google.

**84,2 %**
meraní malo AI odpoveď (aktivácia; Q3: 54,4 %)

**40,8 %**
citácií webov si berie 10 najcitovanejších domén (Q3: 52,8 %)

**233**
domén sa objavilo v citačnom bloku (Q3: 111)

GEO · SEO · PPC, postavené na dátach
Vlastné meranie AI Overviews, český trh, 18.–24. 10. 2026 · 25 dopytov × 42 meraní, 1 009 platných pozorovaní

# Manažérske zhrnutie

Zákazníci sa už nepýtajú len Google. Pýtajú sa AI a umelá inteligencia si sama vyberá, komu dá vo svojej odpovedi hlas: ktorú plaveckú školu spomenie, či návod na dýchanie pri kraule ocituje a kam pošle rodiča, ktorý hľadá kurz pre dieťa. Táto štúdia mapuje celý trh plaveckých kurzov v Prahe v Google AI Overviews v druhom kvartálnom meraní: 1 009 platných meraní počas 7 dní (18.–24. 10. 2026), 5 565 citácií webov z 233 domén a 383 citácií firemných profilov Google. Výsledky porovnávame s meraním z júla 2026 (Q3).

> **Trh v jednom pohľade**
>
> Z 1 009 meraní sa AI odpoveď zobrazila v 850 prípadoch (84,2 %; Q3: 54,4 %) a 841 z nich obsahovalo zoznam citovaných zdrojov. O miesto v týchto zoznamoch súperilo 233 domén (Q3: 111) a 39 firemných profilov Google.

**54 %–100 %**
takto sa líši aktivácia AI odpovede podľa zámeru dopytu (Q3: 0 %–94 %). Priemer 84,2 % sám nehovorí takmer nič.

**67 %–100 %**
v takom rozpätí by jedno meranie vykázalo aktiváciu, hoci sme merali 42-krát. Jednorazový audit je náhodný snímok.

**0 z 25**
dopytov nemalo AI odpoveď pri žiadnom platnom meraní (Q3: 9 z 25). Pri 12 dopytoch sa zobrazila vždy (Q3: 0).

## Poznatky o trhu (Q4 2026)

- **AI odpoveď sa zobrazuje častejšie ako v lete.** Aktivácia stúpla z 54,4 % na 84,2 %. Najviac pri cudzojazyčných dopytoch (19,6 % → 75,6 %), pri táboroch (0,0 % → 53,6 %) a lokálnych dopytoch (30,4 % → 68,2 %).
- **O viditeľnosti stále rozhoduje zámer.** Pri zdravotných, metodických a detských otázkach sa AI odpoveď spustila v 96,3 % až 100,0 % meraní, pri lokálnych dopytoch v 68,2 % a pri táboroch v 53,6 %.
- **Citácie sú menej koncentrované.** 5 565 citácií z 233 domén; 10 najcitovanejších nesie 40,8 % (Q3: 52,8 % z 2 722 citácií a 111 domén).
- **Každý zámer má vlastného lídra.** medvidkovehracky.cz pri deťoch, swimaholic.cz pri technike, aquasportclub.cz pri lokálnych dopytoch, aquapalace.cz pri anglických a svetplavani.cz pri táboroch.
- **Jedno meranie klame.** Naprieč 42 meraniami by jednorazový audit vykázal aktiváciu od 66,7 % do 100,0 %.
- **Formulácia rozhoduje viac než téma.** „plavecky primestsky tabor" mal AI odpoveď v 100,0 % meraní, „plavecky primestsky tabor praha" v 7,1 %. Líšia sa jedným slovom.
- **Informačné a poskytovateľské dopyty majú iných víťazov.** Pod najcitovanejšou doménou trhu sa zostava líši: pri otázkach „ako" AI cituje obsahové weby a e-shopy (swimaholic.cz, jolyn.cz, betri.cz), pri otázkach „kde" a „od koho" plavecké školy a katalógy. Firemné profily Google cituje najmä pri anglických dopytoch.
- **Firemné profily Google sú samostatný vstup do odpovede.** 383 citácií z 39 profilov v 81 odpovediach, 148 z nich na 1. až 3. mieste; takmer výlučne pri anglických, lokálnych a táborových dopytoch.
- **Denná doba nerozhoduje, deň merania áno.** Počas dňa sa aktivácia držala v pásme 79,6 % až 87,1 %, medzi dňami v pásme 74,1 % až 96,0 %.
- **Trh nie je uzavretá množina.** 149 z 233 domén citovaných v Q4 v júli citovaných nebolo.

### Čo je iné oproti Q3 2026

#### ZMENY VO VÝSLEDKOCH (NAMERANÉ)

- Aktivácia AI odpovede: 54,4 % → 84,2 %; dopyty bez AI odpovede pri všetkých meraniach: 9 → 0; dopyty s AI odpoveďou pri každom meraní: 0 → 12.
- Koncentrácia: 10 najcitovanejších domén nesie 52,8 % → 40,8 % citácií webov; počet domén 111 → 233.
- Lídri zámerov: anglické dopyty youtube.com → aquapalace.cz; tábory / sezónne bez AI odpovede → svetplavani.cz.
- Firemné profily Google: v 81 odpovediach (Q3: 4), 383 citácií z 39 profilov.
- Sociálne siete a fóra: facebook.com 1,8 % → 13,3 % odpovedí so zdrojmi, emimino.cz 0,3 % → 7,7 %.

#### ZMENY V METODIKE

- Októbrové zdroje sú obnovené z textu AI odpovede (všetky citácie v poradí, plus zdroje z bočného panela, rovnaká URL len raz). Odpovede v októbri citujú v priemere 6,6 webu (Q3: 7,0). Porovnávame preto podiely a poradie, nie absolútne počty citácií.
- Firemné profily Google sú v Q4 samostatný typ zdroja s menom firmy overeným na profile. Q3 štúdia ich nezapočítala (29 citácií) a neupravujeme ju.
- Q4 má 42 meraní za 7 dní (Q3: 36 meraní za 6 dní). Dopyty sú rovnaké (25), žiadny nepribudol.
- Citácie Q3 počítame jednotne s Q4: každá citovaná URL v odpovedi raz, bez odkazov na Google. Q3 štúdia rátala jednu citáciu za doménu v odpovedi (2 454) a započítala jeden odkaz google.com; prepočítané Q3 má 2 722 citácií webov, 111 domén a 389 odpovedí so zdrojmi (Q3 štúdia: 112 domén, 390 odpovedí). Preto sa niektoré Q3 hodnoty v tejto štúdii líšia od Q3 štúdie (napr. podiel 10 najcitovanejších domén 52,8 % namiesto 48,6 %).

### 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 16 zhŕňa praktické závery, ktoré viete aplikovať vo vlastnej firme, a kapitola 15 podrobné porovnanie s Q3.

Metodická poznámka: meranie prebehlo na českom trhu plaveckých kurzov a výučby plávania (18.–24. 10. 2026), 25 dopytov × 42 meraní, 1 009 platných pozorovaní, s kompletným záznamom aktivácie, pozície, citovaných zdrojov a textu odpovede. Domény sú uvedené menovite, tak ako sa objavili v citačnom bloku.

# 1 Nová bojová línia: odpoveď, nie odkaz

**Prečo sa každá plavecká škola 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 plaveckú školu 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, rodič alebo dospelý začiatočník 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 (54,4 % → 84,2 % meraní). Najviac pribudla pri anglických dopytoch, táboroch a lokálnych dopytoch s Prahou, teda aj pri dopytoch, pri ktorých sa ľudia rozhodujú, kam sa prihlásia. Priestor, v ktorom rozhoduje AI, sa rozširuje aj tam, kde sa predáva.

## Prečo opakované meranie

Rovnaký trh s rovnakými 25 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.**

| Parameter | Hodnota |
|---|---|
| Skúmaný trh | plavecké kurzy a výučba plávania, Praha (český trh; dopyty v češtine, slovenčine a angličtine) |
| 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 | 25 (8 kategórií zámeru), rovnaké ako v Q3 |
| Počet pozorovaní | 1 009 platných (dopyt × meranie); 41 meraní so zlyhaným zberom dát sme vylúčili |
| Sledované metriky | aktivácia AIO · citačná pozícia · plný zoznam citovaných zdrojov (5 565 citácií webov, 233 domén, 383 citácií firemných profilov Google) · text odpovede |

## Klasifikácia dopytov podľa zámeru

Dopyty sú rozdelené podľa zámeru rovnako ako v Q3: zdravie a životný štýl, deti, učenie začiatočníkov, technika („ako na to“), kurzy a lekcie, lokálne dopyty s Prahou, cudzojazyčné (anglické) dopyty a tábory. V Q4 žiadny dopyt nepribudol. Mapa dopyt → zámer je v prílohe A1 a v CSV.

| Zámer | Dopytov | Príklad dopytu |
|---|---|---|
| Zdravie a životný štýl | 3 | „plavani v tehotenstvi“ |
| Deti | 2 | „jak naučit dítě plavat“ |
| Učenie začiatočníkov | 1 | „jak se naučit plavat v dospělosti“ |
| Technika / „ako na to“ | 5 | „jak správně dýchat při plavání“ |
| Kurzy a lekcie | 3 | „kurzy plavání pro dospělé“ |
| Lokálne (mesto) | 5 | „Najlepšie kurzy plávania v Prahe“ |
| Cudzojazyčné (EN) | 4 | „swimming lessons“ |
| Tábory / sezónne | 2 | „plavecky primestsky tabor“ |

## Očistenie dát

Dáta boli očistené o 41 meraní, pri ktorých zlyhal zber dát (poskytovateľ API vrátil chybu a meranie sa nedalo vyhodnotiť: 33 chybných meraní zapísaných ako „bez AI odpovede“ a 8 meraní, ktoré zlyhali aj po 3 pokusoch). Tieto merania nie sú započítané ako merania bez AI Overview. Štúdia pracuje s 1 009 platnými meraniami.

## Aktívna odpoveď a odpoveď s citáciami

Z 850 aktívnych AI odpovedí malo 841 aj zoznam citovaných zdrojov (Q3: 389 z 478). Zvyšných 9 odpovedí neuvádzalo žiadny zdroj. 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 383 z 39 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. 23 ďalších odkazov na Google (presmerovania google.com) do rebríčka domén nezaraďujeme.

## Čo dáta dokážu a čo nie

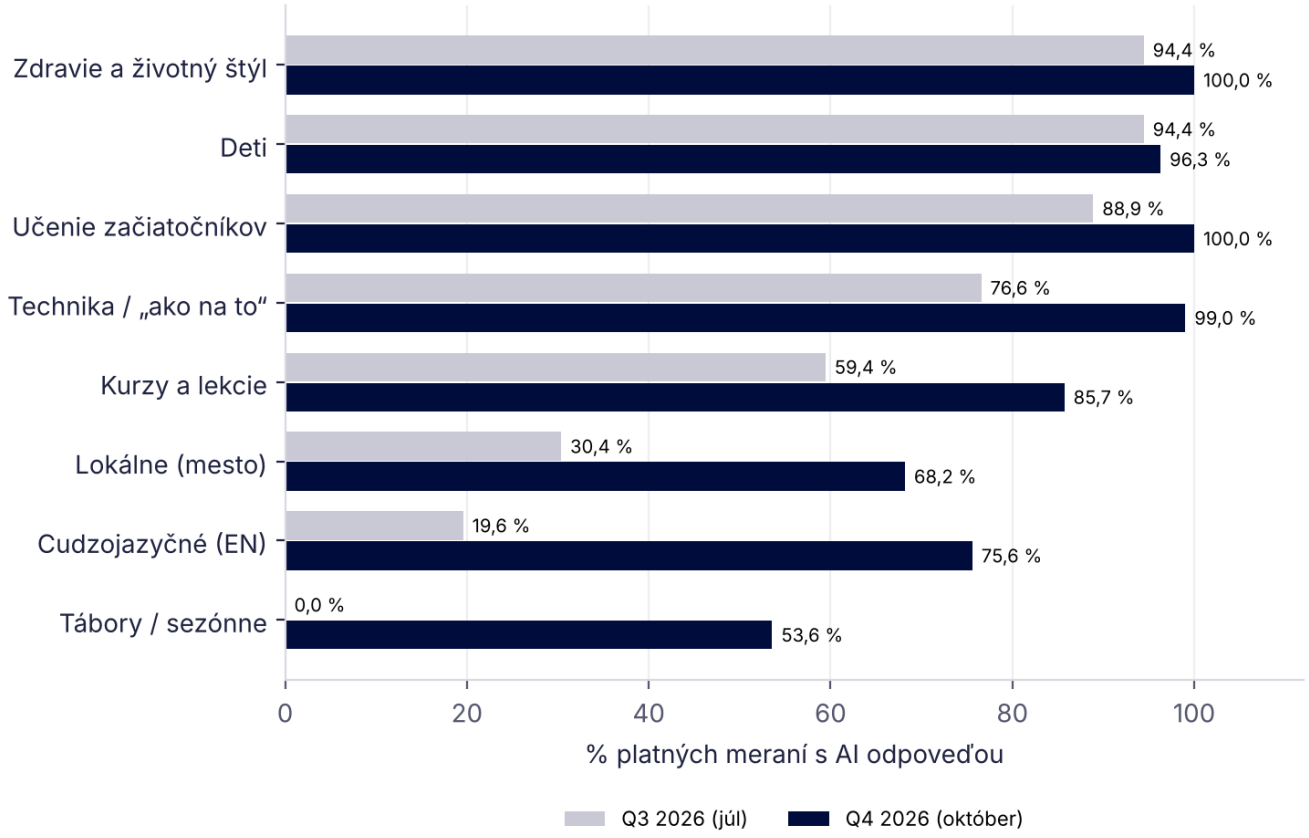
Toto je meranie jedného trhu počas 7 dní. Presné percentá platia pre túto vzorku a nemajú sa čítať ako univerzálne konštanty. Univerzálne sú vzory a mechanizmy (závislosť od zámeru, koncentrácia citácií, volatilita). Merané bolo s formuláciami tak, ako by ich napísal reálny zákazník, vrátane preklepov a chýbajúcej diakritiky. 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 850 z 1 009 meraní (84,2 %; v Q3 54,4 %). Toto číslo je samo osebe zavádzajúce: vzniká spriemerovaním ôsmich odlišných zámerov. Práve rozptyl medzi nimi je poznatok.




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

## Kompletné dáta podľa zámeru

| Zámer | Dopytov | Meraní Q4 | Aktivácia Q3 | Aktivácia Q4 |
|---|---|---|---|---|
| Zdravie a životný štýl | 3 | 126 | 94,4 % | 100,0 % |
| Učenie začiatočníkov | 1 | 42 | 88,9 % | 100,0 % |
| Technika / „ako na to“ | 5 | 206 | 76,6 % | 99,0 % |
| Deti | 2 | 81 | 94,4 % | 96,3 % |
| Kurzy a lekcie | 3 | 126 | 59,4 % | 85,7 % |
| Cudzojazyčné (EN) | 4 | 168 | 19,6 % | 75,6 % |
| Lokálne (mesto) | 5 | 176 | 30,4 % | 68,2 % |
| Tábory / sezónne | 2 | 84 | 0,0 % | 53,6 % |

NAMERANÉ

### Kľúčová zákonitosť

Čím je zámer poradenskejší, tým vyššia aktivácia AIO. Google generuje AI odpoveď najochotnejšie tam, kde má čo vysvetliť: dýchanie, technika, zdravie, učenie detí. V Q4 sa však AI odpoveď objavila častejšie aj pri zámeroch, pri ktorých sa v lete väčšinou nezobrazovala: pri anglických dopytoch v 75,6 % meraní (Q3: 19,6 %), pri lokálnych v 68,2 % (Q3: 30,4 %) a pri táboroch v 53,6 % (Q3: nikdy). Hranica mŕtvej zóny sa posúva.

HYPOTÉZA

### Praktický dôsledok pre plánovanie

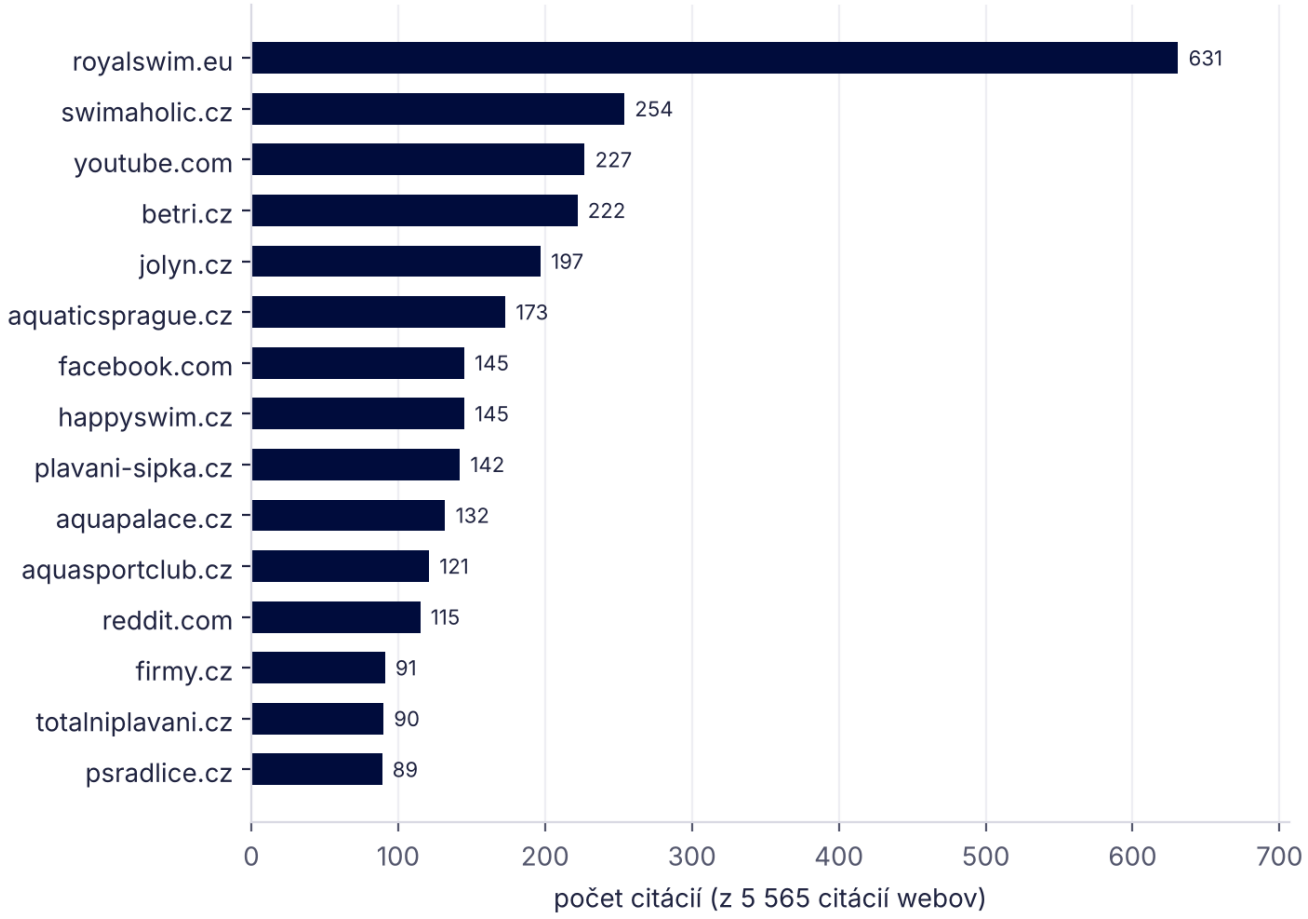
Skôr než investujete do obsahu alebo rozpočtu, zmapujte svoje dopyty do pásiem aktivácie a mapu každý kvartál obnovte. Kde AIO nežije, rozhoduje klasické SEO, PPC a katalógy. V Q4 nemal AI odpoveď pri žiadnom meraní ani jeden dopyt (Q3: 9), najnižšiu aktiváciu mal „plavecky primestsky tabor praha“ (7,1 %).

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

**V AI odpovedi je hŕstka citácií a malá skupina domén nesie veľkú časť z nich.**

NAMERANÉ

Naprieč 841 odpoveďami so zdrojmi sme zaznamenali 5 565 citácií webov z 233 rôznych domén. 10 najcitovanejších domén nesie 40,8 % všetkých citácií (Q3: 52,8 % z 2 722 citácií a 111 domén). Trh sa rozšíril: AI cituje viac rôznych webov a priestor sa delí medzi viac hráčov. Na opačnom konci je 53 domén citovaných jediný raz.




Graf 2. Počet citácií najcitovanejších domén, z 5 565 citácií webov v Q4.

## Najcitovanejšie zdroje trhu

| # | Doména | Citácií (z 5 565) | Podiel | Odpovedí so zdrojmi | Poradie Q3 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | royalswim.eu | 631 | 11,3 % | 481 (57,2 %) | 1. |
| 2 | swimaholic.cz | 254 | 4,6 % | 231 (27,5 %) | 2. |
| 3 | youtube.com | 227 | 4,1 % | 118 (14,0 %) | 3. |
| 4 | betri.cz | 222 | 4,0 % | 195 (23,2 %) | 5. |
| 5 | jolyn.cz | 197 | 3,5 % | 197 (23,4 %) | 4. |
| 6 | aquaticsprague.cz | 173 | 3,1 % | 162 (19,3 %) | 13. |
| 7 | facebook.com | 145 | 2,6 % | 112 (13,3 %) | 57. |

| # | Doména | Citácií (z 5 565) | Podiel | Odpovedí so zdrojmi | Poradie Q3 |
|---|---|---|---|---|---|
| 7 | happyswim.cz | 145 | 2,6 % | 127 (15,1 %) | 61. |
| 9 | plavani-sipka.cz | 142 | 2,6 % | 137 (16,3 %) | 10. |
| 10 | aquapalace.cz | 132 | 2,4 % | 103 (12,2 %) | 47. |
| 11 | aquasportclub.cz | 121 | 2,2 % | 109 (13,0 %) | 11. |
| 12 | reddit.com | 115 | 2,1 % | 106 (12,6 %) | 14. |
| 13 | firmy.cz | 91 | 1,6 % | 78 (9,3 %) | 43. |
| 14 | totalniplavani.cz | 90 | 1,6 % | 90 (10,7 %) | 7. |
| 15 | psradlice.cz | 89 | 1,6 % | 78 (9,3 %) | 39. |

„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.

## Akého typu sú zdroje, ktoré AI cituje

| Typ zdroja | Citácií Q4 | Podiel Q4 | Podiel Q3 |
|---|---|---|---|
| webstránka / e-shop | 4 675 | 78,6 % | 87,1 % |
| katalóg / agregátor / tipy na výlety | 298 | 5,0 % | 1,3 % |
| video / sociálna sieť / fórum | 592 | 10,0 % | 10,5 % |
| firemný profil Google | 383 | 6,4 % | 1,1 % |

Základ tvorí všetkých 5 948 citácií z 841 odpovedí so zdrojmi (weby a firemné profily Google; Q3: 2 751). Firemné profily Google opisuje kapitola 11.

## 5 Zistenie 3: každý zámer má vlastného lídra

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

NAMERANÉ

Pre každý zámer sme určili doménu, ktorá je v odpovediach so zdrojmi daného zámeru citovaná najčastejšie. Podiel lídra je podiel odpovedí so zdrojmi, v ktorých je citovaný.

| Zámer | Aktivácia Q4 | Líder Q4 | Podiel lídra | 2. a 3. miesto | Líder Q3 |
|---|---|---|---|---|---|
| Zdravie a životný štýl | 100,0 % | royalswim.eu | 81,7 % | swimaholic.cz (62,7 %), jolyn.cz (48,4 %) | royalswim.eu |
| Deti | 96,3 % | medvidkovehracky.cz | 75,6 % | royalswim.eu (74,4 %), novinky.cz (57,7 %) | medvidkovehracky.cz |
| Učenie začiatočníkov | 100,0 % | royalswim.eu | 97,6 % | zdravijakovasen.cz (95,2 %), tvojeharmony.cz (92,9 %) | royalswim.eu |
| Technika / „ako na to“ | 99,0 % | swimaholic.cz | 71,0 % | betri.cz (68,0 %), jolyn.cz (68,0 %) | swimaholic.cz |
| Kurzy a lekcie | 85,7 % | royalswim.eu | 75,9 % | plavani-sipka.cz (51,9 %), aquaticsprague.cz (39,8 %) | plavani-sipka.cz |
| Lokálne (mesto) | 68,2 % | aquasportclub.cz | 62,4 % | plavani-sipka.cz (58,1 %), royalswim.eu (48,7 %) | aquasportclub.cz |
| Cudzojazyčné (EN) | 75,6 % | aquapalace.cz | 51,6 % | happyswim.cz (46,8 %), youtube.com (31,7 %) | youtube.com |
| Tábory / sezónne | 53,6 % | svetplavani.cz | 65,9 % | aquapalace.cz (56,8 %), raftik.cz (50,0 %) | AI odpoveď sa nespúšťala |

NAMERANÉ

### Trh sa nezískava naraz, ale po zámeroch

Pri technike vedie e-shop so športovým oblečením a článkami swimaholic.cz (71,0 %) pred betri.cz a jolyn.cz. Pri deťoch vedie e-shop s hračkami medvidkovehracky.cz (75,6 %). Pri lokálnych dopytoch vedie plavecký klub aquasportclub.cz (62,4 %), pri anglických dopytoch aquapalace.cz (51,6 %; Q3: youtube.com) a pri táboroch svetplavani.cz (65,9 %). 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“.

NAMERANÉ A HYPOTÉZA

### Anglické dopyty: nová vrstva

Pri anglických dopytoch stúpla aktivácia z 19,6 % na 75,6 % a počet odpovedí so zdrojmi z 28 na 126. V lete AI pri nich citovala globálne zdroje (youtube.com, swimnow.co.uk, philaymca.org); v októbri pri „swimming lessons“, „swimming lessons prague“ a „swimming lessons for adults“ cituje anglické a iné cudzojazyčné stránky pražských bazénov a plaveckých škôl, najmä stránky kurzov (aquapalace.cz, happyswim.cz, praguesharks.com), katalóg en.firmy.cz a firemné profily Google. Kto chce byť citovaný pri anglických dopytoch, potrebuje anglickú stránku kurzu, nie len český 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 25 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) | 66,7 % | 100,0 % | 33,3 b. | 84,2 % |
| Aktivácia AIO, Q3 (36 meraní) | 40,0 % | 64,0 % | 24,0 b. | 54,4 % |




Graf 3. Aktivácia AIO v každom zo 42 meraní Q4 (len platné merania). Prerušovaná čiara je výsledok za celé obdobie. 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 | 9 | 0 |
| Aktivácia kolísala medzi meraniami | 16 | 13 |
| AI odpoveď sa zobrazila pri každom platnom meraní | 0 | 12 |

NAMERANÉ

### 12 dopytov malo AI odpoveď pri každom platnom meraní

V Q4: „jak dýchat při plavání prsou“, „jak naučit dítě plavat“, „jak se naučit plavat kraul“, „jak se naučit plavat v dospělosti“, „jak správně dýchat při plavání“, „jak správně plavat prsa“, „jak často chodit plavat“, „kurz plavání pro dospělé neplavce“, „plavani v tehotenstvi“, „plavecky primestsky tabor“, „swimming techniques for beginners“, „vliv plavání na postavu“. V Q3 nemal AI odpoveď pri každom meraní ani jeden dopyt. Zvyšných 13 dopytov kolísalo. Viditeľnosť v AIO nie je stav, ktorý si udržíte, ale pravdepodobnosť, ktorú si zvyšujete.

## Prvé miesto: pri „ako“ stabilnejšie, pri „kde“ sa stále mení

| Dopyt | Zámer | Zmien 1. miesta | Najčastejší na 1. mieste |
|---|---|---|---|
| plavani v tehotenstvi | Zdravie a životný štýl | 1 z 41 (2 %) | belenka.cz (67 %) |
| jak správně dýchat při plavání | Technika / „ako na to“ | 3 z 41 (7 %) | swimaholic.cz (69 %) |
| jak správně plavat prsa | Technika / „ako na to“ | 4 z 39 (10 %) | swimaholic.cz (95 %) |
| jak se naučit plavat v dospělosti | Učenie začiatočníkov | 10 z 41 (24 %) | royalswim.eu (81 %) |
| jak se naučit plavat kraul | Technika / „ako na to“ | 31 z 40 (78 %) | swimaholic.cz (49 %) |
| kurzy plavání pro dospělé | Kurzy a lekcie | 19 z 24 (79 %) | royalswim.eu (28 %) |
| doporuc plavecký trénink pro začátečníky | Technika / „ako na to“ | 28 z 34 (82 %) | arenashop.cz (29 %) |
| Najlepšie kurzy plávania v Prahe | Lokálne (mesto) | 15 z 18 (83 %) | trenerplavanipraha.cz (26 %) |
| Kde dať dieťa na plávanie v Prahe | Lokálne (mesto) | 20 z 23 (87 %) | juklik.cz (38 %) |

Zmien 1. miesta = koľkokrát sa medzi dvoma po sebe idúcimi odpoveďami s citovaným webom zmenil prvý citovaný web (firemné profily Google nemajú doménu, preto v tomto porovnaní nie sú). Zobrazené 4 najstabilnejšie a 5 najnestabilnejších dopytov s aspoň 11 odpoveďami. Priemerná miera zmien: informačné zámery 44 %, kurzy, lokálne dopyty a tábory 71 %.

# 7 Zistenie 5: formulácia a jazyk rozhodujú 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) |
|---|---|---|---|
| „plavecky primestsky tabor“ | 0,0 % → 100,0 % | „plavecky primestsky tabor praha“ | 0,0 % → 7,1 % |
| „kurzy plavání pro dospělé“ | 0,0 % → 59,5 % | „lekce plavání pro dospělé“ | 85,7 % → 97,6 % |
| „Kurzy plávania pre dospelých Praha“ | 0,0 % → 48,7 % | „Plavecké kurzy pre dospelých začiatočníkov Praha“ | 85,3 % → 97,1 % |
| „Najlepšie kurzy plávania v Prahe“ | 0,0 % → 51,4 % | „Kde dať dieťa na plávanie v Prahe“ | 71,0 % → 97,0 % |
| „swimming lessons for adults“ | 0,0 % → 59,5 % | „swimming techniques for beginners“ | 77,8 % → 100,0 % |

NAMERANÉ A HYPOTÉZA

### Jedno slovo, iný výsledok

„plavecky primestsky tabor“ mal v Q4 AI odpoveď pri každom meraní, ten istý dopyt s doplneným „praha“ len v 7,1 % meraní. „kurzy plavání pro dospělé“ mal v Q3 nulovú aktiváciu, „lekce plavání pro dospělé“ 85,7 %; v Q4 sa rozdiel zmenšil (59,5 % proti 97,6 %). Pri otázke alebo pri presnejšom popise situácie (začiatočník, dieťa) bola v týchto pároch aktivácia vyššia než pri krátkej fráze s menom mesta. Možné vysvetlenie je, že pri krátkej fráze Google usúdi, že používateľ chce mapu a zoznam ponúk (hypotéza). Neplatí to bez výnimky a medzi kvartálmi sa formulácie správajú rôzne.

## Jazyk dopytu

| Jazyk dopytu | Dopytov | Meraní Q4 | Aktivácia Q3 | Aktivácia Q4 |
|---|---|---|---|---|
| čeština (jazyk trhu) | 16 | 665 | 70,2 % | 90,7 % |
| slovenčina | 5 | 176 | 30,4 % | 68,2 % |
| angličtina | 4 | 168 | 19,6 % | 75,6 % |

Slovenské dopyty sú zároveň lokálne (s Prahou), preto jazyk a lokalitu nemožno oddeliť.

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.

## 8 Zistenie 6: zdroj poznania a poskytovateľ sú dve rôzne roly

**Pri otázkach „ako“ a „prečo“ AI cituje iné weby než pri otázkach „kde“ a „od koho“.**

NAMERANÉ

Rozdelili sme odpovede na dve skupiny: informačné zámery (zdravie, deti, učenie začiatočníkov, technika; 446 odpovedí so zdrojmi) a poskytovateľské zámery (kurzy, lokálne dopyty, tábory; 269 odpovedí). Najcitovanejšia doména je v oboch skupinách rovnaká, od druhého miesta však majú skupiny inú zostavu webov.

| # | Informačné zámery: doména (podiel odpovedí) | Poskytovateľské zámery: doména (podiel odpovedí) |
|---|---|---|
| 1 | royalswim.eu (72,4 %) | royalswim.eu (58,7 %) |
| 2 | swimaholic.cz (51,6 %) | plavani-sipka.cz (46,1 %) |
| 3 | jolyn.cz (44,2 %) | aquasportclub.cz (39,8 %) |
| 4 | betri.cz (40,4 %) | aquaticsprague.cz (29,0 %) |
| 5 | reddit.com (23,1 %) | firmy.cz (29,0 %) |
| 6 | facebook.com (18,6 %) | psradlice.cz (29,0 %) |
| 7 | youtube.com (17,5 %) | happyswim.cz (24,2 %) |
| 8 | medvidkovehracky.cz (15,9 %) | step.zonavpohybu.cz (19,3 %) |

Podiel = % odpovedí so zdrojmi danej skupiny, v ktorých je doména citovaná aspoň raz.

NAMERANÉ A HYPOTÉZA

### Model si značku ukotví ako zdroj alebo ako miesto

Pri informačných dopytoch AI siaha po weboch s vysvetľujúcimi článkami: e-shopy so športovým oblečením a plavkami (swimaholic.cz, jolyn.cz), triatlonový e-shop s blogom (betri.cz) aj rodičovské a zdravotné portály. Pri poskytovateľských dopytoch prevládajú plavecké školy a kluby (plavani-sipka.cz, aquasportclub.cz, aquaticsprague.cz) a katalógy (firmy.cz); firemné profily Google sa objavujú hlavne pri anglických dopytoch. Rovnaký web môže byť pre AI zdrojom poznania aj miestom, kam človeka pošle, ale len ak má pre obe roly samostatný obsah: návod pre „ako“ a stránku kurzu s adresou, cenou a termínmi pre „kde“ (hypotéza).

NAMERANÉ

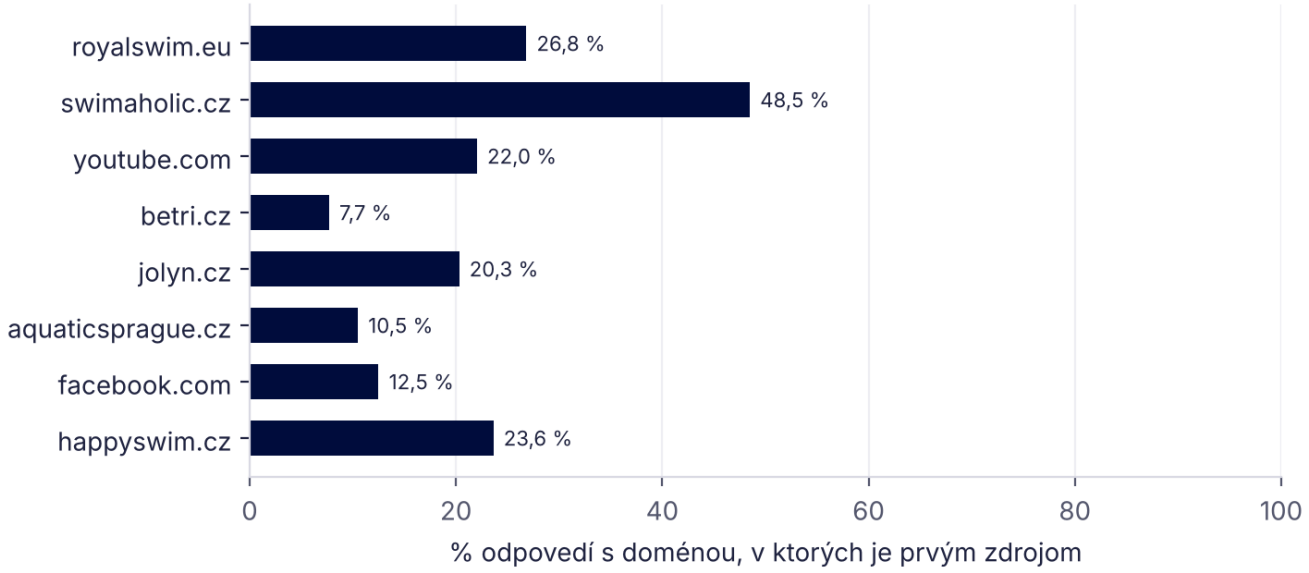
### Kto sa medzi kvartálmi presunul

Pri kurzoch a lekciách viedol v Q3 plavani-sipka.cz (91,2 % odpovedí), v Q4 je citovaný v 51,9 %. Pri anglických dopytoch je lídrom pražský bazén aquapalace.cz (51,6 %); youtube.com, ktorý viedol v Q3, je v 31,7 % odpovedí. Pri táboroch, kde v Q3 AI odpoveď nebola, vedie svetplavani.cz (65,9 %).

## 9 Zistenie 7: keď je hráč citovaný, býva to vysoko

**Rozloženie pozícií najcitovanejších domén ukazuje, ako trh odmeňuje tých, ktorí prah odpovede prekročia.**

NAMERANÉ




Graf 5. Ako často je doména prvým zdrojom odpovede, keď je citovaná (8 najcitovanejších domén, Q4).

| Doména | Odpovedí s doménou | Priemerná pozícia | Na 1. mieste | V TOP 3 |
|---|---|---|---|---|
| royalswim.eu | 481 | 3,10 | 26,8 % | 65,9 % |
| swimaholic.cz | 231 | 2,90 | 48,5 % | 67,5 % |
| youtube.com | 118 | 4,81 | 22,0 % | 42,4 % |
| betri.cz | 195 | 4,03 | 7,7 % | 33,3 % |
| jolyn.cz | 197 | 3,29 | 20,3 % | 67,0 % |
| aquaticsprague.cz | 162 | 4,06 | 10,5 % | 48,1 % |
| facebook.com | 112 | 3,78 | 12,5 % | 52,7 % |
| happyswim.cz | 127 | 3,54 | 23,6 % | 51,2 % |

Pozícia = poradie prvej citácie domény v zozname citovaných webov odpovede.

NAMERANÉ A HYPOTÉZA

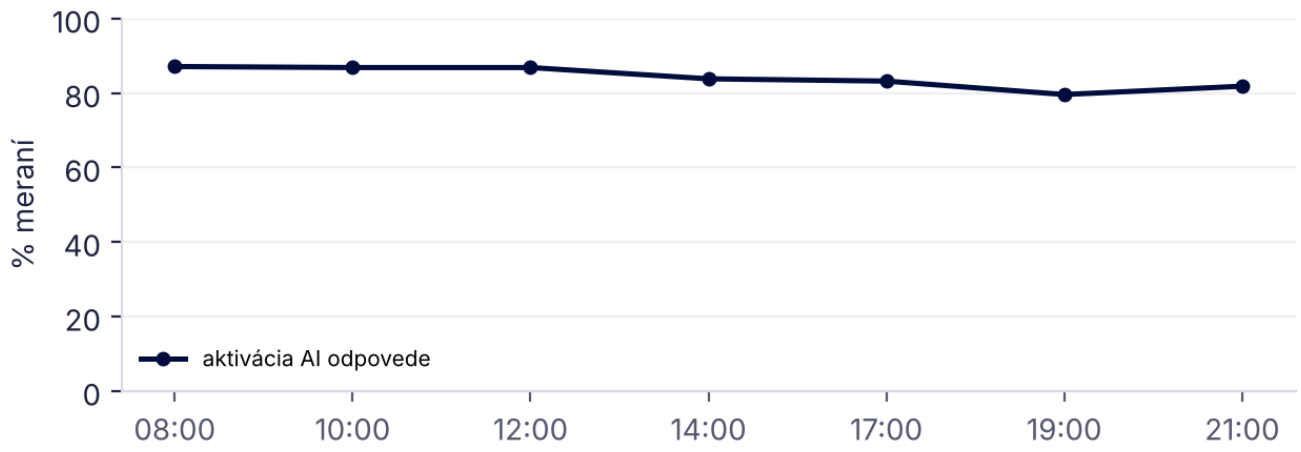
### Prah, nie rebríček

Najcitovanejšie domény sa výrazne líšia v tom, kde v zozname stoja. swimaholic.cz je prvým zdrojom v 48,5 % odpovedí, v ktorých je citovaný, a v TOP 3 v 67,5 %. betri.cz je citovaný často (195 odpovedí), no prvý len v 7,7 % z nich a jeho priemerná pozícia je 4,03. youtube.com a facebook.com AI pridáva k textovým zdrojom (priemerná pozícia 4,81 a 3,78). Rozhoduje teda zrejme nielen to, či ste v odpovedi, ale aj to, či ste zdrojom, z ktorého AI odpoveď stavia (hypotéza).

## 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 | 124 | 87,1 % |
| 10:00 | 167 | 86,8 % |
| 12:00 | 167 | 86,8 % |
| 14:00 | 142 | 83,8 % |
| 17:00 | 119 | 83,2 % |
| 19:00 | 147 | 79,6 % |
| 21:00 | 143 | 81,8 % |

NAMERANÉ

**Test hypotézy o dennom okne**

Ak by sa aktivácia počas dňa výrazne menila, videli by sme trend. Namiesto toho sa drží v pásme 79,6 % až 87,1 %, podobne úzkom ako v Q3 (49,0 % až 58,0 %, sloty s aspoň 50 meraniami). Ak plánujete rozpočet podľa dennej doby, dáta na to oporu nedávajú.

### Aktivácia podľa dňa merania

| Deň merania | Meraní | Aktivácia AIO |
|---|---|---|
| 18. 10. 2026 | 139 | 79,1 % |
| 19. 10. 2026 | 135 | 74,1 % |
| 20. 10. 2026 | 142 | 78,2 % |

| Deň merania | Meraní | Aktivácia AIO |
|---|---|---|
| 21. 10. 2026 | 175 | 75,4 % |
| 22. 10. 2026 | 75 | 96,0 % |
| 23. 10. 2026 | 172 | 95,3 % |
| 24. 10. 2026 | 171 | 94,2 % |

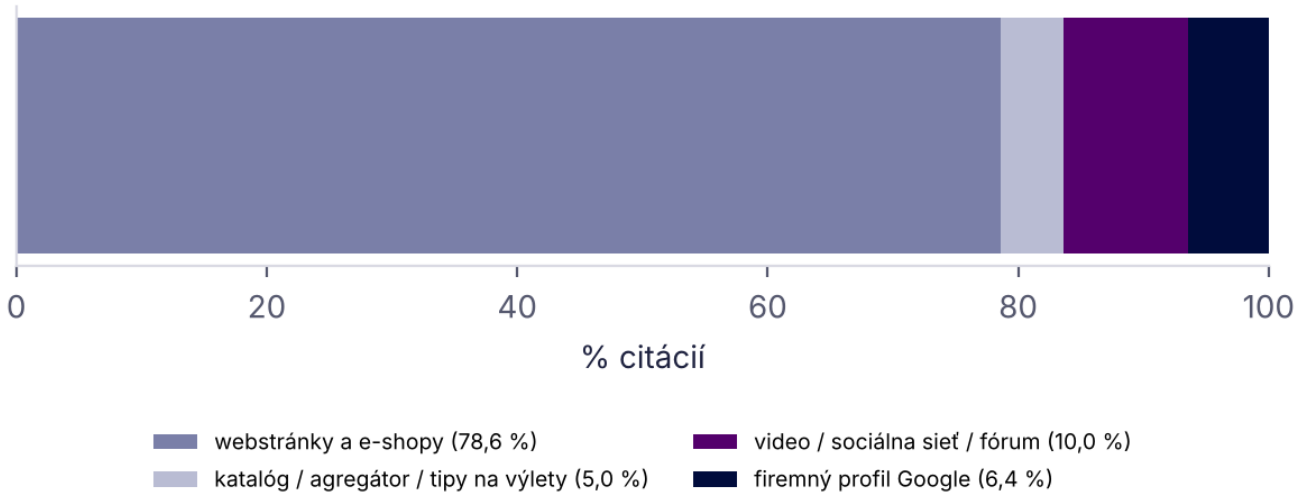
Medzi dňami sa aktivácia pohybovala v pásme 74,1 % až 96,0 %, širšom než počas dňa. Jednotlivé meranie sa od výsledku za celé obdobie (84,2 %) líšilo až o 17,6 percentuálneho bodu (najnižšie meranie 66,7 %); spoľahlivý obraz dáva až súhrn viacerých dní.

Pozn.: 22. 10. obsahuje len ranné merania (8:00 až 12:00), niektoré behy v ostatných dňoch vypadli technicky (príloha A2).

## 11 Zistenie 9: firemné profily Google, katalógy a video

**Citačný blok nie je len o weboch. Pri anglických, lokálnych a táborových dopytoch AI cituje aj firemné profily Google, pri lokálnych katalógy a pri technike video.**

NAMERANÉ




Graf 7. Zloženie citácií podľa typu zdroja, Q4 (5 948 citácií).

### Firemné profily Google

Firemný profil Google sa objavil ako zdroj v 81 z 841 odpovedí so zdrojmi (9,6 %), spolu 383-krát z 39 rôznych profilov. Keď sa objaví, býva vysoko: 148 z 383 citácií profilov je na 1. až 3. mieste zoznamu zdrojov a v 47 odpovediach je profil úplne prvým zdrojom. Profily sa objavujú takmer výlučne pri anglických (54 odpovedí), lokálnych (20) a táborových (6) dopytoch. Medzi zdrojmi boli aj v Q3 (29 citácií v 4 odpovediach), Q3 štúdia ich však nezapočítala.

| Firma (podľa profilu Google) | Citácií profilu Q4 | Odpovedí |
|---|---|---|
| Shut up and swim (2 profily) | 68 | 62 |
| V Aquatics Swimming Academy (2 profily) | 60 | 50 |
| Happy Swim® Plavecká škola | 57 | 57 |
| ZŠ Plavání | 29 | 29 |
| Swimming Club RAFTÍK - swimming babies and children | 19 | 19 |
| ZŠ PRO DĚTI | 16 | 16 |
| T.J. Sokol Praha Královské Vinohrady (2 profily) | 15 | 13 |
| ROYAL swimming club CZ | 12 | 12 |
| Sportcentrum YMCA | 11 | 11 |
| Atlantis Swimming Prague | 9 | 9 |
| Baby Club Juklík | 8 | 8 |
| Babypool | 7 | 7 |

| Firma (podľa profilu Google) | Citácií profilu Q4 | Odpovedí |
|---|---|---|
| Sports Center Olšanka | 7 | 7 |
| Team Freestylers | 7 | 7 |
| Form Factory Vršovická | 6 | 6 |
| Spa AXA | 6 | 6 |
| Waters' Sports School | 6 | 6 |
| Swimming stadium SK Slavia Praha | 5 | 5 |
| Balance Swim | 4 | 4 |
| Baby club Terezka | 3 | 3 |
| Osobní trenér plavání - Mgr. Lukáš Semčišák | 3 | 3 |
| Plaveckytrener s.r.o. | 3 | 3 |
| Špunti ve vodě | 3 | 3 |
| ďalších 13 firiem (po 1 až 2 citácie) | 19 | – |

## Pri ktorých dopytoch sa profily objavujú

| Dopyt | Odpovedí s profilom | Odpovedí so zdrojmi |
|---|---|---|
| swimming lessons | 27 | 27 |
| swimming lessons for adults | 25 | 25 |
| Najlepšie kurzy plávania v Prahe | 8 | 19 |
| plavecky primestsky tabor | 6 | 42 |
| Kde dať dieťa na plávanie v Prahe | 6 | 29 |
| Najlepšie kurzy plávania pre deti v Prahe | 3 | 17 |
| Plavecké kurzy pre dospelých začiatočníkov Praha | 3 | 33 |
| swimming lessons prague | 2 | 32 |
| kurz plavání pro dospělé neplavce | 1 | 42 |

## Katalógy, agregátory a video

Katalógy a tipy na výlety (firmy.cz, kudyznudy.cz, en.firmy.cz, activityclub.cz, slevomat.cz, m.yelp.com, idatabaze.cz, overenorodici.cz, praguest.com, primoloco.cz, regiontourist.cz, yelp.com; v Q3 aj naprahuprahy.cz, aroundprague.cz, kidvoyage.com, mapy.com) tvoria 298 citácií (5,0 %; Q3: 1,3 %). Pri lokálnych dopytoch obsahovalo katalóg 59,8 % odpovedí so zdrojmi (Q3: 55,6 %). Video, sociálne siete a fóra tvoria 592 citácií (10,0 %).

| Platforma | Typ | Odpovedí Q4 | Podiel Q4 | Podiel Q3 | Najčastejšie pri zámere |
|---|---|---|---|---|---|
| youtube.com | video | 118 | 14,0 % | 30,8 % | Technika / „ako na to“ |
| facebook.com | sociálna sieť | 112 | 13,3 % | 1,8 % | Technika / „ako na to“ |

| Platforma | Typ | Odpovedí Q4 | Podiel Q4 | Podiel Q3 | Najčastejšie pri zámere |
|---|---|---|---|---|---|
| reddit.com | komunitné diskusie | 106 | 12,6 % | 9,8 % | Technika / „ako na to“ |
| emimino.cz | rodičovské fórum | 65 | 7,7 % | 0,3 % | Zdravie a životný štýl |
| instagram.com | sociálna sieť | 17 | 2,0 % | 5,7 % | Lokálne (mesto) |
| modrykonik.cz | rodičovské fórum | 16 | 1,9 % | – | Deti |

Podiel = % odpovedí so zdrojmi, v ktorých je platforma citovaná aspoň raz. Typ „video / sociálna sieť / fórum“ tvoria platformy v tabuľke (v Q3 aj tiktok.com a stream.cz).

NAMERANÉ A HYPOTÉZA

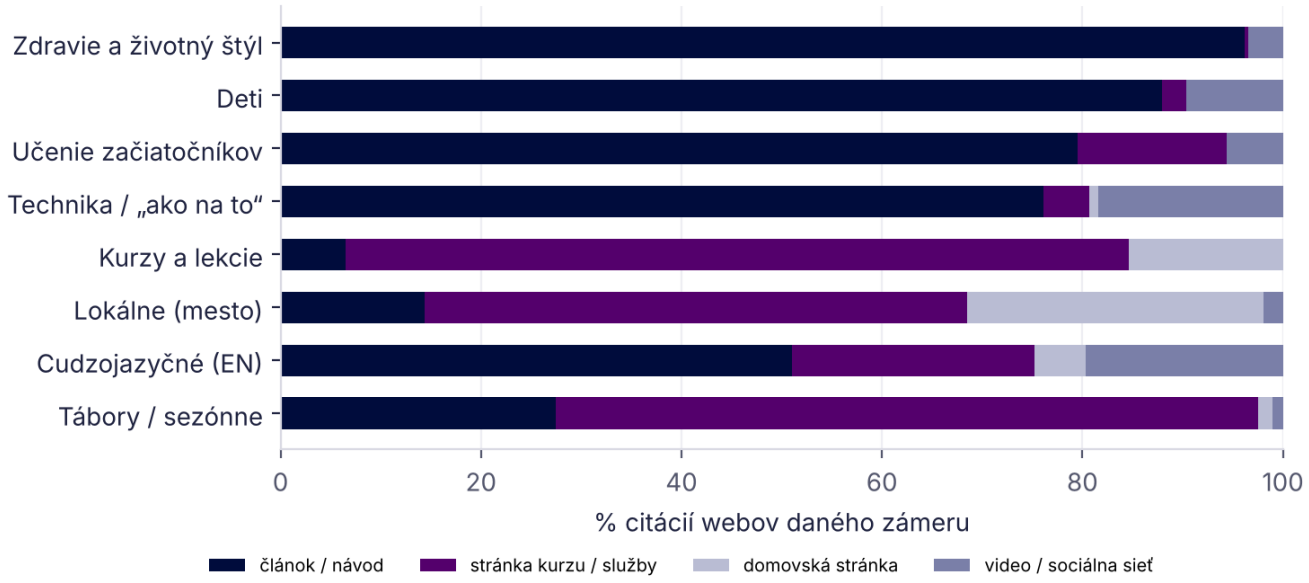
### Video a profily ako priamy vstup do citačného bloku

facebook.com stúpol z 1,8 % na 13,3 % odpovedí so zdrojmi; AI cituje najmä krátke videá plaveckých škôl s návodmi (technika, dýchanie, učenie dospelých). YouTube je citovaný v 14,0 % odpovedí (Q3: 30,8 %), reddit.com v 12,6 % a rodičovské fórum emimino.cz v 7,7 %. 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 (hypotéza).

## 12 Zistenie 10: aké stránky sa dostávajú do citácií

**Nie každá stránka webu má v AI odpovediach rovnakú šancu. Typ citovanej stránky sa mení podľa zámeru.**

NAMERANÉ




Graf 8. Typ citovanej stránky podľa zámeru dopytu (% citácií webov daného zámeru, Q4).

| Typ citovanej stránky | Citácií Q4 | Podiel |
|---|---|---|
| článok / návod | 3 186 | 57,3 % |
| stránka kurzu / služby | 1 463 | 26,3 % |
| domovská stránka | 410 | 7,4 % |
| video / sociálna sieť | 506 | 9,1 % |

Typ je určený podľa adresy stránky (napr. /kurzy, /tabor, /lekce = stránka kurzu; /blog, /jak-… = článok). Ide o orientačné zaradenie MBG.

NAMERANÉ A HYPOTÉZA

### Obsah, ktorý vysvetľuje, a stránka, ktorá predáva

Pri informačných zámeroch tvoria väčšinu citácií články a návody. Pri kurzoch, lokálnych dopytoch a táboroch je podiel stránok konkrétnych kurzov a táborov a domovských stránok plaveckých škôl výrazne vyšší. Kto chce byť citovaný pri oboch typoch otázok, potrebuje obe: článok, ktorý odpovedá na „ako“, a stránku kurzu, ktorá odpovedá na „kde, kedy, za koľko“ (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 | 123 | 123 |
| 19. 10. 2026 | 18 | 141 |
| 20. 10. 2026 | 29 | 170 |
| 21. 10. 2026 | 16 | 186 |
| 22. 10. 2026 | 11 | 197 |
| 23. 10. 2026 | 18 | 215 |
| 24. 10. 2026 | 18 | 233 |

Prvý deň je východisková hodnota: každá doména je vtedy nová. Do konca merania pribudlo ďalších 110 domén. V porovnaní s Q3: 149 z 233 domén citovaných v Q4 v júli citovaných nebolo, 27 domén z Q3 v októbri chýba a 84 sa opakuje.

| Nová doména v Q4 (v Q3 necitovaná) | Citácií Q4 |
|---|---|
| en.firmy.cz | 81 |
| svetplavani.cz | 40 |
| cs.wikipedia.org | 38 |
| vodajeradost.cz | 37 |
| lachmanek.cz | 37 |
| praguesharks.com | 29 |
| zsprodeti.cz | 29 |
| hvswim.com | 23 |
| analysisswim.com | 23 |
| bazenradotin.cz | 22 |
| orkaplavani.cz | 22 |

**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 25 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. Q3 hodnoty sú prepočítané jednotne s Q4 (príloha A2).

| Ukazovateľ | Q3 2026 | Q4 2026 |
|---|---|---|
| Platné merania / behy | 879 / 36 | 1 009 / 42 |
| Aktivácia AIO | 54,4 % | 84,2 % |
| Odpovedí so zdrojmi | 389 | 841 |
| Webov na odpoveď (priemer) | 7,0 | 6,6 |
| Domén v citáciách (bez www.) | 111 | 233 |
| Podiel 10 najcitovanejších domén | 52,8 % | 40,8 % |
| Dopyty bez AI odpovede / vždy s AI odpoveďou | 9 / 0 | 0 / 12 |
| Odpovedí s firemným profilom Google | 4 | 81 |

## Dopyty s najväčšou zmenou aktivácie

| Dopyt | Zámer | Aktivácia Q3 | Aktivácia Q4 | Zmena |
|---|---|---|---|---|
| plavecky primestsky tabor | Tábory / sezónne | 0,0 % | 100,0 % | +100,0 b. |
| swimming lessons prague | Cudzojazyčné (EN) | 0,0 % | 78,6 % | +78,6 b. |
| jak správně plavat prsa | Technika / „ako na to“ | 22,9 % | 100,0 % | +77,1 b. |
| swimming lessons | Cudzojazyčné (EN) | 0,0 % | 64,3 % | +64,3 b. |
| kurzy plavání pro dospělé | Kurzy a lekcie | 0,0 % | 59,5 % | +59,5 b. |
| swimming lessons for adults | Cudzojazyčné (EN) | 0,0 % | 59,5 % | +59,5 b. |
| Najlepšie kurzy plávania pre deti v Prahe | Lokálne (mesto) | 0,0 % | 51,5 % | +51,5 b. |
| Najlepšie kurzy plávania v Prahe | Lokálne (mesto) | 0,0 % | 51,4 % | +51,4 b. |

Prvých osem riadkov sú dopyty s najväčším nárastom; žiadny dopyt nemal pokles aktivácie. 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 |
|---|---|---|---|---|
| royalswim.eu | 1. | 1. | 78,9 % | 57,2 % |
| swimaholic.cz | 2. | 2. | 48,6 % | 27,5 % |
| youtube.com | 3. | 3. | 30,8 % | 14,0 % |

| Doména | Poradie Q3 | Poradie Q4 | Podiel odpovedí so zdrojmi Q3 | Podiel Q4 |
|---|---|---|---|---|
| betri.cz | 5. | 4. | 23,7 % | 23,2 % |
| jolyn.cz | 4. | 5. | 37,0 % | 23,4 % |
| aquaticsprague.cz | 13. | 6. | 10,5 % | 19,3 % |
| facebook.com | 57. | 7. | 1,8 % | 13,3 % |
| happyswim.cz | 61. | 7. | 1,5 % | 15,1 % |
| plavani-sipka.cz | 10. | 9. | 11,1 % | 16,3 % |
| aquapalace.cz | 47. | 10. | 3,6 % | 12,2 % |

Domény s rovnakým počtom citácií majú rovnaké poradie; zobrazené sú všetky domény do 10. miesta vrátane remíz. Najväčší nárast v rebríčku medzi 15 najcitovanejšími: happyswim.cz (61. → 7.), facebook.com (57. → 7.), aquapalace.cz (47. → 10.).

## 15 Praktické závery: ako sa na trhu v AIO vyhráva

**Osem prenositeľných princípov, ktoré vyplývajú z 1 888 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 9 na 0.

**2 Merajte pravdepodobnosť, nie stav**
Jedno meranie by v Q4 vykázalo aktiváciu od 66,7 % do 100,0 %. Sledujte, v koľkých percentách opakovaných meraní ste citovaní a na akej priemernej pozícii.

**3 Merajte formulácie, nie témy**
Dopyty, ktoré sa líšia jedným slovom („tabor“ a „tabor praha“), majú úplne odlišnú aktiváciu. Vytvorte si zoznam reálnych viet, ktorými sa zákazníci pýtajú, aj v jazykoch, ktorými hovoria vaši klienti.

**4 Bráňte si vrstvu „ako sa to robí“**
Pozícia v informačných dopytoch nie je trvalá. Medzi Q3 a Q4 sa pri technike a zdraví rozšírila zostava citovaných webov (technika 26 → 39 domén, zdravie 24 → 57). Návody treba aktualizovať a rozširovať o otázky, na ktoré AI odpovedá.

**5 Premostite autoritu do prihlášky**
Pri kurzoch, lokálnych dopytoch a táboroch tvoria stránky konkrétnych kurzov a táborov 65,0 % citácií webov. Každý kurz potrebuje vlastnú stránku, ktorá pomenuje, pre koho je, kde a kedy prebieha.

**6 Spravujte firemný profil Google a katalógy**
Pri anglických a lokálnych dopytoch sú firemné profily Google často medzi prvými zdrojmi a katalógy (firmy.cz, en.firmy.cz, kudyznudy.cz a ďalšie) sú v 59,8 % lokálnych odpovedí so zdrojmi. Úplný profil a záznam v katalógoch sú samostatná cesta do odpovede.

**7 Video je vstupenka pri témach „ukáž mi to“**
Pri technike a dýchaní AIO cituje YouTube aj krátke videá plaveckých škôl na Facebooku. Presný vyhľadávací dopyt dajte do názvu aj do popisu videa.

**8 Nezabudnite na anglicky hovoriacich klientov**
Pri anglických dopytoch AI cituje anglické a iné cudzojazyčné stránky pražských bazénov a plaveckých škôl, najmä stránky kurzov. Bez stránky v jazyku dopytu je šanca na citáciu malá.

### Ako to previesť do praxe

| Kedy | Fáza | Čo urobiť |
|---|---|---|
| Týždeň 1–2 | Zmerajte poriadne | Zoznam reálnych formulácií zákazníkov (aj v angličtine), 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 technike a dýchaní. |
| Mesiac 2–4 | Premostite do prihlášky | Stránky jednotlivých kurzov a táborov s miestom, termínom a cenou, anglická verzia, firemný profil Google, profily v katalógoch, ktoré AI cituje. |

| Kedy | Fáza | Čo urobiť |
| --- | --- | --- |
| 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 prihlášok cez stránky kurzov 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 ľudia prihlasujú?

### 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 25 dopytov naprieč platnými meraniami

| Dopyt | Zámer | Aktivácia Q3 | Aktivácia Q4 | Najcitovanejší zdroj Q4 |
|---|---|---|---|---|
| plavani v tehotenstvi | Zdravie a životný štýl | 97,2 % | 100,0 % | belenka.cz a ďalšie 4 domény (100 %) |
| jak naučit dítě plavat | Deti | 97,2 % | 100,0 % | medvidkovehracky.cz (88 %) |
| jak často chodit plavat | Zdravie a životný štýl | 94,4 % | 100,0 % | royalswim.eu (95 %) |
| vliv plavání na postavu | Zdravie a životný štýl | 91,7 % | 100,0 % | martessport.cz (98 %) |
| jak dýchat při plavání prsou | Technika / „ako na to“ | 91,7 % | 100,0 % | jolyn.cz (76 %) |
| kurz plavání pro dospělé neplavce | Kurzy a lekcie | 91,7 % | 100,0 % | royalswim.eu (86 %) |
| jak se naučit plavat v dospělosti | Učenie začiatočníkov | 88,9 % | 100,0 % | royalswim.eu (98 %) |
| jak se naučit plavat kraul | Technika / „ako na to“ | 88,9 % | 100,0 % | betri.cz (90 %) |
| jak správně dýchat při plavání | Technika / „ako na to“ | 86,1 % | 100,0 % | betri.cz (100 %) |
| swimming techniques for beginners | Cudzojazyčné (EN) | 77,8 % | 100,0 % | youtube.com (93 %) |
| jak správně plavat prsa | Technika / „ako na to“ | 22,9 % | 100,0 % | jolyn.cz (100 %) |
| plavecky primestsky tabor | Tábory / sezónne | 0,0 % | 100,0 % | svetplavani.cz (69 %) |
| lekce plavání pro dospělé | Kurzy a lekcie | 85,7 % | 97,6 % | aquaticsprague.cz (85 %) |
| Plavecké kurzy pre dospelých začiatočníkov Praha | Lokálne (mesto) | 85,3 % | 97,1 % | plavani-sipka.cz (100 %) |
| Kde dať dieťa na plávanie v Prahe | Lokálne (mesto) | 71,0 % | 97,0 % | juklik.cz (66 %) |
| doporuc plavecký trénink pro začátečníky | Technika / „ako na to“ | 93,8 % | 94,7 % | betri.cz (71 %) |
| jak naucit starsi dite plavat | Deti | 91,7 % | 92,3 % | royalswim.eu (67 %) |
| swimming lessons prague | Cudzojazyčné (EN) | 0,0 % | 78,6 % | aquapalace.cz (100 %) |
| swimming lessons | Cudzojazyčné (EN) | 0,0 % | 64,3 % | happyswim.cz (59 %) |
| kurzy plavání pro dospělé | Kurzy a lekcie | 0,0 % | 59,5 % | royalswim.eu (80 %) |
| swimming lessons for adults | Cudzojazyčné (EN) | 0,0 % | 59,5 % | praguesharks.com (100 %) |

| Dopyt | Zámer | Aktivácia Q3 | Aktivácia Q4 | Najcitovanejší zdroj Q4 |
|---|---|---|---|---|
| Najlepšie kurzy plávania pre deti v Prahe | Lokálne (mesto) | 0,0 % | 51,5 % | amalka.info a ďalšie 2 domény (82 %) |
| Najlepšie kurzy plávania v Prahe | Lokálne (mesto) | 0,0 % | 51,4 % | plavani-sipka.cz (84 %) |
| Kurzy plávania pre dospelých Praha | Lokálne (mesto) | 0,0 % | 48,7 % | plavani-sipka.cz (84 %) |
| plavecky primestsky tabor praha | Tábory / sezónne | 0,0 % | 7,1 % | aquaticsprague.cz a ďalšie 3 domény (100 %) |

Najcitovanejší zdroj = doména citovaná v najväčšom podiele odpovedí so zdrojmi daného dopytu (Q4). Pri remíze je uvedená prvá v abecednom poradí a počet ďalších s rovnakým podielom.

## A2 · Metodologické poznámky

- Zdroj dát: vlastné opakované meranie AIO 18.–24. 10. 2026 (42 behov: 18. a 20. 10. bez behu o 8:00, 19. 10. bez behu o 17:00, 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 (plavecké kurzy a výučba plávania, Praha), 25 dopytov, 1 050 meraní, z toho 1 009 platných. Žiadny dopyt neobsahuje názov značky, preto sa z výpočtov nič nevynecháva.
- Očistenie dát: dáta boli očistené o 41 meraní, pri ktorých zlyhal zber dát (poskytovateľ API vrátil chybu a meranie sa nedalo vyhodnotiť: 33 meraní zo zoznamu chybných meraní 18.–20. 10. zapísaných ako „bez AI odpovede“, 8 meraní s chybou aj po 3 pokusoch). Tieto merania nie sú započítané ako merania bez AI Overview. Štúdia pracuje s 1 009 platnými meraniami.
- Zdroje: októbrové zdroje sú obnovené z textu AI odpovede (všetky citácie v poradí, plus zdroje z bočného panela, rovnaká URL len raz). Domény sú počítané podľa hostiteľa bez „www.“. URL bez parametrov a fragmentov, pri YouTube s identifikátorom videa.
- Firemné profily Google: 383 citácií z 39 profilov; ID profilu dekódované z odkazu, meno overené na profile v Google 4. 11. 2026; rovnaká firma s viacerými profilmi (pobočky) je zlúčená. Nie sú v rebríčku domén. 23 ďalších odkazov na Google (presmerovania) je vyčlenených zvlášť.
- Základ pre doménové podiely: 841 aktívnych odpovedí so zoznamom zdrojov (z 850 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 (879 platných meraní, 36 behov, 21 vylúčených pre AIO = nie bez screenshotu). 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. Q3 citácie sú prepočítané jednotne s Q4: každá citovaná URL v odpovedi raz, domény podľa hostiteľa bez „www.“, odkazy na Google vylúčené. Q3 štúdia rátala jednu citáciu za doménu v odpovedi (2 454 citácií, 10 najcitovanejších domén 48,6 %) a započítala jeden odkaz google.com/goto ako doménu a odpoveď so zdrojmi (112 domén, 390 odpovedí). Prepočítané Q3: 2 722 citácií webov, 111 domén, 389 odpovedí so zdrojmi, 10 najcitovanejších domén 52,8 %. Firemné profily Google Q3 štúdia nezapočítala (29 citácií); Q3 štúdiu neupravujeme.

## A3 · Slovník pojmov

| Pojem | Význam |
|---|---|
| AIO (AI Overview) | Vygenerovaná odpoveď Google nad klasickými výsledkami, syntetizovaná z menovite citovaných zdrojov. |
| 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 so zdrojmi, 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 (prihlásenie na kurz). |
| 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.