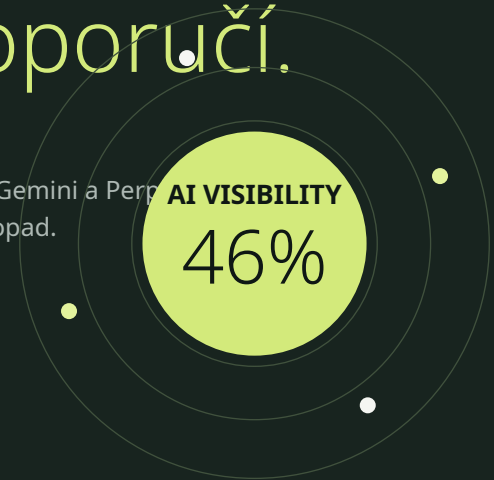


AI vás zná. Otázka je, jestli vás doporučí.

Audit ukazuje, jak se značka objevuje v odpovědích ChatGPT, Google AI, Gemini a Perplexity. Zjistíte, kdo získává doporučení místo ní a které změny mají největší obchodní dopad.



46 %

AI VISIBILITY

Podíl relevantních odpovědí, kde se značka objevila.

18 %

SHARE OF VOICE

Podíl zmínek proti hlavním konkurentům.

31 %

MONEY PROMPT COVERAGE

Viditelnost u dotazů blízko rozhodnutí a nákupu.

8 %

NEJVĚTŠÍ MEZERA

Gemini je platforma s nejslabší viditelností.

80/20 ZÁVĚR

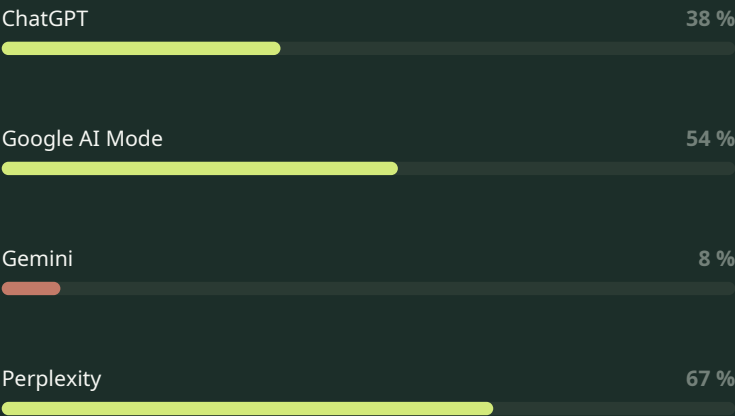
AI vás zná. Nedoporučuje vás ale tam, kde se rozhoduje.

Největší příležitost není ve výrobě desítek nových článků. První krok je posílit rozhodovací témata, citované zdroje a několik existujících stránek s největším potenciálem.

Kde vás AI skutečně vidí.

Měříme přítomnost značky napříč hlavními AI odpověďmi. Samotná zmínka nestačí: sledujeme také doporučení, citace a relativní sílu proti konkurenci.

VIDITELNOST PODLE PLATFORMY



67 %

NEJLEPŠÍ PLATFORMA

Perplexity používá značku nejčastěji.

8 %

KRITICKÁ MEZERA

Gemini značku téměř nepoužívá.

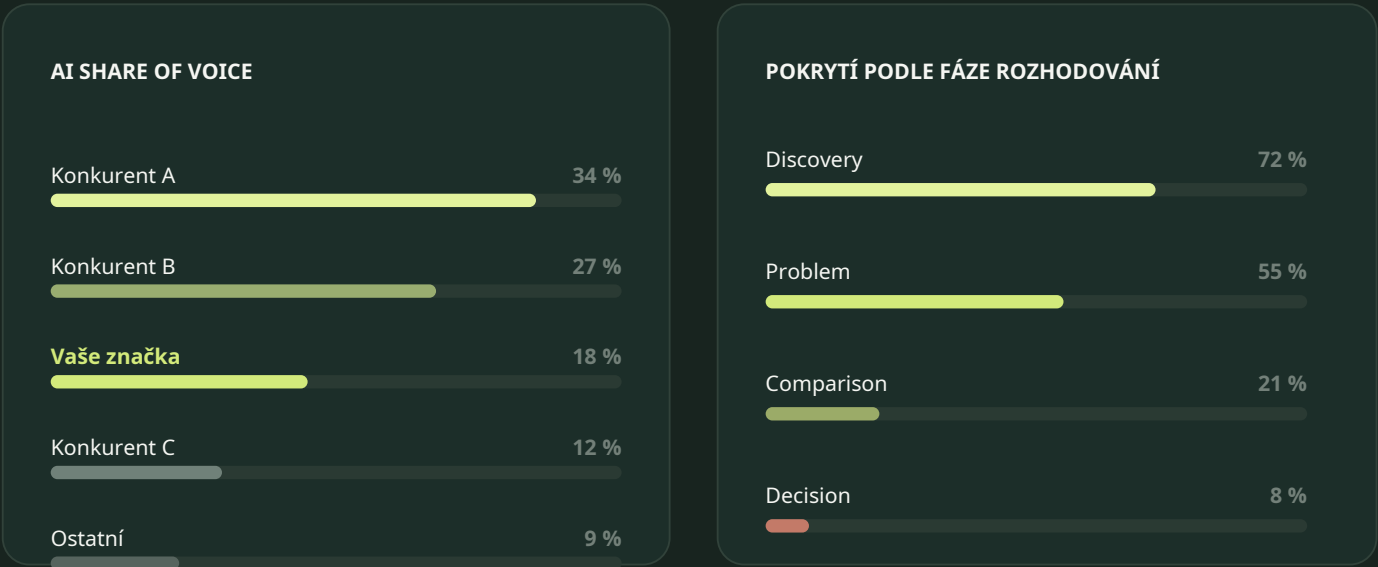
PLATFORMA	VISIBILITY	CITACE	AI SOV	TREND
ChatGPT	38 %	5 URL	16 %	+
Google AI Mode	54 %	8 URL	24 %	+
Gemini	8 %	1 URL	4 %	-
Perplexity	67 %	11 URL	29 %	+

CO TO ZNAMENÁ

Viditelnost není rovnoměrná. Nejrychlejší posun očekáváme tam, kde už značka má základní autoritu, ale AI zatím necituje správné URL nebo ji nezařazuje mezi doporučené možnosti.

Kdo bere odpovědi místo vás.

Porovnáváme stejné prompty napříč značkami. Důležitější než celkový počet zmínek je viditelnost u dotazů, které předcházejí výběru dodavatele.



PROMPT	VY	KONK. A	KONK. B	PRIORITA
nejlepší B2B marketingová agentura				HIGH
SEO agentura Praha doporučení				HIGH
GEO optimalizace webu				MED
jak dostat firmu do ChatGPT				MED
AI SEO agentura				HIGH

NEJVĚTŠÍ PROBLÉM

AI vás zná u obecných témat, ale u rozhodovacích dotazů téměř mizíte. To je přesně místo, kde má optimalizace největší obchodní hodnotu.

Odkud AI bere odpověď místo vás.

AI odpovědi stojí na zdrojích. Proto sledujeme, které domény a konkrétní URL modely citují a kde je možné získat rychlejší autoritu než tvorbou dalšího obecného článku.

NEJČASTĚJI CITOVANÉ DOMÉNY

konkurent-a.cz	18
odbornyportal.cz	14
linkedin.com	11
reddit.com	9
vasefirma.cz	3

7

CITOVANÝCH VLASTNÍCH URL

Pouze část obsahu funguje jako zdroj.

12

CITATION OPPORTUNITIES

Externí zdroje, kde má smysl získat zmínku.

CONTENT GAP / TÉMATA, KTERÁ CHYBÍ

GEO vs. SEO	HIGH	Rozhodovací obsah
Jak dostat značku do AI odpovědí	HIGH	Edukační + leadgen
AI visibility measurement	MED	Metodika / důvěryhodnost
Srovnání agentur / přístupů	HIGH	Comparison
Jak AI vybírá citované zdroje	MED	Autorita / GEO

80/20

První krok: přepracovat 8 existujících URL, vytvořit 3 decision/comparison stránky a posílit 5 externích zdrojů, které AI v tématu už používá.

Je web pro AI čitelný a důvěryhodný?

Technika sama GEO nevyhraje, ale může ho brzdit. Kontrolujeme indexaci, entity, strukturovaná data, interní propojení i to, zda je jasné, kdo obsah publikuje a proč mu věřit.

68 / 100

TECHNICKÁ PŘIPRAVENOST

Dobrý základ. Největší mezery jsou v entitách, author signálech a zastaralém obsahu.

●	Crawlability / indexace	OK
●	Canonical / duplicity	OK
●	Organization entity	UPRAVIT
●	Author entity	UPRAVIT
●	Schema markup	OK
●	Interní propojení	UPRAVIT
●	Content freshness	UPRAVIT

CO OPRAVIT JAKO PRVNÍ

01 ENTITY

Sjednotit firemní entitu, autory a klíčové experty napříč webem.

02 INTERNÍ LINKING

Propojit money pages s tématy, která AI už chápe a cituje.

03 FRESHNESS

Aktualizovat obsah, kde se mění data, nástroje nebo doporučené postupy.

04 SCHEMA

Doplnit strukturu tam, kde pomůže strojovému pochopení obsahu.

Čtyři priority. Ne čtyřicet úkolů.

Audit končí konkrétním pořadím práce. Cílem není report do šuplíku, ale seznam změn, které lze převést do obsahu, techniky a distribuce a následně znovu změřit.

01	MONEY CONTENT	3 comparison / decision stránky	Nejvyšší obchodní intent
02	EXISTING CONTENT	8 existujících URL	Rychlejší než tvorba od nuly
03	CITATIONS	5 klíčových zdrojů	Posílení důvěry a citačního footprintu

90DENNÍ ROADMAPA			
0-30 dní	31-60 dní	61-90 dní	90. den
Audit, benchmark, quick wins	Money content, entity, technické úpravy	Citation building, obsahové clustery	Re-audit a porovnání posunu

CÍL PRO RE-AUDIT							
AI VISIBILITY		SHARE OF VOICE		MONEY COVERAGE		CITOVANÉ URL	
46 %	60 %+	18 %	28 %+	31 %	50 %+	7	15 +