

Dla kogo jest ten ebook

Twój klient już nie zaczyna od Google. Coraz częściej zaczyna od pytania zadanego sztucznej inteligencji — i albo w tej odpowiedzi jesteś Ty, albo jest Twoja konkurencja.

Ten ebook powstał z jednego założenia: właściciel firmy nie ma czasu śledzić dwudziestu blogów branżowych, żeby zrozumieć, co w 2026 roku faktycznie działa w internecie. Zebraliśmy więc w jednym miejscu trzy tematy, które dziś decydują o tym, czy klient w ogóle Cię znajdzie:

- **Claude** — asystenta AI od Anthropic, który coraz częściej pracuje wewnątrz firm, automatyzując zadania administracyjne, marketingowe i obsługowe;
- **Wizytówkę Google (Profil Firmy w Google)** — wciąż najważniejszy cyfrowy „szyld” dla firm lokalnych, teraz czytany także przez AI;
- **Stronę internetową widoczną dla AI** — techniczne i treściowe fundamenty, dzięki którym ChatGPT, Gemini, Perplexity czy Claude w ogóle są w stanie polecić Twoją firmę.

To nie jest podręcznik akademicki. To zbiór konkretnych, aktualnych na lipiec 2026 roku informacji, checklist i planów działania — takich, jakie przygotowałby dla Ciebie konsultant, gdyby miał tydzień na researching najnowszych źródeł branżowych, danych rynkowych i oficjalnych materiałów Anthropic oraz Google.

JAK KORZYSTAĆ Z TEGO EBOOKA

Nie musisz czytać go od deski do deski. Części II, III i IV można czytać niezależnie od siebie — w zależności od tego, czy w tej chwili priorytetem jest wdrożenie Claude w firmie, uporządkowanie wizytówki Google, czy przygotowanie strony pod wyszukiwanie AI. Część V spina wszystko w jeden, konkretny plan na 90 dni.

Jedno zastrzeżenie na start: rynek AI zmienia się dziś szybciej niż kiedykolwiek zmieniał się SEO. Ceny, nazwy produktów i szczegóły funkcji będą się różnić za sześć miesięcy od tego, co znajdziesz na kolejnych stronach. Zasady, które tu opisujemy — jak myślą silniki AI, czego szukają w treści, jak zbudować profil zaufania — będą aktualne znacznie dłużej niż konkretne liczby.

Koniec ery niebieskich linków

Jeszcze pięć lat temu klient wpisywał frazę w Google, przeglądał dziesięć niebieskich linków i sam wybierał, co kliknąć. Dziś coraz częściej dostaje gotową odpowiedź — z listą polecanych firm — zanim w ogóle otworzy Twoją stronę.

To nie jest futurystyczna zapowiedź. To dzieje się teraz, w każdej branży, każdego dnia. Google podaje, że jego AI Overviews — podsumowania generowane przez sztuczną inteligencję, wyświetlane na górze wyników wyszukiwania — mają już ponad 1,5 miliarda użytkowników miesięcznie w ponad 200 krajach i terytoriach. Równolegle rośnie popularność samodzielnych narzędzi konwersacyjnych: ChatGPT obsługuje dziś miliardy zapytań miesięcznie, a Gemini przekroczyło setki milionów aktywnych użytkowników.

W Polsce te zmiany widać równie wyraźnie. Z danych Gemius i Mediapanelu za marzec 2026 roku wynika, że z modeli językowych korzystało już 13 milionów Polaków miesięcznie, a 9,2 miliona robiło to co najmniej raz w tygodniu — to wzrost o odpowiednio 71% i 106% rok do roku. Około 35% polskich internautów korzysta miesięcznie z ChatGPT. Niezależne badanie On Board Think Kong z kwietnia 2026 roku pokazało z kolei, że 61% Polaków w ciągu ostatnich sześciu miesięcy użyło narzędzi AI przy planowaniu lub podejmowaniu decyzji zakupowych.

13 mln

Polaków korzysta miesięcznie z modeli językowych (dane za marzec 2026, Gemius/Mediapanel)

61%

Polaków użyło AI przy decyzjach zakupowych w ostatnim półroczu (badanie OBTK, kwiecień 2026)

<20%

polskich marek B2B pojawia się w odpowiedziach ChatGPT — nawet liderzy klasycznego SEO (audyt AiVisible, ponad 120 firm)

Dlaczego to takie ważne dla właściciela firmy? Bo mechanika wyszukiwania w asystencji AI radykalnie różni się od mechaniki klasycznej wyszukiwarki. W Google możesz zająć siódmą pozycję i nadal zostać znalezionym — użytkownik przewija listę. W odpowiedzi generowanej przez AI klient dostaje zwykle od dwóch do siedmiu nazw firm w formie gotowej narracji. Jeśli Twojej firmy tam nie ma, w tamtej rozmowie po prostu nie istniejesz. Nie ma stanu pośredniego „prawie widoczny”.

Mapa ekosystemu, w którym dziś szuka klient

Narzędzie

Charakter zapytań klienta

Znaczenie dla firmy lokalnej

SEO, GEO, AEO — trzy litery, jedna gra o uwagę klienta

W ostatnim roku w marketingu przybyło skrótów szybciej, niż ktokolwiek zdążył je wytłumaczyć. Oto uczciwe, praktyczne rozróżnienie — bez żargonu.

Skrót	Co oznacza	Cel
SEO Search Engine Optimization	Optymalizacja pod klasyczne wyniki wyszukiwania Google i Bing	Wysoka pozycja na liście linków
AEO Answer Engine Optimization	Optymalizacja pod bezpośrednie odpowiedzi — fragmenty wyróżnione, „Podobne pytania”, AI Overviews	Pojawienie się w gotowej odpowiedzi na konkretne pytanie
GEO Generative Engine Optimization	Optymalizacja pod cytowanie i polecenie marki przez modele generatywne (ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity)	Bycie źródłem, z którego AI korzysta, budując odpowiedź

Termin GEO nie jest marketingowym wymysłem ostatnich miesięcy. Ukuł go w listopadzie 2023 roku zespół badaczy z Princeton, IIT Delhi, Georgia Tech i Allen Institute for AI w pracy naukowej, która trafiła później na konferencję KDD 2024. Zbudowali oni benchmark obejmujący około 10 tysięcy zapytań użytkowników i przetestowali dziewięć różnych taktyk modyfikacji treści na silniku generatywnym typu Bing Chat. Najważniejszy wniosek: odpowiednio dobrane optymalizacje potrafiły zwiększyć widoczność źródła w odpowiedziach generatywnych nawet o 40% — a skuteczne taktyki wcale nie pokrywały się z tym, czego spodziewaliby się typowi marketerzy.

Praktyczna zależność jest prosta: **GEO nie zastępuje SEO — nadbudowuje się na nim**. Modele AI w dużej mierze czerpią z tych samych indeksów, co klasyczne wyszukiwarki, korzystając z techniki zwanej RAG (retrieval-augmented generation, czyli generowanie odpowiedzi wspomagane wyszukiwaniem). Jeśli Twoja strona nie jest indeksowana, nie ma linków przychodzących i nie odpowiada trafnie na pytania użytkowników, żadna „sztuczka GEO” tego nie naprawi. Solidne SEO to bilet wstępu. GEO decyduje o tym, czy spośród setek trafnych stron to właśnie Twoja zostanie zacytowana w gotowej odpowiedzi.

SPRAWDŹ TO SAM W 5 MINUT