

GEO, czyli pozycjonowanie pod AI | Bądź widoczny w GPT, Gemini i Claude!

PODCAST ODCINEK 73 • SEO VS GEO, REKOMENDACJE W LLM I AUTORYTET MARKI

Wyczerpujący skrót odcinka na temat pozycjonowania w modelach językowych (GEO). Dowiesz się, jak chatboty takie jak ChatGPT czy Gemini wybierają marki do rekomendacji oraz jak dostosować stronę do nowych realiów.

Kluczowe Filary i Wnioski z Odcinka

1 Tradycyjne SEO a GEO

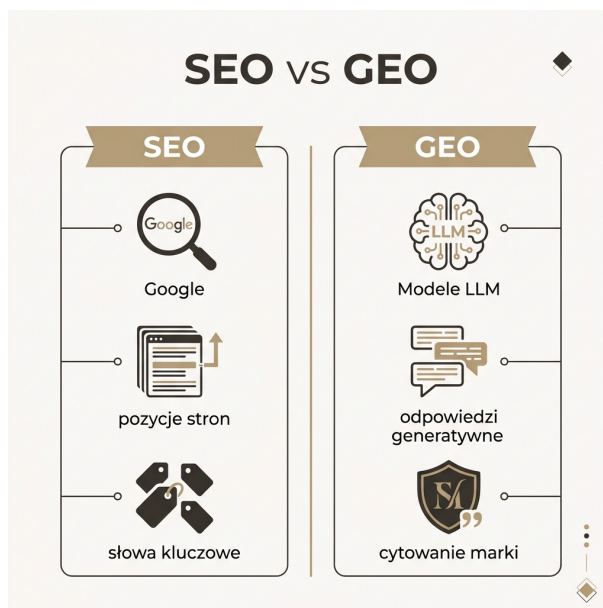
SEO skupia się na pozycjach w Google na słowa kluczowe. GEO optymalizuje stronę pod kątem modeli językowych (LLM), które tworzą własne, tekstowe odpowiedzi.

2 Budowanie widoczności marki off-site

LLM-y trenują się na danych z całej sieci. Twoja obecność na portalach branżowych, LinkedInie i w katalogach opinii zwiększa szansę, że AI wymieni Cię w odpowiedziach.

3 Wdrożenie podstrony recenzji

Sztuczna inteligencja analizuje opinie o firmie. Dedykowana podstrona ze zbiorczymi recenzjami i wdrożonym kodem Schema Review podnosi poziom zaufania marki w oczach AI.



Checklista Wdrożeniowa – Krok po Kroku

- ☐ Dostosuj frazy kluczowe pod zapytania konwersacyjne typu long-tail.
- ☐ Zadbaj o publikacje eksperckie na zewnętrznych portalach i LinkedInie.
- ☐ Stwórz podstronę z opiniami klientów i danymi strukturalnymi Schema Review.
- ☐ Upewnij się, że roboty AI (np. GPTbot) nie są zablokowane w pliku robots.txt.
- ☐ Wdróż wyczerpujące, merytoryczne i unikalne treści na stronach ofertowych.

Wskazówka od Martyny: Aby sztuczna inteligencja polecała Twój biznes, musisz być obecny w wielu miejscach w sieci. AI nie wierzy tylko Twojej stronie – krzyżuje dane i weryfikuje Twój autorytet w całym internecie!