

Drasztikus átrendeződés előtt áll a piac: lemaradhatnak azok a cégek, akik nem veszik komolyan az AI rangsorolását

A megszokott, tízes találati listák kora lassan a végéhez közeledik. [A fogyasztók 37%-a ma már nem a Google-lel indítja a keresést](#), hanem egy AI-asszisztenstől (pl. ChatGPT) kérdez, ha információra vagy ajánlásra van szüksége. Ráadásul a fiatalabb generációk esetében ez az arány még magasabb. A részletes keresésre szánt időt már csak azokra a cégekre áldozzák, amiket a mesterséges intelligencia ajánl nekik, ezzel pedig teljesen átrendeződik a piac. Ha egy vállalat digitális jelenléte nem tisztázott a nyelvi modellek számára, a potenciális ügyfelekből álló tölcser anélkül szűkül be, hogy arról a cégvezetés tudomást szerezne, míg végül a márka teljesen eltűnhet a radarról.

Az elmúlt 25 év legnagyobb átalakulása zajlik éppen az internetes keresésben: a kulcsszavas böngészést felváltotta a közvetlen kérdezés. A Google legújabb fejlesztései – köztük a háttérben futó, villámgyors Gemini modell és az önállóan kutató keresőügynökök – pedig végleg megváltoztatják a megszokott működést. A felhasználók ma már nem akarnak maguk dönteni egy találati lista alapján, hanem azonnali, összefoglalt és pontos válaszokat várnak.

Ez a fordulat a B2B szegmenst érinti a legérzékenyebben, hiszen a komplexebb és hosszabb döntési folyamatok miatt itt gyorsan kialakulhat a „sötét vásárlási tölcser” jelensége. A vásárlók és beszerzők a döntéseik előtt már az AI-tól kérnek tanácsot. A nyelvi modellek pedig egyetlen válaszban kiemelnek számukra 3-4 konkrét céget. A láthatatlan vállalatok így teljesen kimaradnak ezekből az ajánlásokból, a leendő ügyfelek pedig anélkül mennek át a konkurenciához, hogy a cég fel tudná mérni ezt a kárt.

Konszolidáció és a VIP-klub effektus

A St. Gallen-i Egyetem 2026 áprilisi kutatása – amelyet Julius Schulte és csapata végzett – rámutatott, hogy az AI-ajánló rendszerek működése kifejezetten igazságtalan képet mutat. A vizsgálatok szerint bár az AI által használt háttérforrások és weboldalak naponta akár 65 százalékban is cserélődhetnek, a konkrét cég- és márkaajánlások ennél lényegesen állandóbbak, és 45-59 százalékos stabilitást mutatnak.

Ez a működés a gyakorlatban egyfajta VIP-klub effektust hoz létre. Bizonyos piacvezető vagy jól feldolgozott szereplők folyamatosan ott vannak az AI ajánlásaiban, miközben a többi vállalat szinte teljesen láthatatlanná válik a mesterséges intelligencia számára.

„A vállalati szektor jelentős része továbbra is a klasszikus Google-helyezéseket figyeli, miközben a célcsoportjuk már nagy valószínűséggel AI-alapú döntéstámogató rendszereket használ. Az AI-modellek nem szavakat, hanem entitásokat – valós fogalmakat, szereplőket és összefüggéseket – értelmeznek. Ha egy cég adatai strukturálatlanok vagy hiányosak, a rendszerek vagy teljesen mellőzik a márkát, vagy félrevezető információkat adnak meg róla” – mutat rá Hrenkó András, a hrenko.ai alapítója.

AEO (Answer Engine Optimization): a láthatóság 4 alapköve

A generatív modellekre és keresőügynökökre való optimalizálás alapvetően eltér a hagyományos SEO-tól. Ahhoz, hogy egy márka bekerüljön az AI által generált ajánlásokba, az alábbi négy pillérre kell építkeznie:

- Entitásépítés és strukturált adatok: az AI-ügynökök pontos megértését a Schema.org jelölések (pl. termék, esemény, FAQ) biztosítják, így a robotok közvetlenül kiolvashatják a lényeges adatokat.
- Hiteles forrásstruktúra és márkaemlítések: a nyelvi modellek kiemelten támaszkodnak a mértékadó sajtóorgánumokra, szakmai jegyzékekre és iparági elemzésekre. Nem kizárólag a közvetlen hivatkozások (linkek) számítanak, hanem a tiszta márkaemlítések kontextusa és azok szakmai hitelessége.
- Válaszközpontú, adatgazdag tartalom: a semmitmondó marketingnyelvet a tréningbotok átugorják. A lényegre törő, kérdés-válasz struktúrába rendezett tények és a rendszeresen frissített szakmai anyagok élveznek elsőbbséget.
- Technikai bejárhatóság (AI-botok): a szerveroldali védelmek vagy tárhely-beállítások nem blokkolhatják az AI-szolgáltatók (pl. OpenAI, Anthropic, Perplexity) keresőrobotjait, különben az oldal láthatatlan marad.

Adataalapú kontroll: mérhetővé vált a láthatatlan AI-jelenlét

Mivel a nyelvi modellek válaszai lekérdezésről lekérdezésre változhatnak, a láthatóság pontos mérése a teljes piacon komoly kihívást jelent. Ennek a technológiai korlátnak az áthidalására született meg az [AEO Monitor](#), a hrenko.ai által fejlesztett elemzőplatform.

A szoftver a legmeghatározóbb modellekben – köztük a ChatGPT, Google Gemini, Claude, Perplexity és DeepSeek felületein – teszi fel a piac szempontjából releváns kulcskérdéseket, majd négy egzakt mutató alapján elemzi az eredményeket:

1. Említési arány: megmutatja, milyen gyakran és mennyire kiemelten javasolja a márkát az AI.
2. Ajánlási arány: kiemeli, hogy a válaszok hány százalékában szerepel a cég határozott, kiemelt javaslatként.
3. Átlagos pozíció: méri a szöveges említések és a hivatkozott linkek helyezését.
4. Domináns hangulat: automatikus elemzéssel vizsgálja, hogy pozitív, semleges vagy kritikus a kontextus.

A platform ezenfelül méri az adott kontextusban a versenytársak közötti láthatóság eloszlását, feltárja az AI-t tápláló külső forrásokat, és megmutatja, hogy az AI-robotok milyen sűrűn látogatják a weboldalt.

„Nem a rendszerek kijátszása a cél. Először pontos képet alkotunk a vállalatok AI-láthatóságáról, majd a valós szakmai teljesítményüket és hitelességüket úgy strukturáljuk, hogy azt az AI-algoritmusok könnyen értelmezhessék és ajánlhassák. Az [AEO Monitor](#) adatai segítségével a cégvezetők végre megérzések helyett pontos mérések alapján tarthatják kézben és fejleszthetik márkájuk jelenlétét” – összegezte Hrenkó András.

Sajtókapcsolat:

- Hrenkó András, ügyvezető
- Hrenko.
- andras@hrenko.hu



© Magnifik

"Az AEO Monitor adatai segítségével a cégvezetők végre megérzések helyett pontos mérések alapján tarthatják kézben és fejleszthetik márkájuk jelenlétét" – összegezte Hrenkó András

Eredeti tartalom: Hrenko Digital Agency Kft.

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/32176/drasztikus-atrendezodes-elott-all-a-piac-lemaradhatnak-azok-a-cegek-akik-nem-veszik-komolyan-az-ai-rangsorolasat/>