

Dostaneme vás na vrch vyhledávání i do odpovědí AI — a změříme, že to funguje

Draivix řídí vaši viditelnost tam, kde dnes zákazník rozhoduje: v organickém vyhledávání (Google i Bing) a nově i v odpovědích AI (AI Overviews, ChatGPT, Perplexity). A celé to měříme přesněji, než dokáže běžná agentura s Google Analytics.

Období dat: květen 2026, stav platformy k 2. 6. 2026.

■ Manažerské shrnutí

- **Viditelnost se přesunula.** Zákazník dnes rozhoduje na vrchu vyhledávání a stále častěji přímo v odpovědích AI (AI Overviews, ChatGPT). Draivix vás dostává do obojího — a běžná agentura druhou polovinu vůbec neměří.
- **Denně sledujeme 3 074 klíčových slov v 11 projektech** na Googlu i Bing (CZ/SK/DE), s daty od tří nezávislých SERP providerů s fallbackem — a počítáme Share of Voice proti jmenovité konkurenci (Nová Prsa **32,2 %**, AutoERP.cz **9,7 %**).
- **Měříme vaši viditelnost v Google AI Overviews** — jestli vás AI cituje, nebo jen konkurenci. A **citation gaps dodáváme jako hotovou obsahovou roadmapu** (AutoERP **54** dotazů, Nová Prsa **25**). Tohle Search Console ani Google Analytics neukážou.
- **Návštěvy z AI asistentů sledujeme jako samostatný kanál** a uzavíráme smyčku „vidí nás AI → přišel z toho člověk → měl hodnotu“. Reálně: Premier Clinic **1 180 návštěv z AI za jediný měsíc**, AutoERP.cz 59 (s přiřazenou hodnotou leadu).
- **A celé to měříme přesněji než kdokoli s GA4.** Matomo (self-hosted, EU) nám dává 100 % dat bez vzorkování a prahů, plné vlastnictví dat a zachytí i kanály o velikosti jednotek návštěv, které by GA4 schoval. U těchto projektů GA4 ani neběží — jedeme Matomo + Search Console + vlastní AI tracker.
- **Poctivě i o slabých místech.** Tam, kde jsme na startu (Invoico SoV 1 %, AutoERP.sk a Draivix zatím bez AI citací), to říkáme rovnou — a právě proto víme přesně, kde leží gapy, na které jdeme.
- **B2B identifikaci firemních návštěvníků** (firma podle IP + napojení na IČO/DIČ) máme jako dostupný volitelný modul pro B2B weby — upřímně uvádíme, že u zde popisovaných projektů je zatím vypnutý.

■ Proč už Google Analytics + Search Console v roce 2026 nestačí

Před pár lety byla dvojice Google Analytics a Search Console zlatým standardem. V roce 2026 už pokrývá jen část reality. Důvody jsou čtyři.

1. AI Overviews mění vyhledávání na „zero-click“. Když dnes zákazník zadá dotaz jako „co je ERP systém“ nebo „operace prsou“, často nedostane seznam deseti modrých odkazů, ale **AI Overview** — odpověď, kterou Google vygeneruje přímo na stránce s výsledky a u toho odcituje několik zdrojů. Velká část uživatelů si přečte shrnutí a na žádný odkaz už neklikne. Můžete být přitom na první pozici v klasickém vyhledávání, ale pokud vás AI Overview necituje, zákazník vás v praxi nevidí. Vznikla nová viditelnost „nad první pozicí“ — a klasické nástroje ji neměří.

2. Bing zůstává mimo radar. GA4 i GSC se točí kolem Googlu, ale část organické viditelnosti se odehrává na Bing (mj. zdroj pro některé AI nástroje). Bez samostatného sledování o ní nemáte data.

3. GA4 má slepá místa. GA4 vzorkuje data ve specifických případech — typicky v **Exploration reportech** a u rozsáhlých ad-hoc dotazů nad limitem událostí (počítá z části dat a dopočítává); standardní agregované reporty obvykle vzorkované nejsou. Vedle toho malé segmenty schovává pod „(other)“ (kardinalita) nebo je kvůli soukromí vůbec nezobrazuje (data thresholding). Návštěvy z AI asistentů (ChatGPT, Perplexity) navíc typicky padají do „direct / unassigned“, takže se ztratí. A surová data fyzicky žijí u Googlu a slouží i jemu.

4. Cookie souhlas ukrajuje data. U GA4 odmítnutý cookie banner často znamená, že návštěva není vůbec zaznamenána. Při vysokém podílu mobilní návštěvnosti — u Nová Prsa **~86 %**, kde je odklepávání banneru nejvíc nahodilé — je tato ztráta citelná.

Důležitý rámcový fakt: **u zde popisovaných projektů GA4 vůbec neběží** (stav připojení = nepřipojeno). Neporovnáváme tedy „Matomo vs. GA4 na papíře“ — popisujeme stack, který u nás reálně běží **místo** GA4: Matomo + Search Console + vlastní AI tracker.

■ Náš stack — čtyři vrstvy

Vrstva	Nástroj	Co dělá
1. SEO + GEO tracker	vlastní SEO/GEO tracker	Denní rank tracking na Googlu i Bing (CZ/SK/DE), Share of Voice v AI Overview, citation gaps, konkurenční pitch matrix, PAA a obsahová doporučení.
2. Search-side data	Google Search Console + Bing	Data přímo od vyhledávačů: dotazy, impresie, pozice, prokliky. Používáme je na to, k čemu slouží nejlíp.
3. First-party analytika	Matomo (self-hosted, EU)	Měří, co se děje na webu po příchodu návštěvníka — 100 % přesná data bez vzorkování, vlastní kanál „AI Assistants“, kompletní log návštěv, plně vlastnictví dat.
4. Propojení a alerty	orchestrace nad daty	Spojuje vstup (jsme citováni v AI?) s výstupem (chodí z AI reální lidé?), hlídá propady pozic automatickými alerty a generuje akční doporučení.

Žádná vrstva sama o sobě nedává úplný obraz. Search Console ví, co se děje ve vyhledávání, ale ne na webu. Matomo ví, co se děje na webu, ale neměří AI citace. Tracker měří AI viditelnost, ale ne reálné chování návštěvníka. Teprve dohromady tvoří uzavřenou smyčku od „vidí nás AI?“ po „přišel z toho lead?“.

■ Pilíř 1 — SEO rank tracking & konkurenční zpravodajství

Sledování pozic stavíme na **denní** frekvenci scrapů napříč celým portfoliem — aktuálně **11 aktivních projektů a 3 074 sledovaných klíčových slov**, na **Googlu i Bing**, s lokalizací **CZ / SK / DE**. To je rozdíl oproti běžnému přístupu: většina nástrojů (a stejně tak GA4 i GSC) Bing prakticky ignoruje. My ho držíme jako samostatný kanál tam, kde dává smysl (AutoCRM.cz Bing TOP10 = 29, Invoico.cz = 21, wpdistro.cz = 20).

Robustnost zajišťují **tři nezávislí SERP provideři — DataForSEO, BrightData a Serper — s fallbackem**. Když jeden vypadne nebo vrátí podezřelá data, měření pokračuje z dalšího zdroje.

Rankingové buckety jako důkaz výkonu

Pozice neukazujeme jako jedno číslo, ale jako rozložení do bucketů. To odděluje „skoro tam“ od reálné viditelnosti.

Projekt	Sledováno (Google)	TOP3	TOP10	TOP20	Bing TOP10	Pozn.
AutoERP.cz	340	63	128	152	—	silné jádro v ERP/IS
Odstranění tetování laserem	709	41	64	92	—	TOP50 = 98, neumístěno jen 6
AutoCRM.cz	92	28	47	61	29	vysoký podíl TOP3
Draivix Pump	301	24	31	34	18	široký neumístěný zbytek
Nova Prsa	1 101	17	44	71	—	velmi široký záběr
Apertia.ai	95	14	25	35	18	
wpdistro.cz	84	11	21	27	20	
Invoico.cz	102	5	21	40	21	

Dva referenční příklady. **AutoERP.cz** drží **63 keywordů v TOP3 a 128 v TOP10 z 340** sledovaných — koncentrovaný, vysoce relevantní set, kde už máme obsazené jádro oboru. **Nova Prsa** má **17 TOP3 a 44 TOP10, ale z 1 101 sledovaných** klíčových slov; to je záměrně velmi široký záběr (long-tail kolem augmentace, operací a pooperační péče), takže nižší absolutní počty v TOP3 je třeba číst proti tomu objemu, ne jako slabší výkon.

Poznámka k bucketům: jednotlivé buckety (TOP3/TOP10/TOP20/TOP50) jsou kumulativní podmnožiny, „neumístěno“ je samostatný bucket pro klíčová slova mimo sledovaný rozsah (typicky mimo TOP100). Příklad „Odstranění tetování laserem“: 64 v TOP10, 98 v TOP50 a jen 6 zcela neumístěno — zbytek se nachází na pozicích mezi TOP50 a koncem sledovaného rozsahu.

Konkurenční pitch matrix, alerty a obsahová doporučení

Vedle vlastních pozic stavíme **pitch matrix proti jmenovitě určeným konkurentům** ze sledovacího seznamu — žádný anonymní benchmark. U **AutoERP.cz** jsou sledovaní konkurenti **Money S3 (8,3 %)** a **Vario (6,2 %)** za námi, tady vyhráváme; útočíme na 54 citation gaps. U **Nová Prsa** vede **Perfect Clinic (50 %)** a před námi jsou i zvetzeniprsou.info a bodyestet.cz (oba 35,6 %), zatímco **Medicom Clinic (26,7 %)** je za námi — jasné zadání: dotahovat dotazy, kde dominuje Perfect Clinic, a držet náskok před Medicomem.

Na propady pozic běží **automatické alerty**, takže pokles nezachytíte až v měsíčním reportu. Doplňkově sledujeme **branded velocity** — růst značkového vyhledávání, který odděluje organický růst poptávky po značce od pohybu na generických dotazech a je obvykle nejčistším signálem, že marketing a PR zabírají.

■ Pilíř 2 — Viditelnost v AI (GEO)

Hra o viditelnost se posunula z „budte na první pozici“ na „budte zdroj, který AI cituje“. Tuto vrstvu měříme denně. U každého sledovaného dotazu zjišťujeme tři věci: (1) zobrazuje se vůbec AI Overview? (2) kdo je v AI odpovědi citován? (3) jste tam vy, nebo jen konkurence?

Napříč portfoliem máme zalogováno **22 803 zaznamenaných datových bodů o výskytu AI Overview a 3 944 zaznamenaných datových bodů o AI citacích** (jde o datové body z denního měření, ne o počet unikátních klíčových slov).

Share of Voice proti jmenovité konkurenci

Z citací počítáme **Share of Voice (SoV)** — jaký podíl z citovaných zdrojů u vašich klíčových dotazů připadá na vás versus na konkurenci. Dva reálné příklady (stav k 2. 6. 2026):

Nová Prsa (augmentace prsou) — SoV **32,2 %**. Z 90 dotazů, kde se AI Overview zobrazuje, je projekt citován u 29 z nich. Klinika je v top 4 zdrojů, které AI v tomto oboru cituje — poctivě dodáváme, že tři domény mají vyšší SoV než my (viz tabulka):

Doména	SoV
Perfect Clinic (sledovaný konkurent)	50 %
zvetseniprsou.info	35,6 %
bodyestet.cz	35,6 %
nova-prsa.cz (MY)	32,2 %
Medicom Clinic (sledovaný konkurent)	26,7 %

AutoERP.cz (podnikový systém) — SoV **9,7 %**. Z 289 dotazů s AI Overview je projekt citován u 28. AutoERP je mezi top citovanými zdroji oboru — nad globálním SAPem i českým Money S3; náskok nad dalšími hráči (fakturoid.cz, flowii.com) je ale těsný, jak ukazuje celý žebříček:

Doména	SoV
cs.wikipedia.org	13,2 %
autoerp.cz (MY)	9,7 %
fakturoid.cz	9,0 %
flowii.com	8,3 %
Money S3 (sledovaný konkurent)	8,3 %
sap.com	6,6 %
vario.cz (sledovaný konkurent)	6,2 %

Citation gaps jako akční roadmapa

Nejcennější výstup nejsou samotná čísla, ale **citation gaps** — seznam konkrétních dotazů, kde AI Overview cituje konkurenci, ale **vás ne**. Každý takový dotaz je prioritizovaná akční položka: víme, že se tam AI odpověď generuje, že téma je relevantní a že tam zatím chybíte. To je obsahová roadmapa z reálných dat, ne z odhadu.

- **AutoERP.cz: 54 dotazů.** Příklady: „erp system“, „skladovy system“, „fakturacni program“, „ucetni program“, „co znamena erp“, „digitalizace firmy“. Z velké části obecné definiční dotazy — přesně tam, kde dnes vede Wikipedia a kam dobře napsaný vysvětlující obsah dokáže projekt dostat.
- **Nová Prsa: 25 dotazů.** Příklady: „zmenseni prsou“, „operace prsou“, „asymetrie prsou“, „modelace prsou po kojeni“. Související zákroky a stavy — témata, na která se pacientky ptají a kde klinika zatím není citovaným hlasem.

Tyto seznamy doručujeme tak, jak jsou — bereme je položku po položce a měníme na obsah, který má reálnou šanci se do AI odpovědi dostat. Na to navazuje analýza **People-Also-Ask** a obsahová doporučení ve třech

typech akce: **publish** (nový obsah na gap dotaz), **refresh** (aktualizace stránky) a **internal-link** (posílení interním prolinkem).

Uzavřená smyčka: viditelnost → reálné návštěvy

Viditelnost v AI je půlka příběhu. Druhá půlka je „a chodí z toho někdo?“. Tady přichází napojení na Matomo kanál AI Assistants: AutoERP.cz **59 návštěv** z AI s přiřazenou hodnotou leadu, Premier Clinic **1 180 návštěv** za měsíc. Vzniká spojnice od AI citace přes návštěvu až k přiřazené hodnotě leadu — ne „mlhavá viditelnost“, ale měřitelný řetězec.

■ Pilíř 3 — Co měříme navíc oproti Googlu (Matomo)

Viditelnost je půlka práce — druhá půlka je doložit, že přináší výsledky. A přesně v měření má běžná agentura s Google Analytics slepá místa, která my nemáme. Matomo provozujeme self-hosted napříč přibližně **35 weby** (vlastní produkty i klientské kliniky), nejstarší site měří nepřetržitě **od roku 2018**. Surová data — každá návštěva, každá akce — zůstávají na naší straně, v EU, a nesdílí se s Googlem ani s reklamní infrastrukturou. Tady jsou konkrétní schopnosti, které u nás reálně běží místo GA4.

100 % přesná data, žádné vzorkování, žádné prahy. GA4 vzorkuje v Exploration reportech a u rozsáhlých dotazů a malé segmenty schovává. Matomo reportuje neagregovaná data včetně malých segmentů — vidíme i kanál o velikosti jednotek návštěv (u Invoico.cz AI Assistants = 3 návštěvy, z toho 1 konverze). Právě u objemu, jaký má **Premier Clinic (38 270 návštěv/měsíc)**, dáváme přesné, neagregované číslo bez rizika, že by se velký segment zjednodušil.

AI Assistants jako samostatný kanál. Návštěvy z AI asistentů (ChatGPT, Perplexity apod.) reportujeme jako vlastní kanál. GA4 je standardně hází do „direct / unassigned“, takže byste je vůbec nerozeznali od přímých vstupů. Toto není hypotéza — máme to naměřené napříč portfoliem (viz tabulka níže).

Atribuce hodnoty per kanál včetně AI. U **AutoERP.cz** máme rozpad přiřazené hodnoty leadu per kanál: Přímý vstup 5 472 Kč, Vyhledávače 3 974 Kč, Kampaně 162 Kč a **AI Assistants 85 Kč**. To odpovídá na otázku „který kanál nám reálně nese hodnotu“, ne jen „odkud chodí návštěvy“.

Profil jednotlivce a cookieless režim. Matomo dává kompletní log návštěv a profil konkrétního návštěvníka (historie návštěv, zařízení, zdroje, posloupnost akcí) — úroveň, kterou GA4 v UI standardně neposkytuje. Zároveň umí měřit v anonymizovaném cookieless režimu (tam, kde to legislativa umožňuje bez souhlasu), což znamená menší ztrátu dat z odmítnutých cookie bannerů.

Srovnávací tabulka: Matomo vs. GA4 (a role Search Console)

Schopnost	GA4 (zdarma)	Search Console	Matomo (náš stack)
Vlastnictví surových dat	Data u Googlu, slouží i jemu	Search-side data od Googlu	100 % naše, self-hosted EU, first-party
Vzorkování (sampling)	Ano — Explorations a velké ad-hoc dotazy	n/a	Ne — 100 % přesná data
Prahy / skrývání malých segmentů	Ano („(other)“, thresholding)	Filtrování nízkých dotazů	Ne — vidíme i jednotky návštěv
AI Assistants jako vlastní kanál	Ne (padají do direct/unassigned)	n/a	Ano — reálně naměřeno
Hodnota/konverze per kanál vč. AI	Omezené	Ne	Ano (AutoERP rozpad hodnoty leadu)
Profil jednotlivce / log návštěv	Ne v UI	Ne	Ano — kompletní návštěvnický profil
Cookieless / menší ztráta z banneru	Omezené	n/a	Ano — anonymizovaný cookieless režim
Retence historie	Omezená (free)	~16 měsíců	Dlouhá historie (nejstarší web měřen od 2018)
Search-side data (dotazy, imprese)	Částečně	Ano — primární zdroj	Přes GSC (používáme)
Heatmapy / nahrávky / A/B / form analýza	Ne	Ne	Dostupné moduly (dle potřeby)
B2B identifikace firmy (IČO/DIČ)	Ne	Ne	Dostupný modul (zatím vypnutý)

Kanál AI Assistants napříč portfoliem (Matomo, 05/2026)

Naměřené návštěvy z AI asistentů jako samostatný kanál — segmenty, které by GA4 schoval do „direct“:

Web	Návštěvy z AI Assistants	Pozn.
Premier Clinic	1 180	klientská klinika, nezanedbatelný tok z AI
AutoERP.cz	59	s přiřazenou hodnotou leadu
Odstranění tetování laserem	21	z toho 1 konverze
Nová Prsa	9	web jede silně na mobilu
AutoERP.sk	7	SK trh
Vlasové transplantace	7	klientská klinika
Epilace laserem	5	klientská klinika
wpdistro.cz	4	
Invoico.cz	3	z toho 1 konverze
PravniBot	2	
AutoCRM.cz	1	i jednotku návštěvy zachytíme

Poznámka k poctivosti: u Draivix Pump se za 05/2026 typ „AI“ v datech neobjevil (kanál nevykázal návštěvy). Reportujeme tedy tam, kde data reálně jsou — ne plošně.

■ Pilíř 4 — B2B identifikace návštěvníků

Platforma obsahuje **volitelný modul identifikace firemních návštěvníků**: rozpozná **firmu podle IP** a obohatí ji o napojení na české **IČO / DIČ**, čímž vznikne **B2B lead feed** — přehled, které firmy byly na webu, i když nevyplnily žádný formulář. Pro B2B produkty (ERP, CRM, fakturace) to mění anonymní návštěvnost v adresovatelný obchodní seznam.

Budíme zcela upřímní: **u všech zde popisovaných projektů je tento modul zatím vypnutý** (vrací samé nuly — 0 návštěv, 0 identifikovaných firem, match rate 0). Nepopisujeme tedy živá čísla, ale **dostupnou schopnost, kterou lze zapnout** tam, kde dává obchodní smysl (typicky B2B SaaS jako AutoERP, AutoCRM, Invoico). U klinik (B2C) je naopak přínos minimální.

■ Reálné výsledky z našeho portfolia

Následující dlaždice ukazují, jak vrstvy fungují v praxi napříč třemi vertikálami. U každého projektu vybíráme vrstvu, která je u něj nejsilnější (proto se sledované metriky mezi dlaždicemi liší). Všechna čísla jsou reálná za 05/2026, resp. k 2. 6. 2026.

(a) B2B SaaS / ERP

AutoERP.cz (podnikový informační systém)

- SEO: **63 keywordů v TOP3, 128 v TOP10 z 340** sledovaných.
- AI viditelnost: SoV **9,7 %**, mezi nejcitovanějšími zdroji oboru — nad SAPem i Money S3; **54 citation gaps** jako roadmapa.

- Matomo 05/2026: **6 768 návštěv**, bounce rate 32 %, 4,2 akce/návštěvu, průměrný čas na webu 118 s — z toho **59 návštěv z AI Assistants** s přiřazenou hodnotou leadu.

AutoERP.sk (SK trh) — *náběhový příběh nového trhu*

- SEO: 129 sledovaných keywordů, viditelnostní skóre vyrostlo z **1,73 (3. 5.) na 8,7 (2. 6.)** — za 30 dní jsme rozjeli měření nového trhu a skóre vzrostlo zhruba 5x.
- AI: zatím bez citací (SoV 0 z 18 dotazů s AI Overview) — jsme na startu, a právě proto přesně víme, které dotazy jsou cílem.
- Matomo: 339 návštěv, bounce rate jen **27 %**, 4,4 akce/návštěvu; AI Assistants 7 návštěv.

AutoCRM.cz (CRM software)

- SEO: **28 keywordů v TOP3 z 92**, navíc **Bing TOP10 = 29** — silná pozice i mimo Google.
- AI viditelnost: SoV **10,2 %**; viditelnostní skóre vyrostlo z 44,1 na **57,3** za měsíc.
- Matomo: průměrný čas na webu **264 s** (nejdelší ze zde uvedených projektů).

Invoico.cz (fakturační software)

- SEO: 21 v TOP10 z 102, **Bing TOP10 = 21**; viditelnostní skóre vyrostlo z 16,4 na **28,6**.
- AI viditelnost: zatím SoV jen **1 %** (citování u 1 z 101 dotazů s AI Overview) — jsme na startu, a právě proto vidíme přesně, kde leží citation gaps, na které jdeme.
- Matomo: AI Assistants **3 návštěvy, z toho 1 konverze** — segment, který by GA4 vůbec nezobrazil.

Apertia.ai (AI a automatizace pro firmy)

- SEO: 14 v TOP3 z 95, Bing TOP10 = 18.
- Matomo: **3 464 návštěv**, z toho **28 z AI Assistants** — samostatně sledovatelný kanál.

(b) Estetické kliniky

Nová Prsa (augmentace prsou)

- AI viditelnost: SoV **32,2 %** — top 4 zdroj, který AI v oboru cituje (tři domény mají vyšší SoV — viz Pilíř 2); **25 citation gaps** jako roadmapa.
- SEO: 44 v TOP10 z **1 101** sledovaných (záměrně velmi široký long-tail).
- Matomo: **6 670 návštěv**, **~86 % mobilní návštěvnosti** (kde menší ztráta dat z cookie banneru hraje největší roli).

Premier Clinic (estetická klinika)

- Matomo: **38 270 návštěv za měsíc** — velký objem, který reportujeme přesně a neagregovaně.
- **1 180 návštěv z AI Assistants** za jediný měsíc — nezanedbatelný tok z AI asistentů, který by GA4 standardně schoval do „direct“.
- ~84 % návštěv z dotykových zařízení (vč. tabletů).

Odstranění tetování laserem

- SEO: **41 v TOP3, 64 v TOP10 z 709** sledovaných — v TOP50 je 98 keywordů a jen **6 je zcela neumístěno** (mimo sledovaný rozsah).
- AI viditelnost: SoV **15,9 %**.
- Matomo: **5 478 návštěv**; AI Assistants **21 návštěv, z toho 1 konverze**.

Další kliniky (Matomo, 05/2026): Vlasové transplantace **1 623 návštěv** (AI Assistants 7), Epilace laserem **885 návštěv** (AI Assistants 5). Poznámka k poctivosti: u BP Medical a Gyno Laser nevrátila data za 05/2026 žádný provoz (nulové hodnoty za období), proto je neuvádíme jako výsledek.

(c) Mezinárodní / produkt

Draivix Pump (e-shop / produkt) — *měřitelný start nového projektu*

- SEO: **24 keywordů v TOP3 z 301**, Bing TOP10 = 18; viditelnostní skóre nastartovalo z **0 (14. 5.) na 10,65 (2. 6.)** — měřitelný start nového projektu.
- AI: zatím bez citací (SoV 0) — reportujeme jen to, co je reálně naměřeno.
- Matomo: 27 návštěv, průměrný čas **238 s**, 5,1 akce/návštěvu — malý, ale vysoce angažovaný provoz.
- Poznámka: u tohoto projektu se kanál AI Assistants za 05/2026 v datech neobjevil.

■ My vs. běžná agentura (jen GA4 + GSC)

Schopnost	Běžná agentura (GA4 + GSC)	Draivix (4 vrstvy)
Měření AI Overview citací (SoV)	Ne	Ano — denně, proti jmenovité konkurenci
Citation gaps jako obsahová roadmapa	Ne	Ano (AutoERP 54, Nová Prsa 25)
Rank tracking na Bingu	Prakticky ne	Ano — samostatný kanál
Více SERP zdrojů s fallbackem	Zpravidla ne	Ano — 3 nezávislí provideři
Konkurenční pitch matrix (jmenovitě)	Ne	Ano
Automatické alerty na propady pozic	Omezeně	Ano
AI Assistants jako vlastní kanál	Ne (padá do direct)	Ano — reálně naměřeno (Premier Clinic 1 180)
First-party vlastnictví dat	Ne — data u Googlu	Ano — Matomo self-hosted EU
Přesnost (bez vzorkování/prahů)	Vzorkování v Explorations, prahy	100 % přesná data, i jednotky návštěv
Uzavřená smyčka viditelnost → lead	Ne	Ano
B2B identifikace firem (IČO/DIČ)	Ne	Dostupný modul (volitelně)

Pointa není jen v lepším měření. Pointa je, že vás **dostáváme tam, kde dnes zákazník rozhoduje** — na vrch klasického vyhledávání i do odpovědí AI — a zároveň to umíme **přesně změřit a doložit**. Dvojice GA4 + GSC neumí ani jedno z těch klíčových: Vidí nás AI? Kdo je tam místo nás? Chodí z AI reální lidé? A která firma byla na webu, aniž vyplnila formulář?

■ Co konkrétně dostanete — rozsah a balíčky

Aby bylo jasné nejen „co umíme“, ale i „co dostanete a v jakém rozsahu“, uvádíme rámeček služby. Konkrétní limity a cenu ladíme podle velikosti webu a počtu trhů; níže je orientační struktura.

Co je součástí	Rozsah
Sledovaná klíčová slova	Definovaný balíček keywordů per projekt (orientačně desítky až stovky; v portfoliu sledujeme 3 074 napříč 11 projekty). Rozsah ladíme podle oboru a počtu trhů.
Trhy a vyhledávače	Google i Bing, lokalizace CZ / SK / DE (další jazyky dle dohody).
Frekvence měření	Denní rank tracking i denní měření AI Overview — ne měsíční snapshot.
AI Overview / GEO	Denní sledování citací, Share of Voice proti jmenovité konkurenci, citation gaps jako roadmapa, PAA a obsahová doporučení.
First-party analytika	Matomo (self-hosted, EU), vlastní kanál AI Assistants, atribuce hodnoty per kanál, profil návštěvníka.
Reporting	Strukturovaný report v dohodnuté frekvenci (typicky měsíčně; týdenní shrnutí dle balíčku) + průběžné dashboardy.
Alerty	Automatické alerty na propady pozic a anomálie — notifikace v řádu hodin až den od detekce při denním měření, ne až v měsíčním reportu.
Volitelné moduly	B2B identifikace firemních návštěvníků (IČO/DIČ), pokročilé Matomo moduly (heatmapy, nahrávky relací, A/B testy, analýza formulářů) — nasazujeme adresně podle potřeby projektu.

Přesný rozsah (počet keywordů, trhů, frekvence reportu, sada modulů) i cenu nastavíme po úvodním auditu podle toho, co váš web reálně potřebuje — neúčtujeme plošně za to, co nevyužijete.

■ Jak to dodáváme

- **Denní data.** Rank tracking i AI Overview měření běží denně, ne jednou za měsíc — propad zachytíte v řádu dní, ne týdnů.
- **Pravidelný reporting.** Strukturovaný report po vrstvách: pozice (buckety), AI Share of Voice proti konkurenci, kanály a hodnota leadu z Matomo, citation gaps jako akční seznam.
- **Dashboardy.** Průběžný přehled nad pozicemi, viditelnostním skóre, SoV a návštěvností — včetně samostatného kanálu AI Assistants.
- **Automatické alerty.** Hlídaní propadů pozic a anomálií, abyste se o problému dozvěděli hned.
- **Integrace.** Napojení na GSC (a Bing), Matomo a — na vyžádání — B2B identifikaci firemních návštěvníků. Pokročilé moduly Matoma (heatmapy, nahrávky relací, A/B testování, analýza formulářů) nasazujeme adresně podle potřeby projektu, ne plošně.

■ Další krok

Nabízíme **audit viditelnosti** zdarma — na vašem webu a vašich klíčových dotazech ukážeme:

1. **Kde se u vašich dotazů zobrazuje AI Overview a kdo je tam citován** místo vás (váš Share of Voice proti konkrétní konkurenci).
2. **Seznam citation gaps** — konkrétní dotazy, kam zaměřit obsah, jako hotovou roadmapu.
3. **Ukázkový report** ze stacku Matomo + tracker + GSC, ať vidíte formát i hloubku dat, které budete dostávat.

Po auditu společně nastavíme přesný rozsah a cenu — podle počtu klíčových slov, trhů a modulů, které vám reálně dávají smysl.

Stačí odpovědět na tento e-mail a domluvíme si krátký hovor — audit připravíme na vašich reálných datech, ne na obecné prezentaci.

■ Poznámka k datům a metrikám

- **Období:** návštěvnostní data (Matomo) za **květen 2026**; SEO pozice, Share of Voice a citation gaps jsou stav k **2. 6. 2026**.
- **Zdroje dat:** Matomo (self-hosted, first-party), vlastní SEO/GEO tracker (SERP data od DataForSEO, BrightData a Serper s fallbackem), Google Search Console. **GA4 u těchto projektů není připojené** — běží Matomo + GSC + AI tracker.
- **Definice metrik:** *Share of Voice* = podíl citací projektu z citovaných zdrojů u dotazů, kde se zobrazuje AI Overview. *Citation gap* = dotaz, kde AI Overview cituje konkurenci, ale ne projekt. *Rankingové buckety* = rozložení pozic (TOP3/TOP10/TOP20/TOP50 jako kumulativní podmnožiny, „neumístěno“ = samostatný bucket mimo sledovaný rozsah, typicky mimo TOP100). *Kanál AI Assistants* = návštěvy s referrerem typu AI (ChatGPT, Perplexity apod.).
- **Faktická poznámka ke GA4:** vzorkování se v GA4 týká hlavně Exploration reportů a rozsáhlých ad-hoc dotazů nad limitem událostí, nikoli plošně všech standardních reportů; „(other)“ je důsledek kardinality, data thresholding je samostatný mechanismus ochrany soukromí. Cookieless měření v Matomu snižuje ztrátu dat jen v anonymizovaném režimu tam, kde to legislativa umožňuje bez souhlasu.
- **Retence:** „nejstarší web od 2018“ označuje počátek měření v Matomu; délka uchování historie závisí na nastavení archivace, neuvádíme ji jako neomezenou.
- **Agregáty portfolia** 22 803 a 3 944 jsou **zaznamenané datové body z denního měření**, nikoli počet unikátních klíčových slov.
- **Poctivost k číslům:** AutoERP.cz má nakonfigurováno více cílů včetně micro/engagement cílů (jeden cíl s hodnotou 1 Kč/akce), proto **souhrnný počet „konverzí“ nereprezentuje počet leadů** a takto ho neuvádíme — pracujeme se strukturou kanálů, počtem návštěv a přiřazenou hodnotou leadu per kanál.
- **B2B modul** identifikace návštěvníků je u všech zde popisovaných projektů **zatím vypnutý** (samé nuly); uvádíme ho jako dostupnou volitelnou schopnost, ne jako živá čísla.
- **Výběr metrik u dlaždic:** u každého projektu ukazujeme vrstvu, která je u něj nejsilnější, případně náběh nového trhu; tam, kde je některá metrika zatím slabá (např. nízký SoV u Invoiceo, AutoERP.sk a Draivix), to uvádíme výslovně.
- **Některá čísla jsou ukázková z portfolia** (vlastní produkty i klientské kliniky) a slouží jako důkaz schopností stacku; u vašeho projektu budou data pochopitelně vaše.