

BEZPLATNÝ E-BOOK · BEZ REGISTRÁCIE

AI a SEO: Praktický sprievodca 2026

Ako funguje vyhľadávanie v ére umelej inteligencie a ako pripraviť váš web tak, aby vás našli — v klasickom aj generatívnom vyhľadávaní.



SEO-marketing.sk · blog o AI a SEO optimalizácii

Obsah

1. **01** Prečo sa vyhľadávanie zmenilo
2. **02** Ako AI vyhľadávače vyberajú zdroje
3. **03** Technické základy, ktoré ostávajú
4. **04** Kľúčové slová v ére AI
5. **05** Štruktúra obsahu, ktorú AI cituje
6. **06** Štruktúrované dáta (Schema.org)
7. **07** Autorita a dôveryhodnosť (E-E-A-T)
8. **08** 30-dňový akčný plán

1. Prečo sa vyhľadávanie zmenilo

Ešte pred pár rokmi znamenal úspech v SEO prvú pozíciu medzi desiatimi modrými odkazmi. Dnes sa na prvej obrazovke najskôr objaví súhrn vytvorený umelou inteligenciou — a používateľ často nikam neklikne.

Zero-click vyhľadávanie

Väčšina jednoduchých otázok sa vyrieši priamo vo výsledkoch. To však neznamená, že obsah stráca hodnotu — znamená to, že sa mení spôsob, akým sa meria. Novou metrikou je **zobrazenie ako citovaný zdroj**.

Tri rozhrania, v ktorých vás ľudia hľadajú

- **Klasické vyhľadávanie** — zoznam odkazov, stále funguje rovnako ako predtým.
- **AI súhrny** (AI Overviews a pod.) — odpoveď poskladaná zo zdrojov priamo vo výsledkoch.
- **Chatboty** (ChatGPT, Gemini, Copilot) — otázka aj odpoveď v rozhovore, s citáciami.

Vo všetkých troch prípadoch čerpajú systémy z toho istého webu. Kto má dobre postavený obsah, získava návštevnosť zo všetkých troch naraz.

Kľúčová myšlienka: nejde o to, aby vás vyhľadávač „našiel“, ale aby vám dôveroval natoľko, že vás cituje.

2. Ako AI vyhľadávače vyberajú zdroje

Poznať výberový proces znamená vedieť, čo presne optimalizovať.

Tri kritériá

1. **Zrozumiteľnosť** — dokáže systém z textu jednoznačne vyňať otázku a odpoveď?
2. **Overiteľnosť** — obsahuje text čísla, dátumy, mená a odkazy na zdroje?
3. **Konzistentnosť** — hovoria o vás rovnaké veci aj iné weby?

Ako to vyzerá v praxi

Model typicky najprv prehľadá vybranú sadu dokumentov, vyberie tie najrelevantnejšie a zo zlomkov textu poskladá odpoveď. Zlomok, ktorý prevezme, má spravidla **tri až štyri riadky** — preto je dôležité mať v článku krátke, samostatne čitateľné odpovede pod nadpismi.

Signál	Čo s ním AI robí
Jasný nadpis vo forme otázky	Spája ho s používateľskou otázkou
Krátka odpoveď pod nadpisom	Použije ju ako základ citácie
Čísla a dátumy	Zvyšuje spoľahlivosť textu
Štruktúrované dáta	Uľahčuje pochopenie typu obsahu
Zmienky na iných weboch	Potvrďuje, že ste reálny zdroj

3. Technické základy, ktoré ostávajú

AI je nové rozhranie, ale čerpá z webu, ktorý musí crawler načítať rýchlo a bez chýb. Bez základov sa žiadna citácia nekoná.

Kontrolný zoznam

- ☐ Web sa správne zobrazuje na mobile.
- ☐ Načítanie hlavnej stránky trvá do ~3 sekúnd.
- ☐ Každá stránka má jedinečný titulok a meta popis.
- ☐ Adresy URL sú krátke a čitateľné.
- ☐ Neexistujú chyby indexácie (Google Search Console).
- ☐ SSL certifikát (HTTPS) je aktívny.
- ☐ Sitemap.xml je odoslaná do Search Console.

Kde to skontrolovať zdarma

Google Search Console ukáže indexáciu a dotazy, ktorými vás ľudia hľadajú.

PageSpeed Insights odmeria rýchlosť. Oba nástroje stačia na úplné technické audity menších webov.

Tip: ak používate WordPress, skontrolujte, či nie je v Nastavenia → Čítanie zaškrtnuté „Odporučiť vyhľadávateľom neindexovať stránku“. Toto jediné políčko dokáže celý web vyradiť z vyhľadávania.

4. Kľúčové slová v ére AI

Výskum kľúčových slov sa nezrušil — zmenila sa forma otázok.

Od fráz k otázkam

Ľudia čoraz častejšie vyhľadávajú celé vety: „ako získať spätné odkazy pre malý e-shop" namiesto „backlinky". Váš obsah by mal odpovedať na celé otázky, nie na slová.

Kde nájsť otázky zdarma

- Návrhy googlu pod vyhľadávacím poľom a sekcia „Súvisiace vyhľadávania".
- Sekcia „Súvisiace otázky" vo výsledkoch.
- Google Search Console — dotazy, pri ktorých sa zobrazujete na pozíciách 5 – 20 (tam je najväčší priestor).
- Reálne otázky zákazníkov: e-maily, telefóny, recenzie.

Prioritizácia

Typ frázy	Konkurencia	Na čo sa hodí
Všeobecná („seo")	Veľmi vysoká	Dlhodobé súťaženie veľkých portálov
Stredná („seo optimalizácia návod")	Stredná	Hlavný obsah bloga
Dlhá otázka („koľko trvá seo optimalizácia malého webu")	Nízka	Rýchle víťazstvá a citácie v AI

Začínajte spodka tabuľky — krátkodobo získate návštevnosť a autoritu, ktoré neskôr pomôžu s náročnejšími frázami.

5. Štruktúra obsahu, ktorú AI cituje

Najväčšiu „vyjednávaciú silu“ má formát. Dobrá štruktúra preskočí aj priemernú textovú kvalitu — a zlá aj ten najlepší text zneviditeľní.

Model: otázka → krátka odpoveď → detail → záver

1. **H2 nadpis vo forme otázky.** Presne tak, ako by ju zadal používateľ.
2. **Odpoveď v 40 – 60 slovoch** hneď pod nadpisom. Samostatne čitateľná, bez odkazov na „viď vyššie“.
3. **Detail:** odseky, zoznamy, tabuľky, príklady z praxe.
4. **Jednovetový záver** s praktickým zhrnutím.

Ďalšie pravidlá

- Jedna stránka = jedna hlavná téma. Rozdeľte, ak sa mieša viac tém.
- Konkrétnosť víťazí: čísla, dátumy, mená autorov.
- Odpovedzte aj na to, čo konkurencia vynecháva — vaše skúsenosti sú vaša výhoda.
- Aktualizujte články a dátum aktualizácie zobrazte.

Príklad dobrej krátkej odpovede: „SEO optimalizácia malých webov prináša prvé merateľné výsledky po 2 – 3 mesiacoch, stabilné pozície zvyčajne po 6 mesiacoch pravidelnej práce.“ — jedna veta, konkrétne čísla, žiadna voda.

6. Štruktúrované dáta (Schema.org)

Schéma je strojovo čitateľný popis obsahu. Pre AI je to uvádzacia príručka k vášmu webu.

Ktoré typy použiť

Typ obsahu	Schéma
Blogový článok	Article
Sekcia otázok a odpovedí	FAQPage
Návod krok za krokom	HowTo
Produkt / služba	Product / Service
Profil autora	Person

Ako na to bez programovania

Vo WordPresse zvládne schéma väčšina SEO rozšírení — Yoast alebo Rank Math — a to aj s FAQ blokmi. Vložíte obsah, plugin vygeneruje JSON-LD za vás.

Overenie

Svoju implementáciu skontrolujte v **Google Rich Results Test**. Ak test nájde platné položky bez chýb, vyhľadávač aj AI modely rozumejú vášmu obsahu oveľa lepšie.

7. Autorita a dôveryhodnosť (E-E-A-T)

E-E-A-T znamená skúsenosť, odbornosť, autoritatívnosť a dôveryhodnosť. Nie je to priamy ranking faktor, ale kvalita, ktorú systémy odhadujú z množstva signálov.

Ako ju budovať

- **Zobrazte autorov.** Meno, fotka, krátky profil a odkaz na LinkedIn/odborný profil.
- **Príklady z praxe.** Vlastné čísla, prípady, screenshoty — to, čo AI nenapíše sama.
- **Zmienky mimo webu.** Hostovské články, odborné fóra, lokálne médiá, konzistentné údaje o firme.
- **Aktualizácie.** Článok s dátumom „aktualizované: 09/2026“ vyhráva nad článkom z roku 2021.
- **Zdroje.** Odkazujte na pôvodné štúdie a dáta.

Rýchly test dôveryhodnosti

Odpovedzte si na päť otázok: Kto je autor? Prečo mu treba veriť? Kedy bol text aktualizovaný? Kde sú čísla? Čo tu je, čo inde nie je? Ak sa vám na tri z nich ťažko odpovedá, dorobte to — to je presne to, čo vyhodnocujú aj AI.

8. 30-dňový akčný plán

Vedomosti bez akcie sú len čítanie. Tu je plán na jeden mesiac — hodina denne.

Týždeň 1: Diagnóza

- ☐ Vytvoriť si Google Search Console a PageSpeed Insights.
- ☐ Skontrolovať indexáciu a opraviť technické chyby.
- ☐ Zozbierať 20 otázok, na ktoré váš web nikde neodpovedá.

Týždeň 2: Prvý obsah

- ☐ Napísať jeden článok podľa štruktúry otázka → odpoveď → detail.
- ☐ Doplniť stručné odpovede pod nadpisy v piatich starších článkoch.

Týždeň 3: Štruktúra a schéma

- ☐ Pridať schému Article na všetky články, FAQ tam, kde odpovede sú.
- ☐ Prepojiť nové a staré články internými odkazmi.

Týždeň 4: Autorita

- ☐ Vytvoriť profil autora s odkazmi.
- ☐ Osloviť jeden odborný web s návrhom hosťovského článku.
- ☐ Naplánovať si obsah na nasledujúci mesiac.