

## AI Overview w Polsce – nowa era SEO. Co to oznacza dla e-commerce?

**Google uruchomiło w Polsce AI Overview** – nową funkcję wyszukiwarki, która generuje automatyczne podsumowania odpowiedzi na zapytania użytkowników. AI Overview pojawia się na szczycie wyników wyszukiwania (SERP), co może znacząco wpłynąć na sposób, w jaki firmy pozyskują ruch organiczny.

To przełomowa zmiana, która może oznaczać spadki ruchu organicznego dla wielu stron, a także przekształcenie widoczności w wyszukiwarce. W konsekwencji firmy muszą dostosować swoje strategie SEO, by utrzymać swoją pozycję i nadal skutecznie docierać do użytkowników.

### Przykład wyniku AI Overview w polskojęzycznej wersji wyszukiwarki Google:



### Jakie są kluczowe wyzwania związane z AI Overview?

- **Możliwe spadki ruchu organicznego** – użytkownicy mogą otrzymywać odpowiedzi bezpośrednio w SERP, co ogranicza konieczność przechodzenia na strony.
- **Zmiany w widoczności stron** – Google będzie jeszcze mocniej promować treści wysokiej jakości, oparte na autorytecie i wiarygodności źródeł.
- **Konieczność optymalizacji treści pod AI** – tradycyjne strategie SEO mogą okazać się niewystarczające.

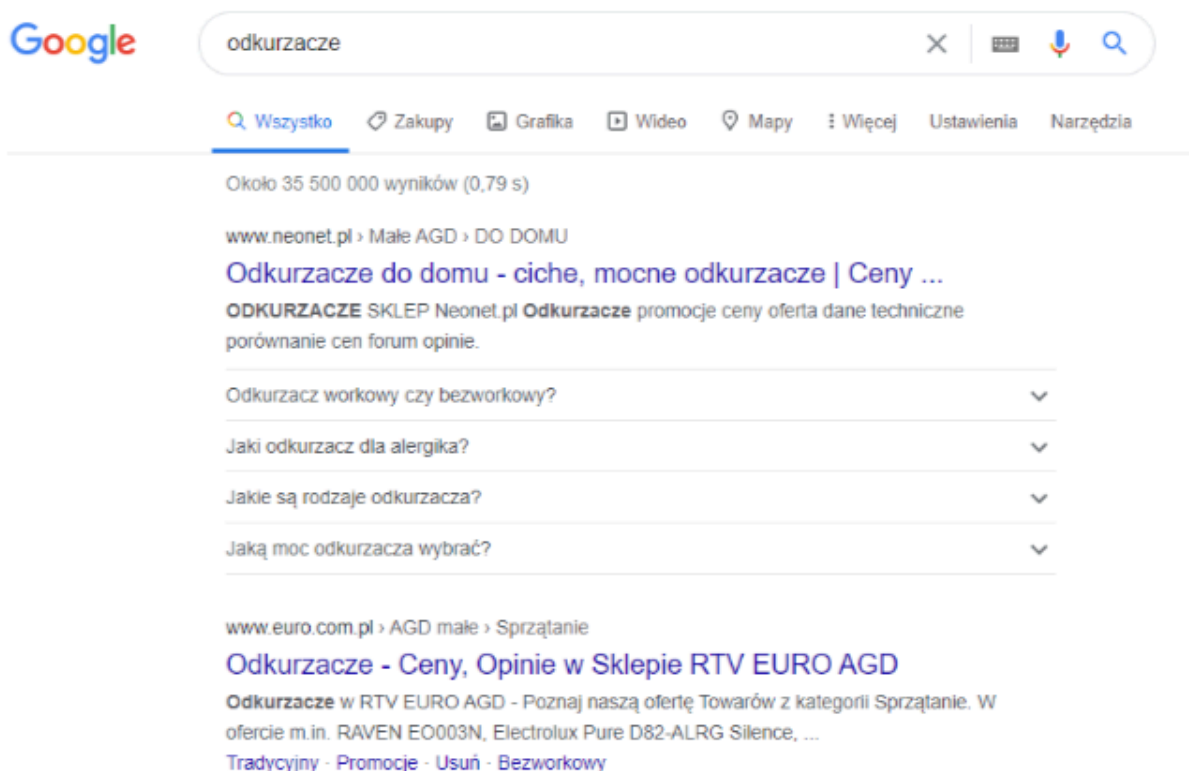
### Jak firmy mogą się przygotować?

Aby dostosować się do nowej rzeczywistości SEO, eksperci zalecają:

- **Audyt AI Overview** – analiza techniczna strony, jakości treści i dostosowanie do nowych algorytmów.
- **Optymalizację treści** – dostosowanie struktur i formatu informacji do wymagań AI.
- **Budowanie autorytetu domeny** – wzmacnianie wiarygodności poprzez eksperckie treści i strategie linkowania.

Firmy, które odpowiednio wcześniej podejmą działania, mogą zyskać przewagę konkurencyjną i wykorzystać AI Overview jako szansę na umocnienie swojej pozycji w wyszukiwarce. W SEO niezwykle ważne jest dynamiczne dostosowywanie się do nowości, które Google wprowadza w swoich wynikach wyszukiwania.

Jednym z przykładów takich innowacji, które zostały wdrożone w przeszłości, były tzw. rozszerzone fragmenty FAQ. W ramach tej funkcji Google zaczęło wyświetlać dodatkowe pytania i odpowiedzi, które uzupełniały główny wynik wyszukiwania, zwiększając jego wartość i użyteczność. Firmy, które już na etapie testów podjęły działania optymalizacyjne, wyprzedziły konkurencję i zyskały dodatkowych ruch.



*Nowy format prezentowania wyników zmieni na zawsze zachowania użytkowników, zwłaszcza jeśli znajdą odpowiedź na swoje pytanie bezpośrednio w AI Overview. To jednak nie oznacza, że SEO traci na znaczeniu – wręcz przeciwnie! Teraz kluczowe jest tworzenie treści, które AI Overview uzna za wartościowe i wykorzysta w swoich podsumowaniach. Optymalizacja pod AI to nowy standard – firmy, które zrozumieją ten mechanizm i dostosują strategię, mogą znacząco zwiększyć swoją widoczność w wynikach Google i autorytet u użytkowników. –*

**Piotr Michalak – Head of SEO w Harbingers.**