

## **Adobe przejmuje Semrush – nowy etap walki o widoczność marek w generatywnych wyszukiwarkach**

Adobe ogłosiło zawarcie wiążącej umowy o przejęciu Semrush w transakcji gotówkowej o wartości około 1,9 mld dolarów. Semrush, jeden z najważniejszych globalnych graczy w obszarze SEO i GEO, ma wzmocnić ekosystem Adobe o rozwiązania niezbędne w erze wyszukiwania generatywnego.

Według Adobe, po integracji oba podmioty dostarczą marketerom pełny obraz widoczności marki, w wyszukiwarkach, na własnych kanałach, w social mediach, w LLM-ach oraz w szerokim ekosystemie internetu. Adobe podkreśla, że jest to odpowiedź na zmianę zachowań konsumentów, którzy coraz częściej informacje i rekomendacje zdobywają poprzez modele generatywne, takie jak ChatGPT czy Gemini.

**Anil Chakravarthy, President Digital Experience Business w Adobe,** zwraca uwagę, że marki, które nie adaptują się do nowych zachowań użytkowników, ryzykują utratę widoczności, skomentował to:

*Widoczność marki jest przeobrażana przez generatywną AI, a marki, które nie wykorzystają tej szansy, ryzykują utratę znaczenia i przychodów. Razem z Semrush odblokujemy GEO jako nowy kanał wzrostu obok SEO, zapewniając większą widoczność, zaangażowanie klientów i konwersje w całym ekosystemie.*

Najświeższe dane Adobe Analytics pokazują, że ruch z platform generatywnych na amerykańskie strony retail zwiększył się o 1200% r/r, co potwierdza rosnącą rolę GEO jako strategicznego kanału widoczności dla marek .

Semrush odnotował 33% wzrost ARR w segmencie enterprise i współpracuje m.in. z Amazonem, TikTokiem oraz JPMorganChase. Adobe podkreśla, że to połączenie pozwoli markom skuteczniej rozumieć, jak są prezentowane w wynikach generatywnych, tradycyjnych oraz na własnych kanałach cyfrowych .

*Takie przejęcie to duża zmiana w świecie narzędzi dla marketerów. Dodanie rozwiązań SEO i zarządzania widocznością marki do pakietu Adobe to mocny sygnał, że zarówno SEO, jak i widoczność w kontekście chatbotów są dziś istotne dla wielu firm. Oczywiście nie bez powodu, zmienia się punkt startowy użytkownika, coraz częściej zaczyna się on od ChatGPT czy innych rozwiązań*

*generatywnej AI, zamiast klasycznego wyszukiwania w Google Search. GEO przestało być tylko ciekawostką, a staje się nowym obowiązkowym obszarem dla marketerów, fuzja ta jest świetnym przykładem tego trendu. Połączenie Adobe i Semrush daje realną szansę wielu marketerom na dostęp do kluczowych danych o ich marce w ramach jednego ekosystemu i tym samym zwiększa ich świadomość. To z kolei duża szansa dla firm, które zajmują się obszarem SEO/GEO.*

**– komentuje Piotr Michalak, Head of SEO & GA, Harbingers**

Transakcja została zatwierdzona przez zarządy obu spółek i oczekuje na zgody regulacyjne oraz decyzję akcjonariuszy Semrush. Ponad 75% udziałowców już zadeklarowało poparcie dla przejęcia.

**Źródło:** Adobe to Acquire Semrush  
<https://news.adobe.com/news/2025/11/adobe-to-acquire-semrush>