**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.

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

l **Możliwe spadki ruchu organicznego** – użytkownicy mogą otrzymywać odpowiedzi bezpośrednio w SERP, co ogranicza konieczność przechodzenia na strony.

l **Zmiany w widoczności stron** – Google będzie jeszcze mocniej promować treści wysokiej jakości, oparte na autorytecie i wiarygodności źródeł.

l **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:

l **Audyt AI Overview** – analiza techniczna strony, jakości treści i dostosowanie do nowych algorytmów.

l **Optymalizację treści** – dostosowanie struktur i formatu informacji do wymagań AI.

l **Budowanie autorytetu domeny** – wzmacnianie wiarygodności poprzez eksperckie treści i strategie linkowania.

Firmy, które odpowiednio wcześnie 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.**