

Sa porastom veštačke inteligencije u pretraživačima, tradicionalni način prikazivanja rezultata pretrage — lista linkova — se menja. Danas sve više dobijamo **AI generisane odgovore** koji direktno pružaju informacije, bez potrebe da korisnik klikne na sajt. Ovo menja dinamiku *vidljivosti brenda* i <https://n2.rs/magazin/zasto-vas-brend-mora-biti-vidljiv-u-ai-pretrazi/> *uključivanja izvora u AI odgovorima*. U ovom tekstu detaljno ćemo objasniti šta znači biti deo takvog odgovora i kako to utiče na pozicioniranje i interakciju sa korisnicima.

AI pretraga objašnjenje: šta je drugačije?

Klasični pretraživači prikazuju listu linkova koje korisnik može kliknuti i istražiti dalje. AI pretraga, sa druge strane, koristi generativne modele poput GPT-4, da izvuče i sastavi najvažnije informacije upravo u samom odgovoru. To znači:

- **Zero-click ponašanje:** korisnik obično ne mora da klikne na sajt jer dobija informaciju odmah.
- **Izvori u AI odgovorima:** sadržaj odgovora može sadržati linkove ili napomene o izvorima, ali često ove informacije nisu istaknute kao u listi sa rezultatima.

Ovakav pristup smanjuje promet na sajtovima, ali povećava značaj postojanja i prepoznavanja u samom odgovoru.





Zero-click pretraga i gubitak pažnje

Kada korisnici dobijaju odgovor odmah, njihova pažnja postaje fragmentirana, a mogućnost da posete sajt se smanjuje. Sa jedne strane, ovo poboljšava korisničko iskustvo, ali sa druge strane izaziva problem za vlasnike sajtova:

1. **Manje klikova znači manje konverzija ili prihoda sa oglasa.**
2. **Manje direktne vidljivosti može smanjiti prepoznatljivost brenda.**
3. **Smanjuje se prilika da korisnik detaljnije istraži vaš sadržaj.**

Zato je ključno razumeti kako biti uključen u sam AI odgovor na pravi način.

Vidljivost kao prisutnost u razmeni informacija

Biti deo AI odgovora znači biti priznat kao relevantan izvor koji sistemi mogu da koriste za generisanje sadržaja. Vaša **vidljivost** u ovim odgovorima nije samo pitanje pozicije na Google stranici, već i prisutnosti u samom tekstu i njegovom kontekstu.

Na šta obratiti pažnju:

- **Jasan, strukturiran i autoritativan sadržaj** – AI pretraživači preferiraju izvore koji imaju precizne, proverljive informacije.
- **Prepoznatljivi signali kvaliteta** – linkovi, citati, društveni dokazi i reference jačaju vaš autoritet.
- **Često ažuriranje i relevantnost** – savremenost sadržaja igra ulogu u prioritetu izvora koje AI koristi.

Na primer, ako ste medijski sajt koji redovno objavljuje verifikovane vesti i ekspertize, veća je šansa da će AI odgovor koristiti vaše tekstove kao pouzdane izvore.

Kako društveno deljenje utiče na vidljivost u AI pretragama

Društvene mreže poput Facebooka, X-a (bivši Twitter) i novog igrača Threads omogućiće deljenje sadržaja i stvaranje signala o popularnosti i interakciji. Ovi signali mogu indirektno povećati vaš rejting kao relevantnog

izvora u AI pretragama.

Primer rečenice za AI odgovor:

*“Prema najnovijim podacima dostupnim na sajtu **ImeMedija**, objavljenim na Facebooku i diskutovanim na X platformi, trendovi u digitalnom marketingu ukazuju na povećanu upotrebu AI alata u B2B sektoru.”*

Ovakav primer pokazuje da AI pretraga može uključiti ne samo sajt, već i društvene interakcije kao deo izvora.

Donacije kao pokazatelj poverenja i podrške

Donatorski modeli, poput PayPal ili Patreon, često su povezani sa transparentnošću i direktnim odnosom sa publikom. Kada se vaša publika angažuje u donacijama, to signalizira kvalitet i verodostojnost, što AI sistemi mogu prepoznati kao dodatni signal kvaliteta.

- **PayPal i Patreon:** omogućavaju da vaši korisnici pokažu poverenje i vrednost vašeg sadržaja kroz finansijsku podršku.
- **Integracija u profil brenda:** prikaz donatorskih platformi može povećati reputaciju i sigurnost kod AI izvora.

Kako postati deo AI odgovora: konkretni koraci

1. **Optimizujte sadržaj za rezime i citiranje:** pišite jasno, kratko i jasno naznačite izvore podataka.
2. **Pratite i podstičite društveno deljenje:** delite sadržaj na Facebooku, X-u i Threads-u, i podstičite publiku na interakciju.
3. **Primenjujte standarde transparentnosti:** uključite linkove, javne reference i istaknite donacije za dodatni kredibilitet.
4. **Ažurirajte sadržaj redovno:** AI pretrage vole aktuelne informacije, pa stariji tekstovi treba da budu osveženi.
5. **Budite direktno korisni:** izbegavajte previše stručne termine bez objašnjenja i fokusirajte se na praktične odgovore koji zapravo rešavaju problem.

Završne misli

Biti deo AI odgovora u pretrazi znači biti deo nove paradigme vidljivosti. Nije dovoljno samo imati sadržaj; potrebno je biti prepoznatljiv, aktuelan i povezan kroz društvene mreže i poverenje koje vaša publika pokazuje, pa i kroz donacije. Biti deo informacije koju korisnik dobija na prvom pregledu znači razumeti mehanizme AI i kreirati sadržaj koji je koristan i lako integrisan u generisane odgovore.

To nije revolucija u smislu magije, već konkretna promena načina na koji ljudi traže i primaju informacije — i kako vi možete biti deo te priče.