

Twoja witryna w dobie zero-click search

z Revamper11

Dwa słowa o mnie



Bartosz Nalepa

Założyciel

Przedsiębiorca w branży marketingowej, finansista z ponad 15-letnim stażem, a od paru lat również SEOwiec, który procesy biznesowe układa z precyzją godną inżyniera NASA. Wierzy, że u podstaw każdego sukcesu leżą kontekst i rzetelność, a teorię najchętniej weryfikuje w praktyce. Swoje analityczne zacięcie i miłość do literatury sci-fi przekuł w aplikację Revamper11, której nazwa to połączenie szczypty kosmosu (Apollo11) i wsparcia w przebudowie / odnawianiu (Revamp).

O czym porozmawiamy?

1 Ewolucja Google, czyli od Click-Hero do Click-Zero



2 Kontekst: Zero-Click marketing



3 AI hype vs realia, czyli nie dajmy się zwariować



4 Indeks Google - zmienny jak pogoda



5 Monitoring indeksacji z Revamper11



6 Q&A

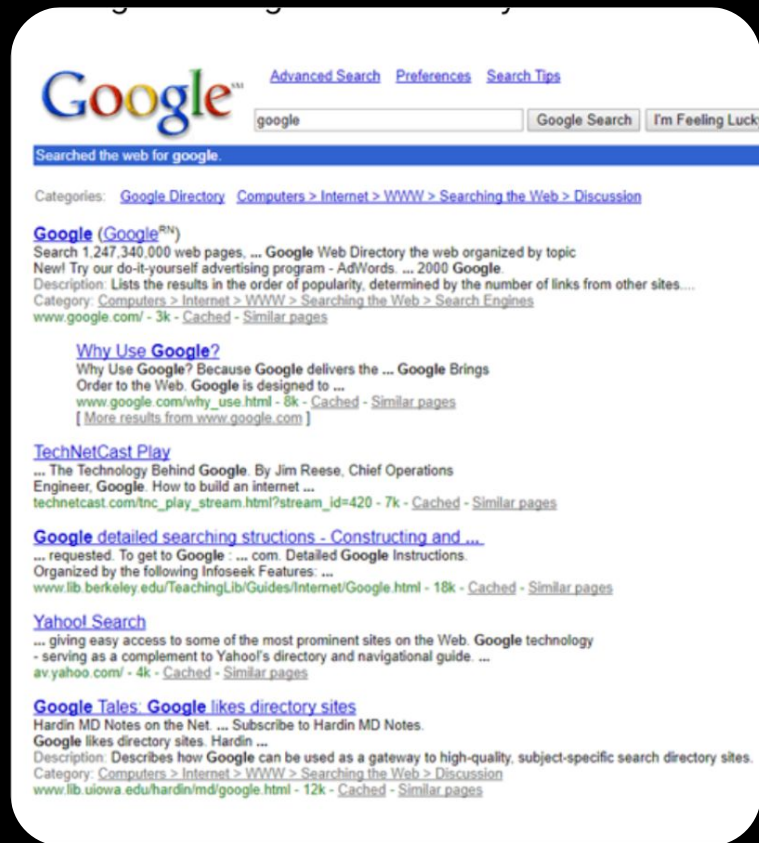


Ewolucja Google czyli od Click-Hero do Click-Zero

10 blue links

Kiedyś, dawno, dawno temu,
za 7. Serwerami i 7. bitami,
Google było po
prostu...wyszukiwarką.

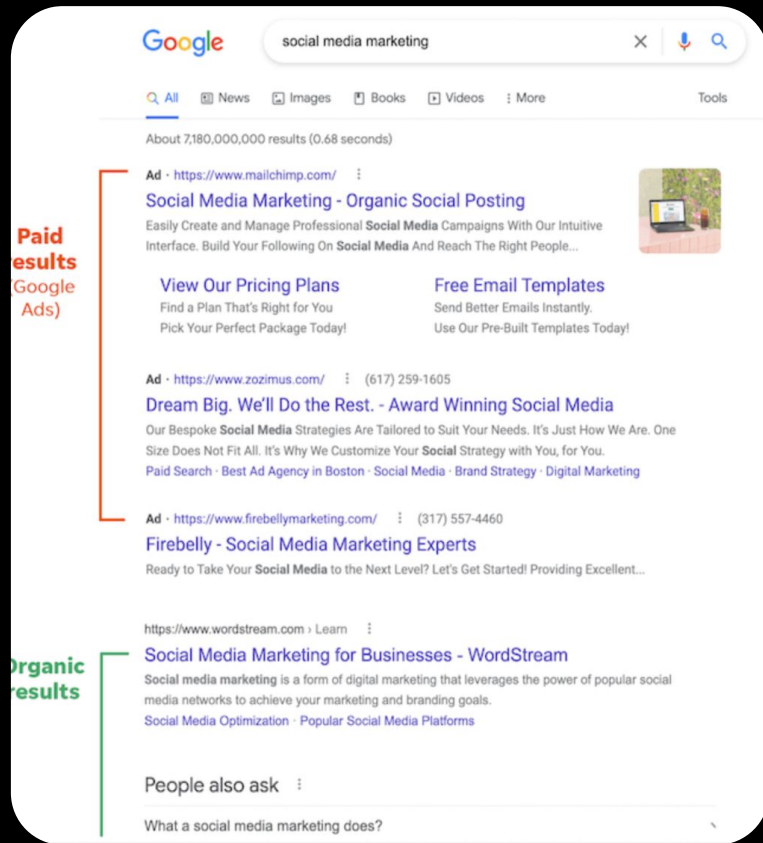
Liczyły się tylko **kliknięcia**
organiczne.



Google Ads

Ale potem Google postanowiło
coś z tego mieć...

I tak zaczęły się liczyć również
kliknięcia płatne.

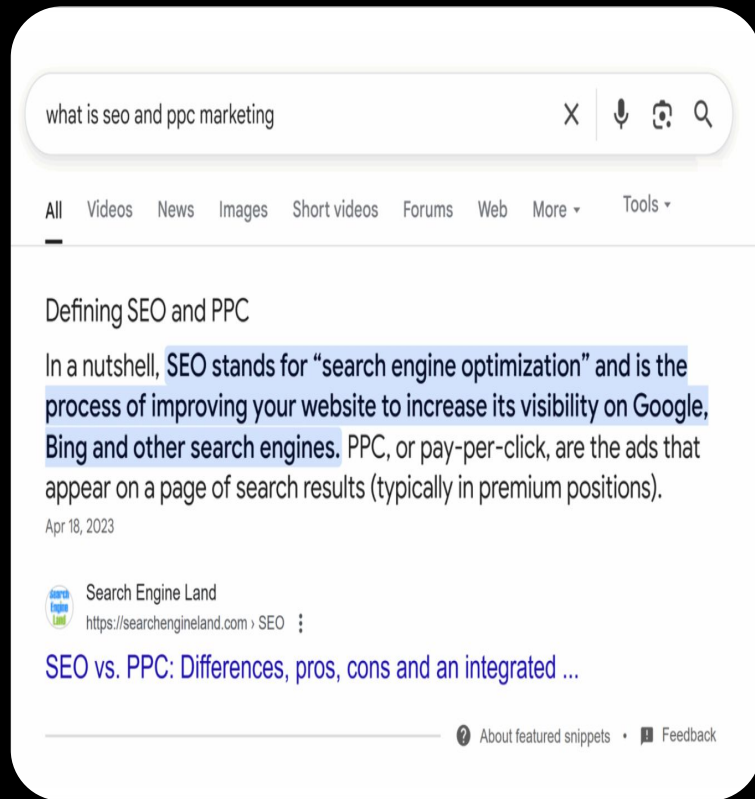


Nowe formaty w SERP

Żeby zatrzymać użytkownika na stronie wyszukiwarki (wyższe CTRy pod Ads-y)

Google postanowiło wprowadzić bardziej angażujące formaty.

Kliknięcia organiczne tracą na znaczeniu na rzecz **wyświetleń**.



Google AI O jest już w Polsce

~24% zapytań w polskim Google ma AI Overview – co oznacza, że prawie co 4. wyszukiwanie użytkownika kończy się gotową odpowiedzią AI zamiast kliknięcia w stronę.

Kliknięcia tracą na znaczeniu na rzecz wyświetleń.

AI Overview

[Learn more](#)

W Polsce Google AI Overview, czyli funkcja sztucznej inteligencji w wyszukiwarce, jest dostępna od 26 marca 2025. Funkcja generuje streszczające odpowiedzi na pytania użytkowników, wykorzystując model językowy Gemini. Jest ona wdrażana stopniowo, więc nie u każdego użytkownika jest jeszcze dostępna.

Co to jest Google AI Overview?

- Nowa funkcja wyszukiwarki Google, która wykorzystuje sztuczną inteligencję do generowania zwięzłych odpowiedzi na pytania użytkowników.
- Generuje syntetyczne podsumowania wyników wyszukiwania, ułatwiając użytkownikom szybkie znalezienie kluczowych informacji.
- Wykorzystuje zaawansowany model językowy Gemini.

Jak działa?

- Po wpisaniu zapytania w wyszukiwarce Google, funkcja AI Overview generuje zwięzłą odpowiedź na to pytanie.
- Odpowiedź ta pojawia się na górze wyników wyszukiwania, powyżej tradycyjnych linków i reklam.
- Można kliknąć "Pokaż więcej" aby zobaczyć więcej szczegółów.
- Podpowiedź zawiera linki do źródeł, z których AI czerpało informacje.

Dostępność w Polsce:

- Google AI Overview jest już dostępna w Polsce dla zalogowanych użytkowników konta Google, ale nie u wszystkich.

Google AI Overviews wkracza do Polski – co warto wiedzieć?

26 Mar 2025 — Dostępność i język. Od 26 marca 2025 roku funkcja jest dostępna dla użytkowników z Polski oraz kilku...

MBridge - Marketing Experts

Czym jest nowa funkcja wyszukiwarki - Google AI Overview?

4 days ago — Czym jest "Przegląd od AI" w wyszukiwarce Google? Google AI Overview (w Polsce pod nazwą "przegląd...

Kompan.pl

Google AI Overviews w Polsce - rewolucja w wyszukiwaniu!

2 Apr 2025 — AI Overview w Polsce jest obecnie dostępny tylko dla zalogowanych użytkowników Google, ale też nie dla...

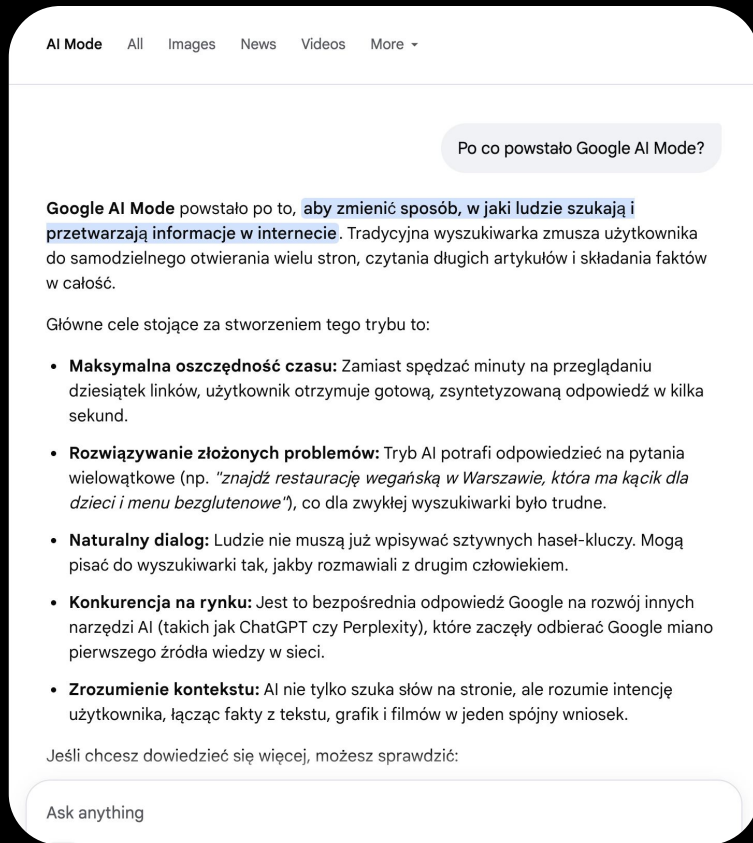
eMedia

Show all

Google AI Mode jest już w Polsce

Zamiast samodzielnie szukać informacji źródłowych (poprzez kliknięcia), użytkownik zyskuje chatbotowy interfejs napędzany modelem Gemini.

Kliknięcia tracą na znaczeniu na rzecz **wyświetleń**.



Wprowadźmy kontekst, czyli poznajcie Zero-Click marketing

Zero-Click marketing



To strategia skoncentrowana na tworzeniu wartości bezpośrednio na platformach zewnętrznych, czyli tam, gdzie użytkownicy już spędzają czas – zamiast próbować wymusić na nich przejście na stronę firmową.

Zero-Click marketing to...

Bezpośredniość

Tworzenie treści tam, gdzie już są użytkownicy.

Dopasowanie

Format treści dostosowany do platformy.

Wartość

Miarą wartości są wyświetlenia, a nie kliknięcia

Efekt

Budowanie świadomości marki wszędzie gdzie użytkownik ma styczność z marką.

Social Media

Algorytmy social media obcinają zasięgi treściom, które zawierają w sobie linki.

Newslettery

Bardzo niska efektywność mierzona kliknięciem (bardzo niski CTR).

AI chaty / LLMy

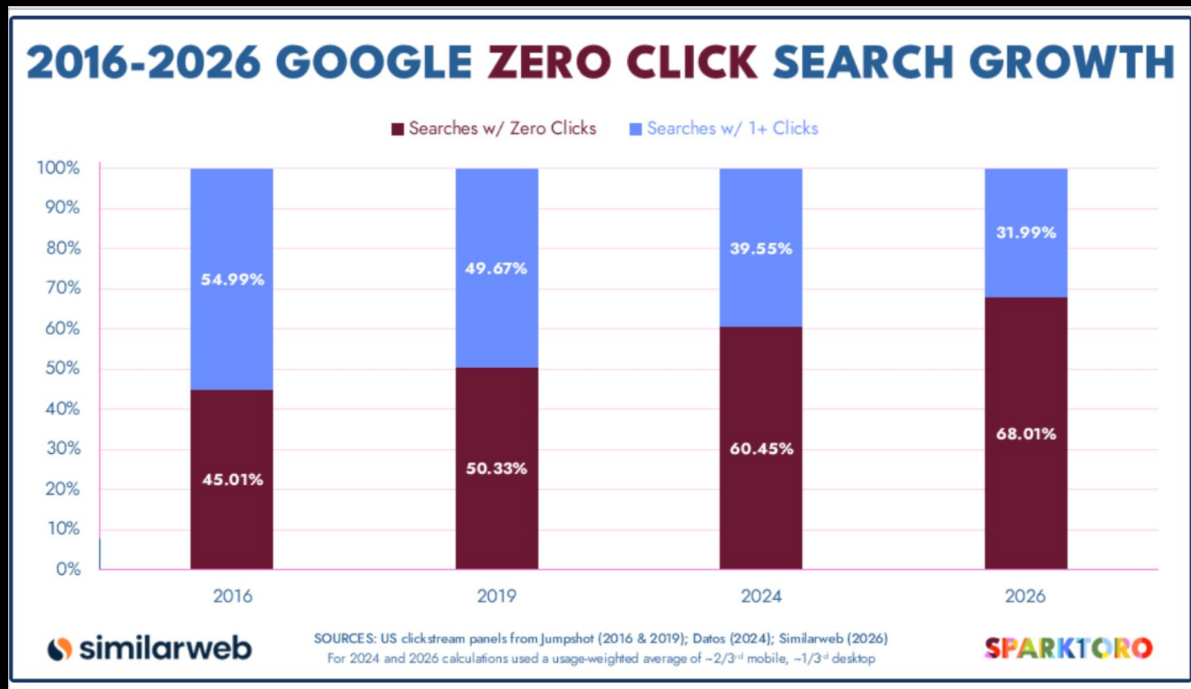
Silniki AI nie szukają linków, a słów powiązanych z marką.

Zero-Click search

Użytkownicy nie klikają w linki w wyszukiwarkach, dostają odpowiedzi w wyszukiwarce.

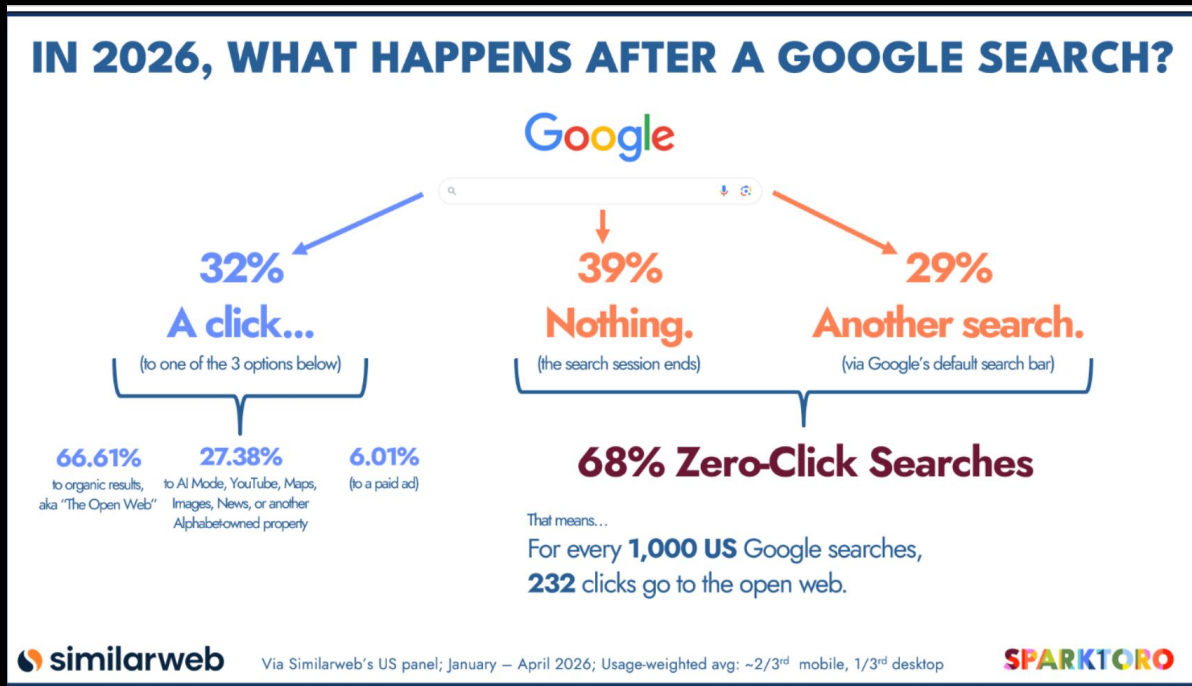
Zero-Click Search

W latach 2016-2026
nastąpił wzrost
wyszukiwań **bez** kliknięcia
z ~45% do ~68%.



Zero-Click Search

Z tych ~32% wyszukiwań, które kończą się kliknięciem mamy ~67% kliknięć poza ekosystem Google, inaczej mówiąc, na każde 1.000 wyszukiwań w Google ~ 215 kliknięć trafiają do "otwartego" internetu.



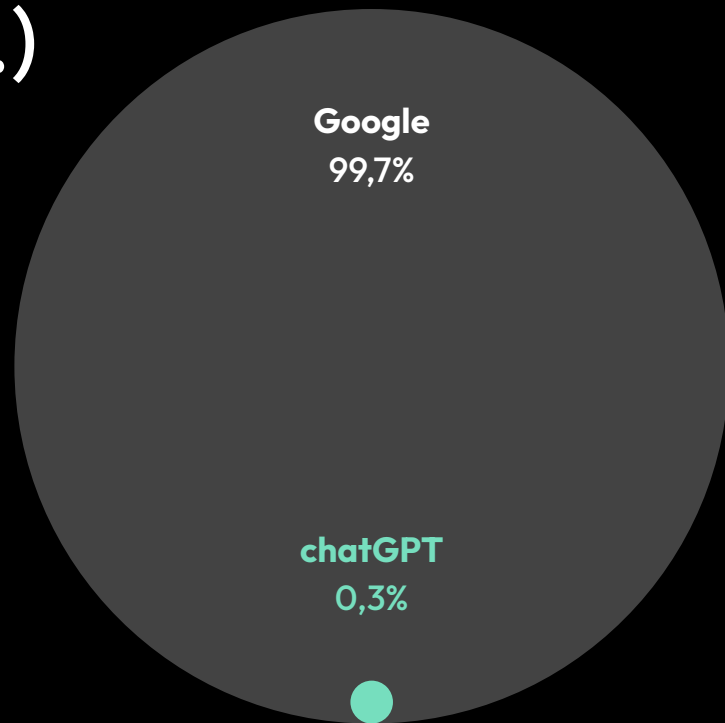
AI hype vs realia, czyli nie dajmy się
zwariować

Google vs chatGPT (2024 r.)

Google: ~14 bilionów wyszukikań dziennie

chatGPT: ~40 milionów wyszukiwań dziennie

Efekt: ~x370 więcej wyszukiwań w Google



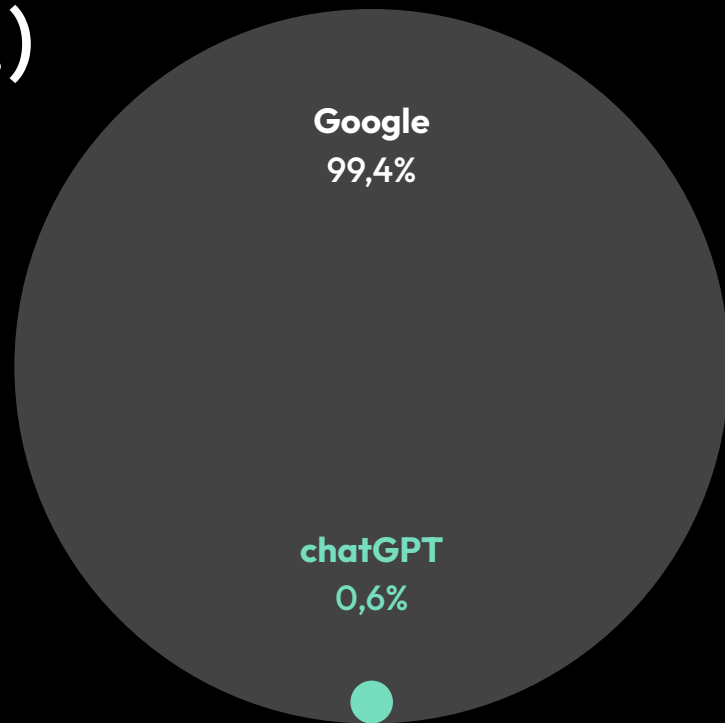
Wyszukiwania

Google vs chatGPT (2026 r.)

Google: ~14 bilionów wyszukikań dziennie

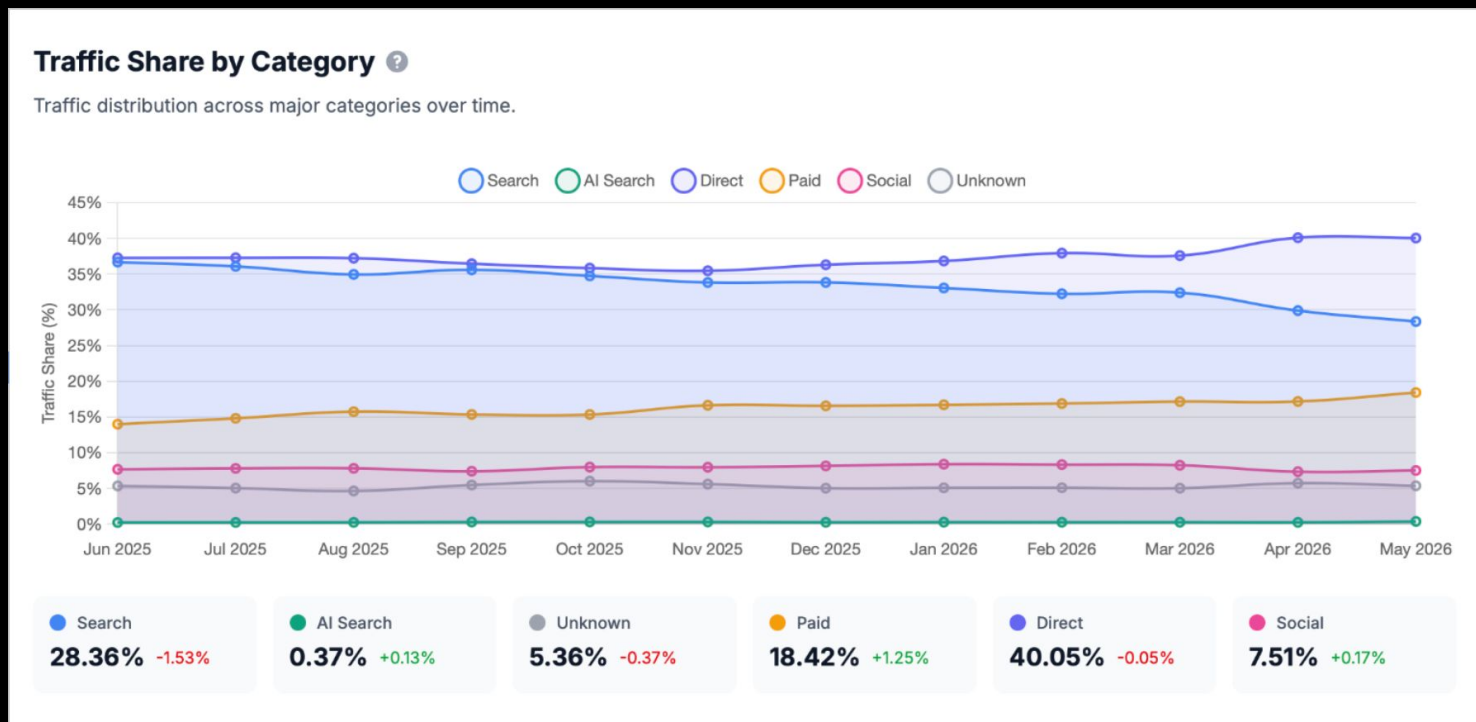
chatGPT: ~90 milionów wyszukiwań dziennie

Efekt: ~x190 więcej wyszukiwań w Google



Wyszukiwania

Gra na dwóch fortepianach, czyli traffic wciąż się liczy



~40%

Ruch bezpośredni

Ruch bezpośredni ma tendencję wzrostową - wróćmy do tego.

~29%

Ruch organiczny z wyszukiwarek

Ruch organiczny to największe źródło "aktywnego" pozyskiwania ruchu

~0,4%

Ruch z AI

AI nie generuje ruchu, ale...

AI nie generuje ruchu, ale...



Marka

...jest coraz mocniejsza.

Widoczność

...w modelach AI
wzrasta (czasem
również cytowalność)

Świadomość

...marki lub "pamięć o
marce" wzrasta.

Ruch direct + brand

...w efekcie rośnie (co
widzieliśmy na
poprzednim slajdzie)

Sprzedaż

...wzrasta (zakładamy
ceteris paribus inne
zmienne np. popyt na
produkty etc.)

Dlaczego warto wciąż koncentrować się na Google?

~90%

udziału w rynku wyszukiwarek
wciąż należy do Google.

Czyli Google to wciąż behemot.

~44%

cytowań w Google AI Overviews
pochodzi spoza top20.

Czyli małe marki mają szansę
zaistnieć.

100%

stron, które są pokazywane w
wynikach wyszukiwania
(klasycznych oraz AI) są w
indeksie Google.

Czyli twoja strona musi być w
indeksie, jeśli chcesz żeby była
znaleziona.

Indeks Google - zmienny jak pogoda w Polsce w to lato

Jak działa Google (w uproszczeniu)?



Wyniki badania indeksacji Revamper11

~725.000

wszystkich stron w ramach wszystkich projektów

Badanie realizowane przez 7 dni roboczych, w maju 2026 r.

~48.000

monitorowanych stron w ramach projektów

Dane dzienne uśrednione średnią arytmetyczną; ekstrapolacja do ujęcia miesięcznego (dla lepszego wyobrażenia skali).

Wyniki badania indeksacji Revamper11

~72 /1.000

średnio stron miesięcznie
wypadających z indeksu

-

~24 /1.000

średnio stron miesięcznie
wchodzących do indeksu

=

~47 /1.000

per saldo stron wypadających z
indeksu

~204 /1.000

stron dziennie
zmienia status
indeksacji

Monitoring indeksacji z Revamper11

Revamper11, czyli prosty monitoring indeksacji

revamper11.com

Revamper11, czyli prosty monitoring indeksacji

1 Audyt

Aplikacja automatycznie po dodaniu projektu doda strony do monitoringu wg kryterium wyświetleń (lub kliknięć) za maksymalny dostępny okres czasu (możliwe również ostatnie: 30 dni, 3 miesiące, 6 miesięcy, 12 miesięcy).

Wyniki audytu będą dostępne w aplikacji następnego dnia, o czym użytkownik zostanie powiadomiony mailem.

2 Naprawa

Samodzielnie - wskazówki do każdego statusu indeksacji wraz z linkami do dokumentacji Google dostępne historii strony.

Zlecenie do specjalisty - konkretne zadanie można wydelegować do specjalisty, który nawet nie ma konta w aplikacji.

W Revamper11 każdą stronę oznaczyć jako naprawioną lub możemy ją dodać do zadania, które służy do procesowania napraw danej strony / grupy stron.

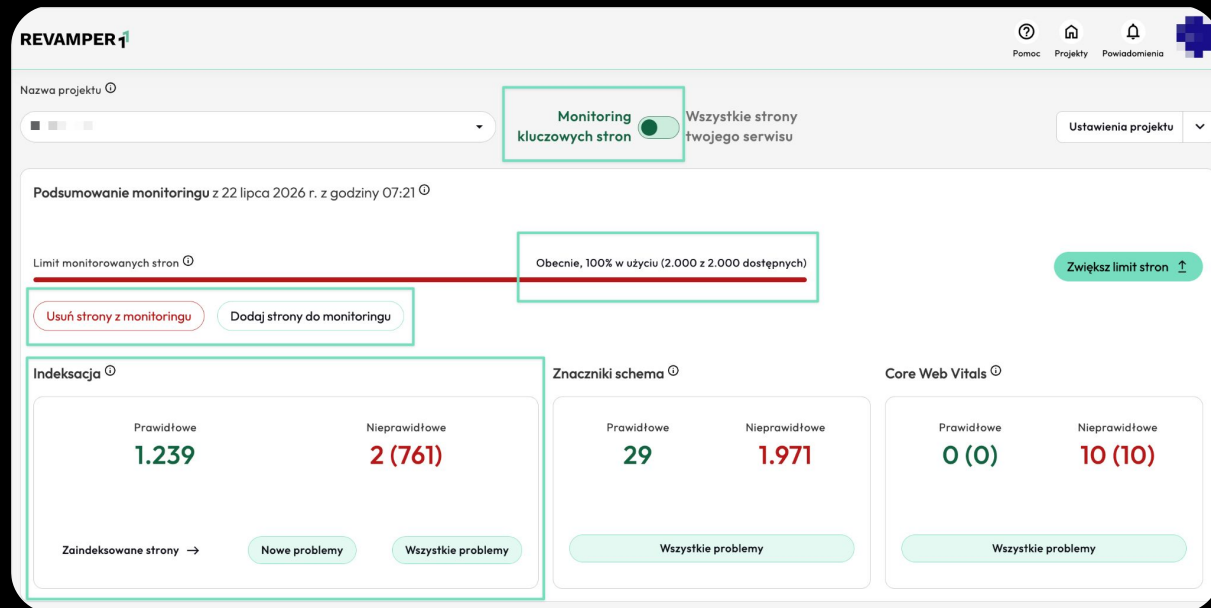
3 Monitoring

Revamper11 codziennie weryfikuje status indeksacji każdej z monitorowanych stron i zapisuje te informacje do historii każdej strony.

Użytkownik codziennie dostaje raport mailowy z najważniejszymi informacjami:

- Ile stron wypadło dzisiaj z indeksu
- Ile stron w sumie nie ma w indeksie minus te, które zostały oznaczone jako naprawione
- Ile stron w sumie nie ma w indeksie
- Ile stron jest w indeksie

Zapraszam do sprawdzenia appki



- aplikacja bezpieczna - zweryfikowana przez Google i Microsoft + zbudowana w ramach dotacji UE
- uzupełnienie Google Search Console
- rezygnacja w każdej chwili
- najtańszy abonament od 26 zł netto / miesiąc (brak trialu), czyli mniej niż jagodzianka tego lata

I na koniec to co misie lubią najbardziej, czyli
Q&A

Dziękuję za uwagę

W razie pytań

Odezwij się

Bartosz Nalepa

b.nalepa@revamper11.com

Źródła

<https://insight.senuto.com/aio-report/>

<https://sparktoro.com/blog/zero-click-content-the-counterintuitive-way-to-succeed-in-a-platform-native-world/>

<https://sparktoro.com/blog/in-2026-less-than-one-third-of-google-searches-still-send-a-click/>

<https://sparktoro.com/blog/new-research-google-search-grew-20-in-2024-receives-373x-more-searches-than-chatgpt/>

<https://ahrefs.com/blog/chatgpt-has-12-percent-of-googles-search-volume/>

<https://chatgpt-vs-google.com/#:~:text=Traffic%20Share%20by%20Category>

<https://www.similarweb.com/corp/the-downstream-impact-of-ai-visibility/>

<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

<https://www.seoclarity.net/research/aio-rankings-overlap#:~:text=Nearly%20half%20of%20AIO%20Citations%20Come%20From%20Beyond%20Top%2020%20Rankings%3A%2044%25%20of%20AIO%20citations%20come%20from%20beyond%20the%20top%2020%2C%20showing%20rank%20isn%20E2%80%99t%20the%20only%20factor>

<https://ahrefs.com/blog/ai-overview-citations-top-10/>

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide?hl=pl#build-technical-structure>