Zacytowani

Raport widoczności marek w AI

Architektura i design · 17.05-14.08.2026

Które marki z branży architektonicznej modele AI pokazują, rekomendują i cytują najczęściej?

Próba badania	Zakres danych	Publikacja
164 odpowiedzi · 17 zapytań · 42 marek · 4 modele	17.05.2026 – 14.08.2026	15.08.2026

Najważniejszy wniosek

NANOstudio było najbardziej widoczną marką w badanym wycinku rynku architektury i designu i jednocześnie liderem wszystkich czterech głównych wskaźników: Mention Rate (18,9%), AI Share of Voice (9,1%), Citation Share (20,0%) i Recommendation Rate (6,1%). Rekomendacja pozostaje jednak rzadsza niż samo wystąpienie marki: Recommendation Rate lidera stanowi około jedną trzecią jego Mention Rate. W trzech z czterech modeli liderem było NANOstudio, w Gemini API pierwsze miejsce należało do WIUMI, a NANOstudio nie znalazło się w TOP 10 tego modelu.

164 **ukończone odpowiedzi** z 296 uruchomionych pomiarów	**17** **zapytań** wszystkie bez nazw marek	**42** **marek** spełniających minimalny próg próby
4 **modele AI** Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity	**1130** **wzmianek** o markach w badanej kategorii	**1340** **cytowań** zarejestrowanych w odpowiedziach

Jak czytać pierwszą edycję

To pierwszy raport mini dla kategorii architektura i design. Ustanawia punkt odniesienia na podstawie 17 zapytań dotyczących wybranych miast oraz pytań ogólnopolskich, czterech modeli AI i 164 ukończonych odpowiedzi z 296 uruchomionych pomiarów w okresie 17.05-14.08.2026. Wyniki opisują ten konkretny zestaw pytań, modeli i odpowiedzi. Nie są pełnym rankingiem wszystkich pracowni architektonicznych i biur projektowych działających w Polsce.

Rozdział 1

Widoczność marek w AI

NANOstudio liderem badanego zestawu

NANOstudio uzyskało wyraźną przewagę nad pozostałymi markami. Jego AI Share of Voice wyniósł 9,1%, podczas gdy WIUMI osiągnęło 4,4%, a MAF architekci 4,1%. Różnica między pierwszą a drugą marką to 4,7 punktu procentowego.

#2	#1	#3
WIUMI	NANOstudio	MAF architekci
4,4%	**9,1%**	**4,1%**
Udział głosu w AI	Udział głosu w AI	Udział głosu w AI

TOP 10 marek

Pozycja	Marka	Mention Rate	AI Share of Voice	Citation Share	Recommendation Rate	Wydźwięk +/0/-	Średnia pozycja
1	**NANOstudio**	**18,9%**	**9,1%**	**20,0%**	**6,1%**	**93/7/0**	**3,3**
2	WIUMI	9,1%	4,4%	11,7%	2,4%	100/0/0	3,4
3	MAF architekci	8,5%	4,1%	12,1%	4,3%	100/0/0	5,0
4	Novastudio architekci	7,3%	3,5%	8,8%	5,5%	77/23/0	4,4
5	2H+ Architekci	7,3%	3,5%	8,1%	4,3%	50/50/0	5,0
6	Grupa Architektura	7,3%	3,5%	9,1%	4,9%	42/58/0	6,3
7	JEMS Architekci	6,7%	3,2%	9,6%	3,0%	100/0/0	4,7
8	KWK Promes	6,7%	3,2%	8,6%	1,8%	100/0/0	3,7
9	Smart Architektura	6,1%	2,9%	5,4%	4,3%	83/17/0	6,2
10	Marcin Sieradzki	6,1%	2,9%	6,2%	4,9%	0/100/0	4,1

18,9%

odpowiedzi zawierało wzmiankę o NANOstudio

Wniosek

Lider skupia 9,1% branżowego Share of Voice, a całe TOP 10 odpowiada łącznie za około 40,3%. Badany krajobraz pozostaje więc rozproszony. Poza pierwszym miejscem różnice między kolejnymi markami są niewielkie, a kilka pracowni osiąga identyczne lub bardzo zbliżone wyniki Mention Rate i Share of Voice.

Jak rozumiemy wskaźniki

Mention Rate pokazuje, w jakiej części ukończonych odpowiedzi pojawiła się marka. **AI Share of Voice** opisuje udział marki w widoczności wszystkich marek zidentyfikowanych w kategorii. **Citation Share** pokazuje udział marki w warstwie cytowań przypisanych markom w badaniu. **Recommendation Rate** wskazuje, jak często marka została przedstawiona jako rekomendacja. **Wydźwięk (+/0/-)** to udział sklasyfikowanych wzmianek marki ocenionych jako pozytywne, neutralne i negatywne. **Średnia pozycja** opisuje przeciętne miejsce marki w odpowiedzi, gdy została wymieniona. Niższa wartość oznacza wcześniejsze pojawienie się marki.

Rozdział 2

Każdy model pokazuje inny układ marek

NANOstudio prowadzi w trzech modelach, WIUMI w Gemini

Zbiorczy lider nie prowadzi w każdym pojedynczym modelu. NANOstudio zajęło pierwsze miejsce w odpowiedziach Anthropic, OpenAI i Perplexity. W Gemini API najwyższy AI Share of Voice osiągnęło WIUMI, a NANOstudio w TOP 10 tego modelu w ogóle się nie pojawiło.

Model	Lider	AI Share of Voice lidera	Kolejne najwyższe wyniki
Anthropic	**NANOstudio**	**10,1%**	**pięć marek po 5,8%**
Gemini API	WIUMI	6,0%	dziewięć marek po 3,8%
OpenAI	NANOstudio	6,0%	trzy marki po 3,4%
Perplexity	NANOstudio	11,2%	MAF architekci 8,6%, JEMS Architekci 5,2%

Ciekawostka

NANOstudio prowadzi zbiorczy ranking kategorii, ale w TOP 10 Gemini API nie występuje wcale. Ten sam model, w którym WIUMI osiąga swój najlepszy wynik (6,0%), pokazuje zupełnie inny zestaw marek niż Anthropic, OpenAI i Perplexity.

Różnice między modelami są widoczne również poza pierwszym miejscem. W TOP 10 Anthropic znalazły się między innymi Biuro AM2, DESKA Project i GIGAarchitekci. Gemini API częściej pokazywało BXB studio, EASST architects i Medusa Group. W OpenAI za NANOstudio uplasowały się 2H+ Architekci, Grafit Architekci oraz mu-ma architekci. Perplexity wysoko umieściło MAF architekci i JEMS Architekci.

Komentarz eksperta

Warto zapytać, czy marka najczęściej wymieniana przez modele to automatycznie ta, którą modele rzeczywiście polecają z przekonaniem. Dane z tej kategorii pokazują, że niekoniecznie. NANOstudio prowadzi we wszystkich czterech głównych wskaźnikach, ale nawet u lidera Recommendation Rate (6,1%) stanowi tylko około jedną trzecią jego Mention Rate (18,9%). Ciekawszy przypadek dotyczy dwóch marek z dalszej części TOP 10: Marcin Sieradzki i Grupa Architektura mają identyczny Recommendation Rate na poziomie 4,9%, trzeci najwyższy wynik w tej kategorii. Mimo to sklasyfikowany wydźwięk wzmianek różni się wyraźnie. U Grupa Architektura 42% wzmianek jest pozytywnych, u Marcin Sieradzki żadna, wszystkie są neutralne. Ten sam poziom rekomendacji nie musi więc nieść tego samego ładunku opisu. Mechanizm, który za tym stoi, wynika z tego, jak modele budują odpowiedzi na pytania w rodzaju „kto poleca biuro architektoniczne". Model może wymienić markę na liście proponowanych nazw bez sformułowania oceny, a klasyfikator wydźwięku odczyta taki fragment jako neutralny, mimo że sama obecność na liście została policzona jako rekomendacja. Recommendation Rate w tym badaniu jest więc miarą strukturalną, nie miarą entuzjazmu modelu wobec marki. Podobny mechanizm, tylko na innym poziomie, tłumaczy różnice między modelami. NANOstudio prowadzi w Anthropic, OpenAI i Perplexity, ale nie pojawia się w TOP 10 Gemini API, gdzie liderem jest WIUMI. Modele różnią się sposobem wyszukiwania informacji i doborem źródeł, z których budują odpowiedź, więc marka silna w jednym środowisku może być praktycznie nieobecna w innym. To nie jest błąd pomiaru. To dowód na to, że widoczność w AI nie jest jedną, wspólną listą, tylko kilkoma osobnymi obrazami tej samej kategorii, ułożonymi przez różne modele z różnych źródeł. Granica interpretacji jest tutaj wyraźna. Wydźwięk lidera opiera się na 44 sklasyfikowanych wzmiankach, a wyniki poszczególnych modeli na próbach rzędu 36 do 43 ukończonych odpowiedzi. To wystarcza, aby pokazać kierunek zjawiska, ale nie wystarcza, aby traktować pojedynczy wynik procentowy jako stabilną pozycję marki. Dla zarządu i zespołu marketingowego wniosek jest konkretny. Sama częstotliwość wzmianek nie potwierdza jeszcze, że marka jest polecana z przekonaniem, a wysoka pozycja w jednym modelu nie gwarantuje obecności w pozostałych. Zanim ktoś uzna wynik za sukces, warto sprawdzić, czy wzmianka niesie ocenę, czy tylko miejsce na liście, oraz czy widoczność powtarza się w więcej niż jednym modelu.

Michał Gaszewski
Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

Rozdział 3

Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

Katalogi są ważną częścią krajobrazu cytowań

Najczęściej cytowaną domeną było oferteo.pl. Serwis pojawił się w 85 unikalnych przebiegach i odpowiadał za 6,3% cytowań. W pierwszej czwórce znalazły się także panoramafirm.pl, fixly.pl oraz homebook.pl.

TOP 10 cytowanych domen

1	oferteo.pl	**6,3%**
2	panoramafirm.pl	**3,0%**
3	fixly.pl	**1,9%**
4	homebook.pl	**1,7%**
5	2hplus.pl	**1,3%**
6	getdesigner.pl	**1,3%**
7	pkt.pl	**1,3%**
8	budownictwoporady.pl	**1,3%**
9	nanostudio.pl	**1,0%**
10	grupaarchitektura.pl	**1,0%**

Domena	Typ źródła	Unikalne przebiegi	Udział cytowań
oferteo.pl	**katalog**	**85**	**6,3%**
panoramafirm.pl	katalog	40	3,0%
fixly.pl	katalog	26	1,9%
homebook.pl	marketplace	23	1,7%
2hplus.pl	domena marki	18	1,3%
getdesigner.pl	domena marki	18	1,3%
pkt.pl	katalog	18	1,3%
budownictwoporady.pl	medium	17	1,3%
nanostudio.pl	niesklasyfikowane	13	1,0%
grupaarchitektura.pl	niesklasyfikowane	13	1,0%

Wniosek

Cztery katalogi obecne w TOP 10 (oferteo.pl, panoramafirm.pl, fixly.pl i pkt.pl) odpowiadały łącznie za 12,5% wszystkich cytowań, a udział katalogów w całym badanym krajobrazie źródeł wyniósł 18,9%. To ważny sygnał dla branży lokalnej: modele nie budują odpowiedzi wyłącznie na podstawie stron pracowni. Korzystają również ze źródeł, które porządkują firmy według lokalizacji, zakresu usług i opinii.

Dziesięć najczęściej cytowanych domen odpowiadało za 23,1% wszystkich cytowań. Pozostałe cytowania rozłożyły się na długi ogon spośród 337 zidentyfikowanych domen. Nie ma więc jednej domeny, która samodzielnie kontrolowałaby obraz kategorii w odpowiedziach AI.

Klasyfikacja źródeł

Typ źródła został rozpoznany dla 52,1% cytowań, a udział źródeł własnych marek (owned) w całym krajobrazie wyniósł 3,1% wobec 96,9% źródeł zewnętrznych. Podział ten nie obejmuje jeszcze wszystkich cytowań, dlatego traktujemy go jako obraz części, a nie całości rynku źródeł. W TOP 10 znajdują się między innymi nanostudio.pl i grupaarchitektura.pl, które w danych źródłowych nie otrzymały klasyfikacji typu.

Rozdział 4

Co modele mówiły o liderze

NANOstudio łączyło widoczność z pozytywnym kontekstem

Wśród sklasyfikowanych wzmianek o NANOstudio 93% miało wydźwięk pozytywny, a 7% neutralny. W badanej próbie nie zarejestrowano wzmianek zaklasyfikowanych jako negatywne. Nie oznacza to, że marka nie ma słabych stron. Oznacza jedynie, że w dostarczonym profilu nie zostały one uchwycone.

93%

sklasyfikowanych wzmianek o NANOstudio miało pozytywny wydźwięk

Automatyczna analiza opisów lidera wskazała pięć głównych grup zalet:

Motyw przypisywany marce	Liczba wskazań
Pozytywne rekomendacje	**4**
Silna pozycja i renoma	3
Doświadczenie i profesjonalizm	1
Korzystna lub przejrzysta cena	1
Nowoczesne rozwiązania i funkcjonalność	1

Wniosek

Przewaga NANOstudio nie opierała się tylko na liczbie wzmianek. Marka miała również najwyższy Citation Share w TOP 10 i była opisywana przede wszystkim w pozytywnym kontekście. Jednocześnie Recommendation Rate na poziomie 6,1% pokazuje, że szeroka obecność marki nie zawsze kończyła się bezpośrednim poleceniem.

Rozdział 5

Zakres pytań i metodologia

Jakie potrzeby użytkowników obejmowało badanie

Zestaw składał się z 17 zapytań bez nazw marek. Obejmował pytania o rekomendowane pracownie, biura z najlepszymi opiniami, reputację architektów oraz wybór architekta do projektu domu jednorodzinnego. Pytania dotyczyły Polski oraz siedmiu rynków miejskich: Gdańska, Katowic, Krakowa, Łodzi, Poznania, Warszawy i Wrocławia.

Intencja zapytania	Liczba zapytań	Udział w zestawie
Rekomendacja	**6**	**35,3%**
Wybór najlepszej marki	6	35,3%
Inna	4	23,5%
Poradnikowa	1	5,9%

Wszystkie 17 zapytań było niebrandowych. Audyt zestawu nie wykazał duplikatów ani zapytań bardzo podobnych. Dominowały jednak intencje rekomendacyjne i pytania o najlepsze biura, które łącznie stanowiły 70,6% zestawu. Wyniki mówią więc najwięcej o widoczności marek w sytuacji, gdy użytkownik szuka wykonawcy lub porównuje reputację pracowni.

Jedyne zapytanie o charakterze poradnikowym (`Jak wybrać architekta do projektu domu jednorodzinnego?`) miało tylko 2 uruchomienia w tej kategorii. Lider odpowiedzi dla tego pojedynczego zapytania nie jest reprezentatywny i nie został uwzględniony jako osobny wynik w tym raporcie.

Źródło

Okres	17.05.2026-14.08.2026
Rynek	Polska
Modele	Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity
Próba	164 ukończone odpowiedzi z 296 uruchomionych pomiarów
Zapytania	17 niebrandowych zapytań, bez duplikatów i near-duplicates
Metodologia	industry_sov_v1
Zakres SoV	udział branżowy wśród 42 marek spełniających minimalny próg próby w kategorii
Wersja	pierwsza edycja raportu mini, bez porównań historycznych

Trzy wnioski dla rynku

1 Widoczność nie jest tym samym co rekomendacja

Nawet u lidera kategorii Recommendation Rate stanowi tylko około jedną trzecią Mention Rate. Marki powinny analizować nie tylko częstotliwość występowania w odpowiedziach, lecz także to, czy wzmianka faktycznie przechodzi w polecenie.

2 Nie istnieje jeden ranking wspólny dla wszystkich modeli

NANOstudio prowadziło w trzech modelach, ale nie pojawiło się w TOP 10 Gemini API, gdzie liderem było WIUMI. Ocena widoczności na podstawie jednej platformy może więc pominąć istotną część rynku.

3 Ten sam wskaźnik może kryć inny wydźwięk opisu

Marcin Sieradzki i Grupa Architektura mają identyczny Recommendation Rate, ale zupełnie inny udział pozytywnych wzmianek. Jeden syntetyczny wskaźnik nie zastępuje sprawdzenia, jak marka jest faktycznie opisywana.