Zacytowani

# Raport widoczności marek w AI

## Edukacja i szkolenia · 17.05-14.08.2026

Które firmy szkoleniowe i coachingowe modele AI pokazują, rekomendują i cytują najczęściej?

| Próba badania | Zakres danych | Publikacja |
| --- | --- | --- |
| 166 odpowiedzi · 17 zapytań · 30 marek · 4 modele | 17.05.2026 – 14.08.2026 | 15.08.2026 |

**Najważniejszy wniosek**

**Delta Training było najbardziej widoczną marką w badanym wycinku rynku szkoleniowego, z AI Share of Voice 9,9%, i prowadzi w dwóch z trzech głównych kategorii intencji zapytań. Dziewiąta marka rankingu, ADN Akademia, pokazuje jednak inny, ciekawy wzorzec: jest liderem Perplexity z wynikiem 10,2%, wyższym niż Delta Training w jego najlepszym modelu, ale jest nieobecna w pozostałych trzech modelach i ma najniższy Recommendation Rate w całym TOP 10 (0,6%). Wysoka pozycja w jednym modelu nie oznacza więc, że marka jest też często polecana.**

| | | |
|---|---|---|
| **166**<br>**ukończone odpowiedzi**<br>z 296 uruchomionych pomiarów | **17**<br>**zapytań**<br>wszystkie bez nazw marek | **30**<br>**marek**<br>spełniających minimalny próg próby |
| **4**<br>**modele AI**<br>Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity | **999**<br>**wzmianek**<br>o markach w badanej kategorii | **1398**<br>**cytowań**<br>zarejestrowanych w odpowiedziach |

**Jak czytać pierwszą edycję**

To pierwszy raport mini dla kategorii edukacja i szkolenia. Ustanawia punkt odniesienia na podstawie 17 zapytań dotyczących wybranych miast oraz pytań ogólnopolskich, czterech modeli AI i 166 ukończonych odpowiedzi z 296 uruchomionych pomiarów w okresie 17.05-14.08.2026. Wyniki nie są pełnym rankingiem wszystkich firm szkoleniowych i coachingowych działających w Polsce.

Rozdział 1

# Widoczność marek w AI

## Delta Training liderem, ale z niewielką przewagą

Delta Training osiągnęło AI Share of Voice na poziomie 9,9%, przed Challenge Box (7,4%) i Gamma (6,4%), która osiąga niemal identyczny Citation Share co Challenge Box (16,3% wobec 16,2%).

| #2 | #1 | #3 |
|---|---|---|
| Challenge Box | Delta Training | Gamma |
| **7,4%** | **9,9%** | **6,4%** |
| 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 | **Delta Training** | **18,7%** | **9,9%** | **20,9%** | **12,0%** | **82/18/0** | **4,9** |
| 2 | Challenge Box | 13,9% | 7,4% | 16,2% | 6,6% | 75/25/0 | 6,2 |
| 3 | Gamma | 12,0% | 6,4% | 16,3% | 6,0% | 88/13/0 | 4,9 |
| 4 | Training Projects | 10,8% | 5,8% | 12,4% | 3,6% | 97/3/0 | 6,3 |
| 5 | B&O Navigator | 9,6% | 5,1% | 13,4% | 3,0% | 57/43/0 | 5,3 |
| 6 | Human Skills | 8,4% | 4,5% | 11,2% | 4,8% | 95/5/0 | 3,4 |
| 7 | ODiTK | 7,8% | 4,2% | 9,7% | 3,0% | 95/5/0 | 6,7 |
| 8 | EY Academy of Business | 7,2% | 3,8% | 9,4% | 5,4% | 100/0/0 | 3,8 |
| 9 | ADN Akademia | 6,6% | 3,5% | 5,9% | 0,6% | 87/13/0 | 5,7 |
| 10 | IBD Business School | 6,0% | 3,2% | 6,5% | 1,8% | 100/0/0 | 5,8 |

**18,7%**

**odpowiedzi zawierało wzmiankę o Delta Training**

**Wniosek**

TOP 10 marek odpowiada łącznie za około 53,8% Share of Voice, jeden z wyższych wyników koncentracji w tej serii raportów. ADN Akademia, mimo dziewiątej pozycji w rankingu zbiorczym, ma Recommendation Rate na poziomie zaledwie 0,6%, dwudziestokrotnie niższy niż lider kategorii.

**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.

Rozdział 2

# ADN Akademia, lider jednego modelu z najniższą rekomendacją w kategorii

## Delta Training prowadzi trzy modele, Gamma jeden

Delta Training prowadzi w Anthropic (14,3%) i OpenAI, gdzie ranking jest wyjątkowo płaski, wszystkie dziesięć marek ma identyczny wynik (4,2%). W Gemini API liderem jest Gamma (8,5%), a w Perplexity ADN Akademia (10,2%), marka nieobecna w TOP 10 pozostałych trzech modeli.

| Model | Lider | AI Share of Voice lidera | Kolejne wyniki |
|---|---|---|---|
| Anthropic | **Delta Training** | **14,3%** | **AVENHANSEN 8,2%, B&O Navigator 6,1%** |
| Gemini API | Gamma | 8,5% | Delta Training 7,7%, Challenge Box 7,0% |
| OpenAI | dziesięć marek ex aequo | 4,2% | brak wyraźnego lidera |
| Perplexity | ADN Akademia | 10,2% | Firma Szkoleniowa Roku 2024 8,0%, B&O Navigator 6,8% |

**Ciekawostka**

W OpenAI wszystkie dziesięć marek z TOP 10 ma dokładnie ten sam wynik, 4,2%. To wskazuje na bardzo rozproszony i płytki zestaw odpowiedzi tego modelu dla tej kategorii, bez jednego wyraźnego punktu odniesienia.

**Komentarz eksperta**

ADN Akademia zajmuje dziewiąte miejsce w rankingu zbiorczym, ale w Perplexity jest liderem z wynikiem 10,2%, wyższym niż najlepszy wynik modelowy samego Delta Training (14,3% w Anthropic, ale to inny model). Prostym wnioskiem byłoby uznanie ADN Akademia za markę silną przynajmniej w jednym istotnym kanale. Warto jednak zestawić to z jej Recommendation Rate: 0,6%, najniższym w całym TOP 10, dwudziestokrotnie niższym niż u Delta Training. Marka, która w jednym modelu wygrywa, prawie nigdy nie jest tam przedstawiana jako konkretne polecenie. Mechanizm tego rozdźwięku prawdopodobnie wynika z charakteru samych wzmianek. Model może wymienić ADN Akademia w odpowiedzi na pytanie o rozpoznawalne firmy szkoleniowe w Polsce, bez przechodzenia do formy rekomendacji, na przykład w zdaniu porównawczym albo przy wyliczeniu kilku znanych podmiotów. Wysoka częstotliwość takiego wymienienia w jednym modelu nie musi oznaczać, że ten model uznaje markę za wartą polecenia, tylko że rozpoznaje ją jako istotny podmiot rynku. Ten sam mechanizm, tylko w bardziej skrajnej formie, widać w OpenAI, gdzie wszystkie dziesięć marek TOP 10 ma identyczny wynik 4,2%. Tak płaski rozkład sugeruje, że w tym modelu żadna marka nie wybija się wystarczająco wyraźnie, żeby zbudować stabilną pozycję, co samo w sobie jest informacją o tym, jak dojrzała jest wiedza tego konkretnego modelu o polskim rynku szkoleniowym. Granica interpretacji: wynik ADN Akademia w Perplexity, choć wyraźny, opiera się na wciąż ograniczonej próbie pojedynczego modelu, a Recommendation Rate rzędu 0,6% oznacza w praktyce pojedynczy przypadek na tle wielu wzmianek. Dla firmy szkoleniowej wniosek jest praktyczny. Wysoka pozycja w jednym modelu, nawet jeśli wygląda imponująco, warto zweryfikować pod kątem tego, czy towarzyszy jej realna rekomendacja, czy tylko rozpoznawalność nazwy. To dwa różne cele komunikacyjne i wymagają różnych działań.

**Michał Gaszewski**
Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

Rozdział 3

# Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

## Strony własne firm szkoleniowych przeważają nad katalogami

Najczęściej cytowaną domeną było oferteo.pl (4,4%), ale siedem z dziesięciu miejsc w TOP 10 to strony własne konkretnych firm szkoleniowych.

**TOP 10 cytowanych domen**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | oferteo.pl | **4,4%** |
| 2 | projektgamma.pl | **3,4%** |
| 3 | saleswise.pl | **2,4%** |
| 4 | szkolenia.com | **2,1%** |
| 5 | challengebox.eu | **2,1%** |
| 6 | bonavigator.pl | **1,9%** |
| 7 | deltatraining.pl | **1,6%** |
| 8 | panoramafirm.pl | **1,6%** |
| 9 | silleo.pl | **1,6%** |
| 10 | szkolenia-semper.pl | **1,6%** |

| Domena | Typ źródła | Unikalne przebiegi | Udział cytowań |
|---|---|---|---|
| **oferteo.pl** | **katalog** | **62** | **4,4%** |
| projektgamma.pl | domena marki | 47 | 3,4% |
| saleswise.pl | domena marki | 34 | 2,4% |
| szkolenia.com | katalog | 29 | 2,1% |
| challengebox.eu | domena marki | 29 | 2,1% |
| bonavigator.pl | domena marki | 27 | 1,9% |
| deltatraining.pl | domena marki | 23 | 1,6% |
| panoramafirm.pl | katalog | 23 | 1,6% |
| silleo.pl | domena marki | 23 | 1,6% |
| szkolenia-semper.pl | domena marki | 22 | 1,6% |

**Wniosek**

Zarówno Gamma, jak i Delta Training mają swoje własne domeny w TOP 10 cytowań, co potwierdza, że modele nie tylko wymieniają te marki, ale też realnie sięgają po ich strony przy budowaniu odpowiedzi. Udział źródeł własnych (owned) w całym krajobrazie wyniósł 14,7%.

**Klasyfikacja źródeł**

Typ źródła został rozpoznany dla 57,5% cytowań. Katalogi odpowiadały za 13,5% krajobrazu źródeł, mniej niż w budownictwie czy stomatologii.

Rozdział 4

# Co modele mówiły o liderze

## Delta Training opisywane przez pryzmat profesjonalizmu i specjalizacji

Wśród sklasyfikowanych wzmianek o Delta Training 82% miało wydźwięk pozytywny, a 18% neutralny.

**82%**

**sklasyfikowanych wzmianek o Delta Training miało pozytywny wydźwięk**

| Motyw przypisywany marce | Liczba wskazań |
|---|---|
| **Doświadczenie i profesjonalizm** | **3** |
| Wyraźna specjalizacja | 1 |

**Wniosek**

Delta Training ma najwyższy Recommendation Rate w TOP 10 (12,0%), wyraźnie wyższy niż drugie miejsce, Challenge Box (6,6%). W tej kategorii przewaga lidera opiera się więc nie tylko na częstotliwości wzmianek, ale i na tym, jak często te wzmianki przechodzą w konkretne polecenie.

Rozdział 5

# Zakres pytań i metodologia

## Jakie potrzeby użytkowników obejmowało badanie

Zestaw składał się z 17 zapytań bez nazw marek, dotyczących wyboru firmy szkoleniowej, coachingowej lub językowej dla biznesu. Pytania obejmowały Polskę oraz siedem miast: Gdańsk, Katowice, Kraków, Łódź, Poznań, Warszawę i Wrocław.

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

### Liderzy według intencji zapytania

| Intencja | Liczba zapytań | Lider | Mention Rate |
|---|---|---|---|
| **Wybór najlepszej marki (best_of)** | **6** | **Training Projects** | **4,9%** |
| Rekomendacja | 6 | Delta Training | 5,1% |
| Inna | 4 | Delta Training | 5,6% |

Delta Training prowadzi w dwóch z trzech głównych kategorii intencji, w tym w zapytaniach rekomendacyjnych. Nie prowadzi jednak wśród zapytań o najlepszą markę, gdzie na czoło wysuwa się Training Projects, czwarta marka rankingu zbiorczego. Dane

źródłowe nie wskazują osobnego, wiarygodnego lidera dla jedynego zapytania poradnikowego w tej kategorii.

| Źródło | |
|---|---|
| **Okres** | 17.05.2026-14.08.2026 |
| **Rynek** | Polska |
| **Modele** | Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity |
| **Próba** | 166 ukończonych odpowiedzi z 296 uruchomionych pomiarów |
| **Zapytania** | 17 niebrandowych zapytań, bez duplikatów i near-duplicates |
| **Metodologia** | industry_sov_v1 |
| **Zakres SoV** | udział branżowy wśród 30 marek spełniających minimalny próg próby w kategorii |
| **Wersja** | pierwsza edycja raportu mini, bez porównań historycznych |

## Trzy wnioski dla rynku

### 1 Lider jednego modelu nie musi być polecany

ADN Akademia prowadzi w Perplexity, ale ma najniższy Recommendation Rate w TOP 10 (0,6%). Wysoka pozycja w jednym modelu nie oznacza automatycznie częstej rekomendacji.

### 2 OpenAI nie ma tu wyraźnego lidera

Wszystkie dziesięć marek TOP 10 w OpenAI ma identyczny wynik, 4,2%. To wyjątkowo płaski rozkład w porównaniu z pozostałymi modelami.

### 3 Przewaga lidera opiera się też na rekomendacji, nie tylko na wzmiankach

Delta Training ma najwyższy Recommendation Rate w kategorii (12,0%), niemal dwukrotnie wyższy niż druga marka. To wzmacnia jego pozycję ponad samą częstotliwość wzmianek.