Zacytowani

Raport widoczności marek w AI

Narzędzia SaaS · 17.05-14.08.2026

Które narzędzia SaaS modele AI pokazują, rekomendują i cytują najczęściej w odpowiedziach dla polskich firm?

Próba badania	Zakres danych	Publikacja
214 odpowiedzi · 28 zapytań · 69 marek · 4 modele	17.05.2026 – 14.08.2026	15.08.2026

Najważniejszy wniosek

WooCommerce było najbardziej widoczną marką w badanym wycinku rynku narzędzi SaaS, z Mention Rate na poziomie 11,7% i AI Share of Voice 3,6%. To najniższy wynik lidera kategorii w całej tej serii raportów: aż 69 marek spełniło minimalny próg próby, więcej niż w jakiejkolwiek innej dotąd zbadanej branży. Kategoria "narzędzia SaaS" okazuje się w praktyce sumą kilkunastu odrębnych rynków, od CRM po VoIP, a zbiorczy ranking maskuje to, że w wielu z tych węższych obszarów jeden dostawca działa niemal jak domyślna odpowiedź modelu.

214 **ukończone odpowiedzi** z 386 uruchomionych pomiarów	**28** **zapytań** wszystkie bez nazw marek	**69** **marek** spełniających minimalny próg próby
4 **modele AI** Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity	**2080** **wzmianek** o markach w badanej kategorii	**2186** **cytowań** zarejestrowanych w odpowiedziach

Jak czytać pierwszą edycję

To pierwszy raport mini dla kategorii narzędzia SaaS. Ustanawia punkt odniesienia na podstawie 28 zapytań obejmujących kilkanaście różnych podkategorii oprogramowania, czterech modeli AI i 214 ukończonych odpowiedzi z 386 uruchomionych pomiarów w okresie 17.05-14.08.2026. Wyniki opisują ten konkretny zestaw pytań, modeli i odpowiedzi, a nie pełny ranking wszystkich dostawców oprogramowania SaaS dostępnych w Polsce.

Rozdział 1

Widoczność marek w AI

WooCommerce liderem najbardziej rozdrobnionego zestawienia w tej serii

WooCommerce uzyskało pierwsze miejsce z AI Share of Voice na poziomie 3,6%, a Livespace i PrestaShop podzieliły drugie miejsce z wynikiem 3,2%. To bardzo płaski rozkład: różnica między pozycją 1 a 10 w TOP 10 to zaledwie jeden punkt procentowy.

#2	#1	#3
Livespace	WooCommerce	PrestaShop
3,2%	3,6%	3,2%
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	**WooCommerce**	**11,7%**	**3,6%**	**10,6%**	**7,0%**	**45/55/0**	**7,2**
2	Livespace	10,3%	3,2%	10,6%	7,9%	90/10/0	6,3
3	PrestaShop	10,3%	3,2%	9,5%	6,1%	48/52/0	8,1
4	HubSpot	9,8%	3,0%	11,8%	8,9%	65/35/0	8,7
5	Trello	9,3%	2,9%	10,3%	6,5%	86/14/0	4,9
6	Asana	9,3%	2,9%	10,5%	6,1%	81/19/0	5,4
7	Pipedrive	8,9%	2,7%	9,6%	7,0%	75/25/0	8,2
8	Firmao	8,4%	2,6%	8,1%	6,1%	97/3/0	5,1
9	Shoper	8,4%	2,6%	7,5%	3,7%	55/45/0	6,7
10	Bitrix24	8,4%	2,6%	8,0%	6,5%	63/37/0	8,1

Wniosek

TOP 10 marek odpowiada łącznie za zaledwie około 29,3% Share of Voice, najniższy wynik koncentracji czołówki w tej serii raportów. To bezpośredni skutek liczby marek spełniających próg próby: 69, dwu- do trzykrotnie więcej niż w większości pozostałych zbadanych dotąd kategorii.

Rozdział 2

Jedna kategoria, dwadzieścia rynków

Zbiorczy ranking ukrywa liderów w poszczególnych zastosowaniach

Zestaw zapytań objął nie jeden, lecz co najmniej dwadzieścia odrębnych zastosowań oprogramowania: od zarządzania projektami, przez CRM, e-commerce, marketing automation, po VoIP i inwentaryzację magazynową. Dla większości z nich dane pozwalają wskazać lidera widoczności w danym, węższym obszarze.

Temat	Zapytania	Próba	Lider	Mention Rate
Zarządzanie projektami	**2**	**16**	**Trello**	**100,0%**
CRM	2	15	Livespace	100,0%
Platforma e-commerce	2	15	WooCommerce	93,3%
Marketing automation	2	15	GetResponse	80,0%
Narzędzia sprzedażowe	2	15	HubSpot	60,0%
Cyberbezpieczeństwo	2	15	ComCERT	20,0%
Oprogramowanie księgowe	2	14	inFakt	71,4%
Oprogramowanie HR	2	14	eRecruiter	57,1%
Narzędzia AI	1	8	Make	87,5%
Analityka webowa	1	8	Hotjar	100,0%
Infrastruktura chmurowa	1	8	AWS	50,0%
Komunikacja zespołowa	1	8	Slack	100,0%
Obsługa klienta	1	8	Freshdesk	87,5%
Obieg dokumentów	1	8	SaldeoSMART	75,0%
Podpis elektroniczny	1	8	Autenti	62,5%
ERP	1	8	Comarch ERP XL	87,5%
Automatyzacja (low-code)	1	8	n8n	100,0%
Płatności online	1	8	Przelewy24	100,0%
Telefonia VoIP	1	8	Zadarma	75,0%
Gospodarka magazynowa	1	7	BaseLinker	71,4%

Ciekawostka

W sześciu z dwudziestu podkategorii lider osiąga 100% Mention Rate: Trello w zarządzaniu projektami, Livespace w CRM, Hotjar w analityce webowej, Slack w komunikacji zespołowej, n8n w automatyzacji i Przelewy24 w płatnościach online. Jednocześnie w cyberbezpieczeństwie lider, ComCERT, ma zaledwie 20% Mention Rate. To jedyny temat w zestawieniu, w którym żadna marka nie zbliża się do pozycji domyślnej odpowiedzi modelu.

Komentarz eksperta

Łatwo przeczytać AI Share of Voice na poziomie 3,6% dla lidera kategorii jako dowód, że rynek narzędzi SaaS w AI jest wyjątkowo otwarty i nikt na nim nie dominuje. To uproszczenie, które nie wytrzymuje zderzenia z tabelą liderów tematów. Jest ono zresztą wygodne: sugeruje, że każda marka SaaS ma w AI porównywalne szanse na widoczność niezależnie od tego, w jakiej niszy działa. Dane pokazują coś innego. Mechanizm jest natury matematycznej i wynika z konstrukcji tej kategorii. “Narzędzia SaaS” to etykieta zbiorcza obejmująca kilkanaście rozłącznych zastosowań: system CRM nie konkuruje z narzędziem do podpisu elektronicznego ani z platformą e-commerce o te same zapytania użytkowników. Model AI, odpowiadając na pytanie o konkretne zastosowanie, wybiera spośród dostawców właściwych dla tego zastosowania, a nie spośród wszystkich 69 marek w kategorii. Kiedy jednak wynik agreguje się do jednego, wspólnego Share of Voice, każda marka jest dzielona przez sumę wzmianek wszystkich pozostałych, również tych z zupełnie innych nisz, z którymi nigdy realnie nie konkurowała. Efekt: nawet dostawca, który jest praktycznie domyślną odpowiedzią modelu w swoim zastosowaniu, jak Slack w komunikacji zespołowej czy n8n w automatyzacji, w zbiorczym zestawieniu ląduje z udziałem rzędu kilku procent, bo dzieli mianownik z markami, których użytkownik pytający o Slacka nigdy by nie rozważał. Granica interpretacji przebiega w wielkości próby na poziomie pojedynczego tematu. Większość podkategorii opiera się na 7-16 ukończonych odpowiedziach, a wynik 100% Mention Rate przy próbie rzędu ośmiu odpowiedzi oznacza, że dana marka pojawiła się w każdej z nich, ale nie pozwala jeszcze stwierdzić, że tak będzie przy szerszym zestawie zapytań czy dłuższym oknie czasowym. Wyjątkiem, który akurat wzmacnia wiarygodność tego obrazu, jest cyberbezpieczeństwo: to jedyny temat, w którym żadna marka nie dominuje, co sugeruje, że model rzeczywiście różnicuje swoje odpowiedzi w zależności od tego, jak skonsolidowany lub rozdrobniony jest dany rynek narzędzi, a nie że każdy temat mechanicznie generuje jednego “zwycięzcę”. Dla marki i zespołu marketingowego płynie z tego konkretny wniosek. Porównywanie się z konkurencją po zbiorczym Share of Voice w kategorii “SaaS” jest w tym przypadku pozbawione sensu: liczba ta jest ustrukturyzowanie zaniżona przez samą konstrukcję kategorii i nie odróżnia lidera niszy od gracza obecnego wszędzie po trochu. Właściwym punktem odniesienia jest wynik we własnym, konkretnym temacie: jeśli w Twoim zastosowaniu model ma już domyślną odpowiedź, a to nie Twoja marka, to jest to sygnał do działania, którego żaden zbiorczy procent nie pokaże.

Michał Gaszewski
Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

3

Rozdział 3

Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

Najniższa koncentracja cytowanych domen w tej serii

Najczęściej cytowaną domeną było bitrix24.pl, obecne w 30 unikalnych przebiegach i odpowiadające za 1,4% cytowań. To najniższy wynik lidera cytowań spośród dotąd zbadanych kategorii i bezpośrednie odbicie tego, że i tutaj rynek jest rozbity na wiele osobnych nisz z osobnymi, wiodącymi domenami.

TOP 10 cytowanych domen

1	bitrix24.pl	**1,4%**
2	youtube.com	**1,3%**
3	wojciechmatula.com	**1,3%**
4	mailgrow.pl	**1,2%**
5	hauerpower.com	**1,0%**
6	capterra.pl	**1,0%**
7	mamstartup.pl	**0,8%**
8	sellwise.pl	**0,7%**
9	symfonia.pl	**0,7%**
10	clickup.com	**0,6%**

Domena	Typ źródła	Unikalne przebiegi	Udział cytowań
bitrix24.pl	**domena marki**	**30**	**1,4%**
youtube.com	treści użytkowników	28	1,3%
wojciechmatula.com	domena marki	28	1,3%
mailgrow.pl	domena marki	27	1,2%
hauerpower.com	domena marki	22	1,0%
capterra.pl	katalog	21	1,0%
mamstartup.pl	medium	18	0,8%
sellwise.pl	domena marki	15	0,7%
symfonia.pl	domena marki	15	0,7%
clickup.com	domena marki	14	0,6%

Wniosek

Dziesięć najczęściej cytowanych domen odpowiada łącznie za zaledwie 17,5% wszystkich cytowań. To najniższa koncentracja czołówki źródeł w tej serii. Katalogi branżowe, tak dominujące w innych kategoriach jak nieruchomości czy usługi prawne, odpowiadają tu za jedynie 3,0% cytowań: capterra.pl to jedyny katalog w TOP 10.

Klasyfikacja źródeł

Typ źródła został rozpoznany dla 49,7% cytowań. Udział źródeł własnych marek (owned) w całym krajobrazie wyniósł 4,6% wobec 95,4% źródeł zewnętrznych.

Rozdział 4

Co modele mówiły o liderze

WooCommerce: wysoka widoczność, ale podzielony wydźwięk

Wśród sklasyfikowanych wzmianek o WooCommerce 45% miało wydźwięk pozytywny, a 55% neutralny. Nie zarejestrowano wzmianek negatywnych, ale przewaga neutralnych nad pozytywnymi jest w tej kategorii nietypowa: Livespace, marka na drugim miejscu rankingu, ma 90% pozytywnych wzmianek, Firmao na miejscu 8 aż 97%.

55%

wzmianek o WooCommerce miało wydźwięk neutralny, a nie pozytywny

Automatyczna analiza opisów lidera wskazała dwie grupy motywów:

Motyw przypisywany marce	Liczba wskazań
Pozytywne rekomendacje	**1**
Łatwość i szybkość działania	1

Wniosek

Wysoka widoczność WooCommerce nie idzie w tej kategorii w parze z wyraźnie pozytywnym wydźwiękiem opisów, w przeciwieństwie do Livespace czy Firmao, gdzie widoczność i pozytywny odbiór są ze sobą znacznie silniej powiązane.

Rozdział 5

Zakres pytań i metodologia

Jakie potrzeby użytkowników obejmowało badanie

Zestaw składał się z 28 zapytań bez nazw marek, obejmujących kilkanaście podkategorii oprogramowania: od platform e-commerce, przez CRM, narzędzia do zarządzania projektami, marketing automation, cyberbezpieczeństwo, po systemy ERP, VoIP i gospodarkę magazynową.

Intencja zapytania	Liczba zapytań	Udział w zestawie
Rekomendacja	**15**	**53,6%**
Inna	7	25,0%
Wybór najlepszej marki	5	17,9%
Poradnikowa	1	3,6%

Wszystkie 28 zapytań było niebrandowych. Audyt zestawu nie wykazał duplikatów ani zapytań bardzo podobnych.

Liderzy według intencji zapytania

Intencja	Liczba zapytań	Lider	Mention Rate
Rekomendacja	**15**	**HubSpot**	**1,7%**
Inna	7	Asana	3,5%
Wybór najlepszej marki	5	GetResponse	3,4%
Poradnikowa	1	PrestaShop	16,7%

Źródło

Okres	17.05.2026-14.08.2026
Rynek	Polska
Modele	Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity
Próba	214 ukończonych odpowiedzi z 386 uruchomionych pomiarów
Zapytania	28 niebrandowych zapytań, bez duplikatów i near-duplicates
Metodologia	industry_sov_v1
Zakres SoV	udział branżowy wśród 69 marek spełniających minimalny próg próby w kategorii
Wersja	pierwsza edycja raportu mini, bez porównań historycznych

Trzy wnioski dla rynku

1 To dwadzieścia rynków, nie jeden

Zestaw zapytań obejmuje co najmniej dwadzieścia odrębnych zastosowań oprogramowania. Zbiorczy Share of Voice jest strukturalnie zaniżony i nie nadaje się do porównań konkurencyjnych. Właściwym punktem odniesienia jest wynik we własnym temacie.

2 W wielu niszach istnieje już domyślna odpowiedź modelu

W sześciu z dwudziestu tematów lider osiąga 100% Mention Rate. Marki, które nie są tą domyślną odpowiedzią w swoim zastosowaniu, są w praktyce niewidoczne w tym konkretnym temacie, niezależnie od wyniku zbiorczego.

3 Cyberbezpieczeństwo pozostaje realnie konkurencyjne

To jedyny temat w zestawieniu bez wyraźnego lidera: ComCERT prowadzi z zaledwie 20% Mention Rate. Kontrast z tematami o 100% pokazuje, że rozdrobnienie nie jest artefaktem metody, lecz rzeczywistą cechą niektórych nisz.