Zacytowani

Raport widoczności marek w AI

Stomatologia · 17.05-14.08.2026

Które kliniki stomatologiczne i sieci medyczne modele AI pokazują, rekomendują i cytują najczęściej?

Próba badania	Zakres danych	Publikacja
178 odpowiedzi · 19 zapytań · 37 marek · 4 modele	17.05.2026 – 14.08.2026	15.08.2026

Najważniejszy wniosek

LUX MED było najbardziej widoczną marką w badanym wycinku rynku stomatologicznego, z AI Share of Voice 10,3%, tuż przed Medicover (9,2%). Trzy marki dalej w rankingu, Warsaw Dental Center, Dynasty Stomatology i Śmigiel Implant Master Clinic, mają identyczny Mention Rate (6,2%) i identyczny Share of Voice (3,2%), ale ich Recommendation Rate różni się ośmiokrotnie: od 0,6% do 5,1%. Trzecia marka w rankingu, Enel-Med, wyróżnia się z kolei najniższym w TOP 10 udziałem pozytywnych wzmianek (55%), znacznie poniżej pozostałych klinik.

178 **ukończone odpowiedzi** z 315 uruchomionych pomiarów	**19** **zapytań** wszystkie bez nazw marek	**37** **marek** spełniających minimalny próg próby
4 **modele AI** Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity	**1056** **wzmianek** o markach w badanej kategorii	**1545** **cytowań** zarejestrowanych w odpowiedziach

Jak czytać pierwszą edycję

To pierwszy raport mini dla kategorii stomatologia. Ustanawia punkt odniesienia na podstawie 19 zapytań dotyczących wybranych miast oraz pytań ogólnopolskich, czterech modeli AI i 178 ukończonych odpowiedzi z 315 uruchomionych pomiarów w okresie 17.05-14.08.2026. Wyniki nie są pełnym rankingiem wszystkich klinik stomatologicznych i sieci medycznych działających w Polsce.

Rozdział 1

Widoczność marek w AI

LUX MED i Medicover blisko siebie na szczycie

LUX MED osiągnęło AI Share of Voice na poziomie 10,3%, minimalnie przed Medicover (9,2%), różnica to 1,1 punktu procentowego. Trzecie miejsce, ze znacznie niższym wynikiem (5,2%), zajęło Enel-Med.

#2	#1	#3
Medicover	LUX MED	Enel-Med
9,2%	**10,3%**	**5,2%**
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	**LUX MED**	**20,2%**	**10,3%**	**20,1%**	**8,4%**	**73/27/0**	**6,2**
2	Medicover	18,0%	9,2%	17,7%	6,2%	76/24/0	5,5
3	Enel-Med	10,1%	5,2%	10,7%	3,9%	55/45/0	7,8
4	Centrum Medyczne UNIMED	9,6%	4,9%	7,3%	2,8%	86/14/0	6,0
5	ChilliDent	7,9%	4,0%	10,4%	3,9%	100/0/0	4,2
6	Dentrum Clinic	7,3%	3,7%	6,9%	4,5%	100/0/0	5,0
7	Warsaw Dental Center	6,2%	3,2%	8,0%	3,9%	88/13/0	3,1
8	Dynasty Stomatology	6,2%	3,2%	6,3%	0,6%	100/0/0	3,2
9	Śmigiel Implant Master Clinic	6,2%	3,2%	4,5%	5,1%	100/0/0	2,7
10	Centrum Medyczne Severux	5,6%	2,9%	7,7%	1,1%	100/0/0	6,1

20,2%

odpowiedzi zawierało wzmiankę o LUX MED

Wniosek

Trzy marki na pozycjach 7-9, Warsaw Dental Center, Dynasty Stomatology i Śmigiel Implant Master Clinic, mają identyczny Mention Rate i Share of Voice, ale Recommendation Rate różni je od 0,6% do 5,1%, ośmiokrotnie. Ta sama widoczność liczbowa kryje więc bardzo różne role, jakie te marki pełnią w odpowiedziach modeli.

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

LUX MED prowadzi w trzech modelach, Medicover w Gemini

Rozkład modeli potwierdza przewagę LUX MED, z jednym wyjątkiem

LUX MED prowadzi w Anthropic (9,8%), OpenAI (6,8%) i Perplexity (7,9%). W Gemini API pierwsze miejsce należy do Medicover (9,9%), a LUX MED spada tam na drugą pozycję (7,8%). Enel-Med, trzecia marka rankingu zbiorczego, nie znajduje się w TOP 10 Anthropic.

Model	Lider	AI Share of Voice lidera	Kolejne wyniki
Anthropic	**LUX MED**	**9,8%**	**ChilliDent 6,6%, Przychodnia Krakowska 6,6%**
Gemini API	Medicover	9,9%	LUX MED 7,8%, Enel-Med 7,1%
OpenAI	LUX MED	6,8%	Centrum Medyczne UNIMED 6,1%, Medicover 5,3%
Perplexity	LUX MED	7,9%	Medicover 7,1%, Centrum Medyczne Severux 5,6%

Ciekawostka

Warsaw Dental Center, Dynasty Stomatology i Śmigiel Implant Master Clinic mają identyczny Mention Rate (6,2%), ale ich Recommendation Rate to odpowiednio 3,9%, 0,6% i 5,1%. Dynasty Stomatology jest wymieniane niemal tak samo często jak pozostałe dwie marki, ale prawie nigdy nie jako rekomendacja.

Komentarz eksperta

Łatwo założyć, że trzy marki z identycznym Mention Rate zajmują w praktyce tę samą pozycję rynkową. Warsaw Dental Center, Dynasty Stomatology i Śmigiel Implant Master Clinic pokazują, że tak nie jest. Wszystkie trzy pojawiają się w 6,2% odpowiedzi, ale Dynasty Stomatology niemal nigdy nie jest przedstawiane jako rekomendacja (0,6%), podczas gdy Śmigiel Implant Master Clinic, marka o wyraźnie węższej specjalizacji sugerowanej samą nazwą, jest polecana ośmiokrotnie częściej (5,1%), a Warsaw Dental Center plasuje się pośrodku (3,9%). Mechanizm, który to tłumaczy, wynika z różnicy między tym, że model wspomina markę, a tym, że formułuje na jej temat jednoznaczne polecenie. Wzmianka może pojawić się w wyliczeniu kilku klinik w danym mieście, bez żadnej oceny. Rekomendacja wymaga, żeby model przeszedł od samego wymienienia nazwy do stwierdzenia w rodzaju “warto rozważyć” albo “poleca się”. To, czy model robi ten krok, może zależeć od tego, jak jednoznacznie sformułowany jest profil marki w źródłach, z których korzysta, a niekoniecznie od jakości samej kliniki. Drugi, osobny wątek dotyczy Enel-Med. Marka zajmuje trzecie miejsce w rankingu zbiorczym, ale ma najniższy w TOP 10 udział pozytywnych wzmianek: 55% wobec 73-100% u pozostałych. Widoczność na wysokiej pozycji nie oznacza więc automatycznie, że opis jest jednoznacznie korzystny. Granica interpretacji: wydźwięk i Recommendation Rate marek na dalszych pozycjach TOP 10 opierają się na kilkunastu, a nie kilkuset sklasyfikowanych wzmiankach, więc różnica ośmiokrotna między Dynasty Stomatology a Śmigiel Implant Master Clinic jest wyraźnym sygnałem kierunkowym, ale nie należy jej traktować jako precyzyjnie zmierzonej proporcji. Dla kliniki czy sieci medycznej wniosek jest konkretny. Sam fakt, że marka pojawia się równie często jak konkurencja, nie mówi jeszcze, czy pojawia się jako neutralna pozycja na liście, czy jako konkretne polecenie. Warto sprawdzać Recommendation Rate osobno od Mention Rate, zwłaszcza gdy oba wskaźniki u konkurencji wyglądają na pierwszy rzut oka identycznie.

Michał Gaszewski
Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

Rozdział 3

Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

Portale z opiniami pacjentów dominują wśród cytowań

Najczęściej cytowaną domeną był znanylekarz.pl (5,2%), a sześć z dziesięciu miejsc w TOP 10 to katalogi i portale z opiniami pacjentów, a nie strony własne klinik.

TOP 10 cytowanych domen

1	znanylekarz.pl	**5,2%**
2	kliniki.pl	**4,3%**
3	oferteo.pl	**1,9%**
4	rankinglekarzy.pl	**1,7%**
5	dentomed.com.pl	**1,4%**
6	bestofwarsaw.pl	**1,0%**
7	rankingpro.pl	**1,0%**
8	declinic.pl	**1,0%**
9	unimed-nzoz.pl	**0,9%**
10	drfrank.pl	**0,9%**

Domena	Typ źródła	Unikalne przebiegi	Udział cytowań
znanylekarz.pl	**katalog**	**80**	**5,2%**
kliniki.pl	katalog	66	4,3%
oferteo.pl	katalog	29	1,9%
rankinglekarzy.pl	katalog	27	1,7%
dentomed.com.pl	domena marki	22	1,4%
bestofwarsaw.pl	katalog	16	1,0%
rankingpro.pl	katalog	16	1,0%
declinic.pl	domena marki	15	1,0%
unimed-nzoz.pl	domena marki	14	0,9%
drfrank.pl	domena marki	14	0,9%

Wniosek

W stomatologii, w przeciwieństwie do IT i HR, modele opierają odpowiedzi przede wszystkim na portalach z opiniami i rankingami lekarzy, a nie na stronach klinik. Znanylekarz.pl i kliniki.pl razem odpowiadają za 9,5% wszystkich cytowań, więcej niż jakakolwiek pojedyncza klinika w tej kategorii.

Klasyfikacja źródeł

Typ źródła został rozpoznany dla 46,1% cytowań, najniższy odsetek w tej serii raportów jak dotąd. Ten wynik warto traktować jako obraz części, a nie całości krajobrazu źródeł tej kategorii.

Rozdział 4

Co modele mówiły o liderze

LUX MED opisywane przez pryzmat dopasowania do lokalnego rynku

Wśród sklasyfikowanych wzmianek o LUX MED 73% miało wydźwięk pozytywny, a 27% neutralny. Automatyczna analiza opisów wskazała dopasowanie do polskiego i lokalnego rynku jako zdecydowanie najczęściej przypisywaną cechę.

73%

sklasyfikowanych wzmianek o LUX MED miało pozytywny wydźwięk

Motyw przypisywany marce	Liczba wskazań
Dopasowanie do polskiego i lokalnego rynku	**3**
Silna pozycja i renoma	1

Wniosek

Profil lidera w tej kategorii jest krótszy niż w innych badanych branżach, tylko dwie grupy motywów zamiast zwykle czterech lub pięciu. To sygnał, że opisy LUX MED w klasyfikowanych fragmentach są bardziej jednorodne, skoncentrowane na skali i lokalnej obecności sieci, a nie na szczegółach oferty medycznej.

Rozdział 5

Zakres pytań i metodologia

Jakie potrzeby użytkowników obejmowało badanie

Zestaw składał się z 19 zapytań bez nazw marek, dotyczących wyboru kliniki stomatologicznej, przychodni prywatnej lub sieci medycznej. Pytania obejmowały Polskę oraz siedem miast: Gdańsk, Katowice, Kraków, Łódź, Poznań, Warszawę i Wrocław.

Intencja zapytania	Liczba zapytań	Udział w zestawie
Rekomendacja	**8**	**42,1%**
Wybór najlepszej marki	6	31,6%
Inna	3	15,8%
Poradnikowa	2	10,5%

Liderzy według intencji zapytania

Intencja	Liczba zapytań	Lider	Mention Rate
Wybór najlepszej marki (best_of)	**6**	**LUX MED**	**4,0%**
Rekomendacja	8	LUX MED	3,4%
Inna	3	Centrum Medyczne UNIMED	14,7%

LUX MED prowadzi w dwóch z trzech głównych kategorii intencji, w tym w zapytaniach rekomendacyjnych, które stanowią największą część zestawu (42,1%). Kategorię “inna” wygrywa Centrum Medyczne UNIMED z wynikiem znacznie wyższym niż liderzy pozostałych kategorii, co wynika z bardzo małej liczby zapytań w tej grupie (3). Dane źródłowe nie wskazują osobnego, wiarygodnego lidera dla dwóch zapytań poradnikowych w tej kategorii, dlatego nie prezentujemy go tutaj.

Źródło

Okres	17.05.2026-14.08.2026
Rynek	Polska
Modele	Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity
Próba	178 ukończonych odpowiedzi z 315 uruchomionych pomiarów
Zapytania	19 niebrandowych zapytań, bez duplikatów; jedna para zapytań oznaczona jako near-duplicate
Metodologia	industry_sov_v1
Zakres SoV	udział branżowy wśród 37 marek spełniających minimalny próg próby w kategorii
Wersja	pierwsza edycja raportu mini, bez porównań historycznych

Trzy wnioski dla rynku

1 Ta sama widoczność, ośmiokrotnie różna rekomendacja

Warsaw Dental Center, Dynasty Stomatology i Śmigiel Implant Master Clinic mają identyczny Mention Rate, ale Recommendation Rate różni je od 0,6% do 5,1%. Widoczność nie mówi jeszcze, czy marka jest polecana.

2 Wysoka pozycja nie oznacza jednoznacznie pozytywnego opisu

Enel-Med zajmuje trzecie miejsce w rankingu, ale ma najniższy w TOP 10 udział pozytywnych wzmianek (55%). Pozycja i wydźwięk to dwie osobne miary.

3 Portale z opiniami pacjentów, nie strony klinik, budują obraz kategorii

Sześć z dziesięciu najczęściej cytowanych domen to katalogi i rankingi lekarzy. To odróżnia stomatologię od kategorii takich jak IT czy HR, gdzie dominują strony własne firm.