

Raport widoczności marek w AI

Ubezpieczenia · 17.05-14.08.2026

Które firmy ubezpieczeniowe i brokerskie modele AI pokazują, rekomendują i cytują najczęściej?

Próba badania

182 odpowiedzi · 19 zapytań ·
37 marek · 4 modele

Zakres danych

17.05.2026 – 14.08.2026

Publikacja

15.08.2026

Najważniejszy wniosek

SAGA Brokers było najbardziej widoczną marką w badanym wycinku rynku ubezpieczeniowego, z AI Share of Voice 9,5%. Drugie i trzecie miejsce, Mentor i Unity Centrum, mają identyczny Mention Rate (13,2%) i niemal identyczny wydźwięk wzmianek, a mimo to jedna z nich jest widoczna właściwie tylko w Perplexity (Mentor, 23,6%), a druga tylko w Anthropic (Unity Centrum, 19,8%). W żadnym z pozostałych trzech modeli żadna z nich nie wchodzi do TOP 10. Do tego cała trójka liderów rankingu zbiorczego, SAGA Brokers, Mentor i Unity Centrum, jest nieobecna w TOP 10 OpenAI, gdzie liderem jest dopiero ósma marka rankingu zbiorczego, Prime Broker.

182 ukończone odpowiedzi z 317 uruchomionych pomiarów	19 zapytań wszystkie bez nazw marek	37 marek spełniających minimalny próg próby
4 modele AI Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity	839 wzmianek o markach w badanej kategorii	1513 cytowań zarejestrowanych w odpowiedziach

Jak czytać pierwszą edycję

To pierwszy raport mini dla kategorii ubezpieczenia. Ustanawia punkt odniesienia na podstawie 19 zapytań dotyczących wybranych miast oraz pytań ogólnopolskich, czterech modeli AI i 182 ukończonych odpowiedzi z 317 uruchomionych pomiarów w okresie 17.05-14.08.2026. Wyniki nie są pełnym rankingiem wszystkich firm ubezpieczeniowych i brokerskich działających w Polsce.

1

Rozdział 1

Widoczność marek w AI

SAGA Brokers liderem, ale podium jest bardziej złożone niż wygląda

SAGA Brokers osiągnęło AI Share of Voice na poziomie 9,5%, przed Mentor i Unity Centrum, które dzielą drugie i trzecie miejsce z identycznym wynikiem 6,9%.

#2 Mentor 6,9% Udział głosu w AI	#1 SAGA Brokers 9,5% Udział głosu w AI	#3 Unity Centrum 6,9% Udział głosu w AI
---	---	--

TOP 10 marek

Pozycja	Marka	Mention Rate	AI Share of Voice	Citation Share	Recommendation Rate	Wydźwięk +/-	Średnia pozycja
1	SAGA Brokers	18,1%	9,5%	21,5%	13,7%	73/27/0	2,9
2	Mentor	13,2%	6,9%	17,4%	5,5%	73/27/0	4,0
3	Unity Centrum	13,2%	6,9%	13,5%	12,6%	72/28/0	4,0
4	CUK Ubezpieczenia	9,3%	4,9%	9,1%	4,4%	86/14/0	5,3
5	PZU	9,3%	4,9%	11,4%	2,7%	60/40/0	3,7
6	Allianz	8,2%	4,3%	11,6%	3,8%	65/35/0	4,5
7	Brokerzy Śląscy	7,1%	3,7%	7,4%	3,8%	89/11/0	5,2
8	Adler Brokers	6,6%	3,5%	6,3%	2,7%	67/33/0	2,3
9	Prime Broker	6,6%	3,5%	6,7%	2,2%	83/17/0	3,3
10	Warta	4,9%	2,6%	7,3%	1,1%	55/45/0	5,6

18,1%

odpowiedzi zawierało wzmiankę o SAGA Brokers

%

Wniosek

Mentor i Unity Centrum mają identyczny Mention Rate, identyczny Share of Voice i niemal identyczny wydźwięk wzmianek (73/27/0 i 72/28/0), ale zupełnie inny Recommendation Rate: 5,5% u Mentor wobec 12,6% u Unity Centrum, ponad dwukrotnie więcej. Ten sam poziom widoczności nie przekłada się więc na ten sam poziom rekomendacji.

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.

2

Rozdział 2

Podium rankingu zbiorczego znika w OpenAI

Mentor i Unity Centrum to w praktyce specjaliści jednego modelu

SAGA Brokers prowadzi w Anthropic (22,2%) i Gemini API (11,4%), ale w OpenAI nie wchodzi do TOP 10 wcale. Mentor pojawia się w TOP 10 wyłącznie w Perplexity, gdzie zdobywa 23,6%, najwyższy pojedynczy wynik modelowy w tej kategorii. Unity Centrum pojawia się w TOP 10 wyłącznie w Anthropic, z wynikiem 19,8%.

Model	Lider	AI Share of Voice lidera	Kolejne wyniki
Anthropic	SAGA Brokers	22,2%	Unity Centrum 19,8%, Allianz 6,2%
Gemini API	SAGA Brokers	11,4%	PZU 8,0%, Allianz 6,8%
OpenAI	Prime Broker	6,3%	PZU 5,4%, Adler Brokers 4,5%
Perplexity	Mentor	23,6%	CUK Ubezpieczenia 10,1%, Inter-Broker 7,9%

Ciekawostka

Żadna z trzech marek z podium rankingu zbiorczego, SAGA Brokers, Mentor ani Unity Centrum, nie znajduje się w TOP 10 OpenAI. Liderem tego modelu jest Prime Broker (6,3%), który w rankingu zbiorczym zajmuje dopiero ósme miejsce.

Komentarz eksperta

Tabela rankingu zbiorczego sugeruje, że Mentor i Unity Centrum to marki bardzo do siebie podobne: taki sam Mention Rate, taki sam Share of Voice, niemal identyczny wydźwięk. W rzeczywistości reprezentują dwa zupełnie różne, wręcz przeciwstawne wzorce widoczności. Mentor zdobywa swój wynik niemal wyłącznie w Perplexity, gdzie osiąga 23,6%, najwyższy wynik pojedynczego modelu w całej tej kategorii, i jest nieobecny w pozostałych trzech modelach. Unity Centrum robi dokładnie odwrotnie: zdobywa 19,8% w Anthropic i jest nieobecne wszędzie indziej. Dwie marki mogą więc wylądować na identycznej pozycji w rankingu zbiorczym z powodu dwóch zupełnie różnych historii. Mechanizm, który to tłumaczy, nie jest przypadkiem próby, tylko konsekwencją tego, jak różne modele budują odpowiedź. Jeśli któryś model korzysta z innego zestawu zaindeksowanych stron, innego mechanizmu wyszukiwania na żywo albo innych danych treningowych, marka silnie obecna w źródłach preferowanych przez ten jeden model może osiągnąć tam wynik nieporównywalny z resztą rynku, a jednocześnie być praktycznie nieobecna gdzie indziej. SAGA Brokers, lider zbiorczy, jest w tym sensie bardziej "zrównoważony": prowadzi w dwóch modelach (Anthropic, Gemini API) i pojawia się, choć nisko, w Perplexity, ale jest całkowicie nieobecne w OpenAI, gdzie zresztą nie ma tam żadnej z trzech marek podium. Granica interpretacji: wynik Mentor w Perplexity (23,6%) i Unity Centrum w Anthropic (19,8%) opierają się na próbach rzędu kilkunastu-kilkudziesięciu ukończonych odpowiedzi na model, więc są to wyraźne sygnały kierunkowe, nie precyzyjne, stabilne pozycje. Nie wiemy też, czy ta koncentracja w jednym modelu wynika z treści strony marki, z jej obecności w źródłach, z których korzysta dany model, czy z innego mechanizmu, którego to badanie nie rozstrzyga. Dla zarządu firmy ubezpieczeniowej czy brokerskiej wniosek jest praktyczny. Jedna, zbiorcza liczba widoczności może maskować to, że marka istnieje właściwie tylko w jednym kanale AI. Zanim ktoś uzna dobrą pozycję w rankingu zbiorczym za sukces, warto sprawdzić, czy ta widoczność jest rozłożona na kilka modeli, czy skoncentrowana w jednym, bo to zupełnie inne ryzyko biznesowe.

**Michał Gaszewski**

Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

3 Rozdział 3

Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

Katalog ofertowy prowadzi wyraźnie, ale strony marek są tuż za nim

Najczęściej cytowaną domeną było oferteo.pl z udziałem 6,2% cytowań, najwyższym wynikiem pojedynczej domeny odnotowanym dotąd w tej serii. Siedem z pozostałych dziewięciu miejsc w TOP 10 to strony własne konkretnych brokerów.

TOP 10 cytowanych domen

1	oferteo.pl	6,2%
2	brokerzyslascy.pl	3,2%
3	sagabrokers.pl	2,7%
4	starofservice.pl	2,5%
5	panoramafirm.pl	2,4%
6	unitycentrum.pl	2,1%
7	mentor.pl	2,0%
8	cuk.pl	1,8%
9	primebroker.pl	1,5%
10	adlerbrokers.com.pl	1,4%

Domena	Typ źródła	Unikalne przebiegi	Udział cytowań
oferteo.pl	katalog	94	6,2%
brokerzyslascy.pl	domena marki	48	3,2%
sagabrokers.pl	domena marki	41	2,7%
starofservice.pl	katalog	38	2,5%
panoramafirm.pl	katalog	36	2,4%
unitycentrum.pl	domena marki	32	2,1%
mentor.pl	domena marki	31	2,0%
cuk.pl	domena marki	27	1,8%
primebroker.pl	domena marki	23	1,5%
adlerbrokers.com.pl	domena marki	21	1,4%

Wniosek

Zarówno mentor.pl, jak i unitycentrum.pl znalazły się w TOP 10 cytowanych domen, co potwierdza, że obie marki mają realną, choć skoncentrowaną w jednym modelu, obecność źródłową, a nie tylko przypadkowe wzmianki. Udział źródeł własnych (owned) w całym krajobrazie wyniósł 20,4%, więcej niż w budownictwie czy architekturze, ale mniej niż w HR i rekrutacji.

Klasyfikacja źródeł

Typ źródła został rozpoznany dla 62,6% cytowań. Katalogi odpowiadały za 16,8% krajobrazu źródeł, a źródła zewnętrzne łącznie za 79,6%.

4

Rozdział 4

Co modele mówiły o liderze

SAGA Brokers opisywane przez pryzmat wiarygodności i doświadczenia

Wśród sklasyfikowanych wzmianek o SAGA Brokers 73% miało wydźwięk pozytywny, a 27% neutralny. Automatyczna analiza opisów wskazała bezpieczeństwo i wiarygodność jako zdecydowanie najczęściej przypisywaną cechę.

73%

sklasyfikowanych wzmianek o SAGA Brokers
miało pozytywny wydźwięk

Motyw przypisywany marce	Liczba wskazań
Bezpieczeństwo i wiarygodność	6
Doświadczenie i profesjonalizm	5
Dobra obsługa i wsparcie	2
Dopasowanie do polskiego i lokalnego rynku	2
Pozytywne rekomendacje	2

Wniosek

SAGA Brokers ma najlepszą średnią pozycję w TOP 10 (2,9, najwcześniejsze pojawienie się w odpowiedzi w całej tej kategorii) i najwyższy Recommendation Rate (13,7%). Jego przewaga opiera się więc nie tylko na częstotliwości wzmianek, ale i na tym, jak wcześnie i jak stanowczo model przedstawia markę.

5

Rozdział 5

Zakres pytań i metodologia

Jakie potrzeby użytkowników obejmowało badanie

Zestaw składał się z 19 pytań bez nazw marek, dotyczących wyboru brokera lub firmy ubezpieczeniowej, w tym ubezpieczeń firmowych i OC dla małych firm. Pytania obejmowały Polskę oraz siedem miast: Gdańsk, Katowice, Kraków, Łódź, Poznań, Warszawę i Wrocław.

Intencja zapytania	Liczba pytań	Udział w zestawie
Wybór najlepszej marki	6	31,6%
Rekomendacja	6	31,6%
Inna	5	26,3%
Poradnikowa	2	10,5%

Liderzy według intencji zapytania

Intencja	Liczba zapytań	Lider	Mention Rate
Wybór najlepszej marki (best_of)	6	Allianz	4,1%
Rekomendacja	6	SAGA Brokers	8,9%
Inna	5	Małopolskie Centrum Ubezpieczeń	4,4%

SAGA Brokers prowadzi wśród zapytań rekomendacyjnych, zgodnie z jego najwyższym w kategorii Recommendation Rate, ale nie wśród zapytań o najlepszą markę, gdzie prowadzi Allianz. Kategorię “inna” wygrywa regionalny gracz, Małopolskie Centrum Ubezpieczeń, nieobecny w rankingu zbiorczym TOP 10. Wynik dla dwóch zapytań poradnikowych (howto, n=27) wskazuje jako lidera Adler Brokers (22,2%); ze względu na wciąż ograniczoną próbę traktujemy go jako sygnał, a nie potwierdzoną pozycję.

Źródło	
Okres	17.05.2026-14.08.2026
Rynek	Polska
Modele	Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity
Próba	182 ukończone odpowiedzi z 317 uruchomionych pomiarów
Zapytania	19 niebrandowych zapytań, bez duplikatów i near-duplicates
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 Identyczna widoczność może kryć dwie różne historie

Mentor i Unity Centrum mają identyczny Mention Rate i Share of Voice, ale jeden jest widoczny niemal wyłącznie w Perplexity, a drugi niemal wyłącznie w Anthropic. Zbiorcza liczba nie pokazuje tego rozłożenia.

2 Podium rankingu zbiorczego może być nieobecne w konkretnym modelu

SAGA Brokers, Mentor i Unity Centrum, czyli cała trójka liderów, nie występują w TOP 10 OpenAI. Liderem tego modelu jest tam Prime Broker, ósma marka w rankingu zbiorczym.

3 Ten sam poziom widoczności nie oznacza tego samego Recommendation Rate

Mentor i Unity Centrum mają identyczny Mention Rate, ale Recommendation Rate różni je ponad dwukrotnie (5,5% wobec 12,6%). Widoczność nie przekłada się automatycznie na częstotliwość rekomendacji.