Zacytowani

Raport widoczności marek w AI

Usługi finansowe (pilotaż) · 17.05-14.08.2026

Co można, a czego nie można powiedzieć
o widoczności firm z sektora finansowego
w odpowiedziach AI na podstawie tej próby?

Próba badania	Zakres danych	Publikacja
12 odpowiedzi · 1 zapytanie · 2 marki (min sample) · 4 modele	17.05.2026 – 14.08.2026	15.08.2026

Najważniejszy wniosek

Tej kategorii nie da się rzetelnie przedstawić jako rankingu marek finansowych. Cały zestaw opiera się na jednym zapytaniu i 12 ukończonych odpowiedziach, z których tylko dwie marki, Ingenium i Profitax, spełniły minimalny próg próby zbiorczego rankingu. Rozbicie na modele pokazuje przy tym cztery zupełnie różne obrazy: Anthropic wskazuje trzy inne marki niż zbiorczy ranking, Gemini API nie dostarcza żadnych danych, OpenAI pokazuje remis czterech marek, a Perplexity wskazuje jedną markę (Adler) nieobecną nigdzie indziej w danych. Traktujemy ten raport jako pilotażowy wgląd w dostępne dane, zgodnie z wcześniej przyjętą klasyfikacją tej kategorii jako "insufficient", a nie jako gotowy do publikacji ranking.

12 **ukończonych odpowiedzi** z 16 uruchomionych pomiarów	**1** **zapytanie** bez nazw marek	**2** **marki** spełniły minimalny próg próby rankingu
4 **modele AI** Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity	**64** **wzmianek** o markach w badanej kategorii	**119** **cytowań** zarejestrowanych w odpowiedziach

Dlaczego ta kategoria wymaga szczególnej ostrożności

Zestaw zapytań dla usług finansowych objął w tym oknie tylko jedno zapytanie i 12 ukończonych odpowiedzi, podzielonych na cztery modele po około trzy odpowiedzi każdy. Przy tak małej próbie na model rozbieżności między modelami są nieuniknione i nie świadczą o realnej zmienności rynku, tylko o wielkości próby. Kategoria ta była z góry sklasyfikowana jako "insufficient" i prezentujemy ją tu wyłącznie jako pilotażowy wgląd w dostępne dane, nie jako pełny ranking.

Rozdział 1

Co pokazują dostępne dane

Dwie marki spełniły próg próby, ich SoV sumuje się niemal do 100%

Ingenium i Profitax to jedyne dwa podmioty, które osiągnęły minimalny próg próby w tej kategorii. Ich Share of Voice sumuje się niemal dokładnie do 100% (58,3% i 41,7%), co jest matematyczną konsekwencją tego, że są tylko dwa kwalifikujące się podmioty, a nie miarą realnego podziału rynku.

Podmiot	Mention Rate	AI Share of Voice	Citation Share	Recommendation Rate	Wydźwięk +/0/-	Średnia pozycja
Ingenium	**58,3%**	**58,3%**	**43,7%**	**8,3%**	**29/71/0**	**1,9**
Profitax	41,7%	41,7%	44,5%	0,0%	60/40/0	4,4

Rozdział 2

Cztery modele, cztery różne obrazy

Każdy model pokazuje inny zestaw marek

Anthropic wskazuje trzy marki nieobecne w powyższym zbiorczym zestawieniu poza Ingenium. Gemini API nie dostarczyło żadnych danych rankingowych. OpenAI pokazuje remis czterech marek. Perplexity wskazuje jedną markę, Adler, z wynikiem 100%. Marka ta nie występuje w żadnym innym zestawieniu w tej kategorii.

Model	Dane rankingowe
Anthropic	**BRKZ, Ingenium, LMB Office, każda po 33,3%**
Gemini API	brak danych
OpenAI	EDU-RACHMISTRZ - BIURO RACHUNKOWE, i-Tax, Ingenium, Profitax, każda po 25,0%
Perplexity	Adler, 100,0%

Ciekawostka

Adler, jedyna marka wskazana przez Perplexity w tej kategorii, nie pojawia się ani w zbiorczym rankingu, ani w żadnym innym modelu. Przy próbie rzędu pojedynczych odpowiedzi na model taki wynik nie pozwala wnioskować o realnej pozycji tej marki.

Komentarz eksperta

Przy tej wielkości próby najprostszym błędem byłoby czytanie tabeli SoV tak samo, jak w kategoriach liczących dziesiątki lub setki ukończonych odpowiedzi, czyli jako informację o tym, że “Ingenium ma 58,3% udziału w rynku widoczności usług finansowych”. Liczba ta jest matematycznie poprawna, ale opisuje wynik jednego zapytania i garstki odpowiedzi, a nie ustabilizowany obraz rynku. Mechanizm tego zniekształcenia jest łatwy do wskazania. Cały zestaw danych tej kategorii pochodzi z jednego zapytania (“biuro rachunkowe dla małych firm w Poznaniu”), rozłożonego na 12 ukończonych odpowiedzi w czterech modelach, czyli około trzy odpowiedzi na model. Przy takiej wielkości próby pojedyncza odpowiedź może w całości zdefiniować wynik danego modelu, co tłumaczy, dlaczego Perplexity pokazuje jedną markę ze 100% wyniku, a Anthropic zupełnie inny zestaw trzech marek niż zbiorczy ranking. To nie jest sygnał o zmienności rynku między modelami, tylko konsekwencja arytmetyki małych liczb. Granica interpretacji jest tu bardzo wąska. Nie wiemy, jak wyglądałby ranking marek finansowych przy szerszym zestawie zapytań, bo dane po prostu na to nie pozwalają. Wiemy tylko, że Ingenium i Profitax to jedyne dwa podmioty, które w ogóle osiągnęły próg minimalnej próby, i że każdy z czterech modeli, patrzony osobno, opiera się na zbyt małej liczbie odpowiedzi, by cokolwiek z niego wywnioskować. Dla zarządu i zespołu marketingowego wniosek jest analogiczny jak przy innych kategoriach o niewystarczającej próbie w tej serii: nie należy wyciągać żadnych wniosków porównawczych z obecnego kształtu danych tej kategorii. Rekomendujemy poczekać na szerszy zestaw zapytań, obejmujący więcej niż jedno pytanie i więcej niż kilkanaście odpowiedzi, zanim wyniki dla usług finansowych zostaną potraktowane jako podstawa do jakiejkolwiek decyzji.

Michał Gaszewski
Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

Rozdział 3

Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

Domeny marek dominują, ale próba jest bardzo mała

Domena	Typ źródła	Unikalne przebiegi	Udział cytowań
taxti.pl	**domena marki**	**6**	**5,0%**
profitax.pl	niesklasyfikowane	5	4,2%
cik.org.pl	domena marki	5	4,2%
fakturaxl.pl	domena marki	5	4,2%
fakturtax.pl	niesklasyfikowane	5	4,2%
noblesse.com.pl	niesklasyfikowane	5	4,2%
br-ingenium.pl	niesklasyfikowane	4	3,4%
brkz.pl	niesklasyfikowane	4	3,4%
lmboffice.pl	niesklasyfikowane	4	3,4%
partner-gospodarczy.pl	domena marki	4	3,4%

Klasyfikacja źródeł

Typ źródła został rozpoznany dla zaledwie 37,8% cytowań. Udział własnych stron marek (owned) wyniósł 0,0%.

Rozdział 4

Zakres pytań i dalsze kroki

Jedno zapytanie, dwanaście odpowiedzi

Cały zestaw danych tej kategorii pochodzi z jednego, niebrandowego zapytania:

> biuro rachunkowe dla małych firm w Poznaniu

Źródło

Okres	17.05.2026-14.08.2026
Rynek	Polska
Modele	Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity (Gemini API bez danych rankingowych w tej kategorii)
Próba	12 ukończonych odpowiedzi z 16 uruchomionych pomiarów
Zapytania	1 niebrandowe zapytanie
Metodologia	industry_sov_v1
Zakres SoV	udział wśród 2 podmiotów spełniających minimalny próg próby
Wersja	analiza pilotażowa, nie pełny ranking kategorii

Rekomendacja przed publikacją

Ta kategoria powinna zostać zregenerowana z szerszym zestawem zapytań, obejmującym więcej niż jedno pytanie, zanim wyniki zostaną potraktowane jako podstawa realnego rankingu widoczności marek w sektorze finansowym.