Zacytowani

Raport widoczności marek w AI

Usługi medyczne (pilotaż) · 17.05-14.08.2026

Co można, a czego nie można powiedzieć
o widoczności placówek medycznych w odpowiedziach
AI na podstawie tej próby?

Próba badania	Zakres danych	Publikacja
12 odpowiedzi · 1 zapytanie · 4 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 placówek medycznych. Cały zestaw opiera się na jednym zapytaniu o najlepszego lekarza internistę w Krakowie i 12 ukończonych odpowiedziach. Cztery sieci medyczne spełniły minimalny próg próby zbiorczego rankingu, ale rozbicie na modele pokazuje cztery zupełnie różne obrazy: Anthropic i Perplexity wskazują po jednej marce ze 100% wyniku, każda inną, a OpenAI pokazuje remis trzech podmiotów, z których żaden nie pojawia się w zbiorczym zestawieniu. 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

4
marki
spełniły minimalny próg próby rankingu

4
modele AI
Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity

62
wzmianek
o markach w badanej kategorii

83
cytowania
zarejestrowane w odpowiedziach

Dlaczego ta kategoria wymaga szczególnej ostrożności

Zestaw zapytań dla usług medycznych 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

Cztery sieci medyczne spełniły próg próby

Medicover i Enel-Med dzielą pierwsze miejsce z identycznym Mention Rate (66,7%) i AI Share of Voice (28,6%). LUX MED zajmuje trzecie miejsce, a Unimed czwarte.

Podmiot	Mention Rate	AI Share of Voice	Citation Share	Recommendation Rate	Wydźwięk +/0/-	Średnia pozycja
Medicover	**66,7%**	**28,6%**	**88,0%**	**58,3%**	**22/78/0**	**3,9**
Enel-Med	66,7%	28,6%	85,5%	58,3%	13/88/0	4,9
LUX MED	58,3%	25,0%	79,5%	58,3%	13/88/0	4,1
Unimed	41,7%	17,9%	57,8%	33,3%	20/80/0	6,4

Rozdział 2

Cztery modele, cztery różne obrazy

Każdy model pokazuje inny zestaw marek

Anthropic wskazuje wyłącznie Medicover, ze 100% wyniku. Perplexity wskazuje wyłącznie Unimed, również ze 100%. OpenAI pokazuje remis trzech podmiotów, z których żaden nie pojawia się w zbiorczym rankingu powyżej.

Model	Dane rankingowe
Anthropic	**Medicover, 100,0%**
Gemini API	Enel-Med, LUX MED, Medicover, każda po 33,3%
OpenAI	Linden, NOWOMED, Szpital Specjalistyczny im. Ludwika Rydygiera w Krakowie, każda po 33,3%
Perplexity	Unimed, 100,0%

Ciekawostka

Zapytanie w tej kategorii dotyczyło konkretnie polecenia lekarza internisty, a nie sieci medycznej. Mimo to w trzech z czterech modeli odpowiedzi wskazywały duże sieci placówek medycznych (Medicover, Enel-Med, LUX MED, Unimed), a nie indywidualnych lekarzy. Jedynie w zestawieniu OpenAI pojawia się nazwa konkretnego szpitala. Przy próbie rzędu pojedynczych odpowiedzi nie możemy jednak stwierdzić, czy to stała prawidłowość, czy przypadek tej konkretnej próby.

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 “Medicover i Enel-Med mają po 28,6% udziału w rynku widoczności usług medycznych”. Liczba ta jest matematycznie poprawna, ale opisuje wynik jednego zapytania i garstki odpowiedzi, a nie ustabilizowany obraz rynku. Mechanizm tego zniekształcenia jest ten sam, co w innych kategoriach o niewystarczającej próbie w tej serii: cały zestaw danych pochodzi z jednego zapytania, 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 Anthropic i Perplexity pokazują po jednej marce ze 100% wyniku, każda inną, a OpenAI trzy podmioty zupełnie nieobecne w zbiorczym zestawieniu. Osobną obserwacją, wartą odnotowania, ale nie wartą jeszcze wniosku, jest to, że zapytanie o konkretnego lekarza internistę wygenerowało w większości modeli odpowiedzi wskazujące sieci placówek, a nie osoby. Może to wynikać z tego, że modele AI częściej mają dostęp do ustrukturyzowanych informacji o markach sieci medycznych niż o indywidualnych lekarzach, ale przy jednym zapytaniu i garstce odpowiedzi nie jest to obserwacja, którą można uogólnić. Granica interpretacji jest tu bardzo wąska: nie wiemy, jak wyglądałby ten wzorzec przy szerszym zestawie zapytań o konkretnych specjalistów w różnych miastach. 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 różne typy zapytań medycznych, zanim wyniki dla usług medycznych zostaną potraktowane jako podstawa do jakiejkolwiek decyzji.

Michał Gaszewski
Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

Rozdział 3

Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

Wysoki udział własnych domen marek, mimo małej próby

Domena	Typ źródła	Unikalne przebiegi	Udział cytowań
rankinglekarzy.pl	**katalog**	**8**	**9,6%**
enel.pl	domena marki	8	9,6%
znanylekarz.pl	katalog	7	8,4%
luxmed.pl	domena marki	7	8,4%
medistore.com.pl	niesklasyfikowane	6	7,2%
unimed-nzoz.pl	domena marki	6	7,2%
abczdrowie.pl	niesklasyfikowane	5	6,0%
cmprokocim.pl	domena marki	5	6,0%
medicover.pl	domena marki	5	6,0%
medfile.pl	niesklasyfikowane	4	4,8%

Klasyfikacja źródeł

Typ źródła został rozpoznany dla 60,7% cytowań. Udział własnych stron marek (owned) wyniósł 31,0%, znacznie wyższy niż w innych kategoriach o niewystarczającej próbie w tej serii. Pięć z dziesięciu domen w zestawieniu to domeny marek sieci medycznych. Przy tak małej próbie traktujemy to jako obserwację, nie ustaloną prawidłowość.

Rozdział 4

Zakres pytań i dalsze kroki

Jedno zapytanie, dwanaście odpowiedzi

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

> najlepszy lekarz internista w Krakowie

Źródło

Okres	17.05.2026-14.08.2026
Rynek	Polska
Modele	Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity
Próba	12 ukończonych odpowiedzi z 16 uruchomionych pomiarów
Zapytania	1 niebrandowe zapytanie
Metodologia	industry_sov_v1
Zakres SoV	udział wśród 4 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 i różne specjalizacje oraz miasta, zanim wyniki zostaną potraktowane jako podstawa realnego rankingu widoczności placówek medycznych.