

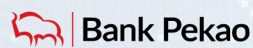
Delante

Raport widoczności w AI 2026

Branża Bankowa

Które banki rekomenduje sztuczna inteligencja?
Sprawdzamy, kto zdobywa uwagę cyfrowych klientów,
a kto znika z ich radarów.

Analizowane marki



Wstęp

Pieniądze lubią ciszę, ale dziś jeszcze bardziej lubią algorytmy.

Przez lata wybór banku opierał się na znajomości marki z reklam, poleceniach znajomych czy pozycjonowaniu w klasycznej wyszukiwarce. Dziś do tej układanki dołącza zupełnie nowy, potężny czynnik: sztuczna inteligencja. Zamiast samodzielnie przedzierać się przez skomplikowane tabele opłat czy analizować fora internetowe, coraz więcej osób prosi asystentów AI o szybką syntezę i rekomendację najlepszego konta, kredytu czy karty wielowalutowej.

Dla sektora finansowego to nie rewolucja, która niszczy dotychczasowe kanały, ale ewolucja stawiająca zupełnie nowe wymagania. Klasyczne SEO i silna marka wciąż są fundamentem, ale teraz muszą współistnieć z nowym wyzwaniem – widocznością w modelach językowych LLM (nie tylko już GEO, ale również AISO). Kluczowe staje się pytanie: czy algorytm wymieni naszą ofertę, gdy użytkownik zapyta o bezpieczne i polecane rozwiązania finansowe?

W tym raporcie sprawdzamy, jak w tej nowej rzeczywistości radzą sobie najpopularniejsze instytucje finansowe działające na polskim rynku. Przeanalizowaliśmy obecność i rekomendacje AI dla dziesięciu kluczowych marek:

- | | |
|-------------------|---------------|
| → mBank | → Pekao |
| → ING Bank Śląski | → Revolut |
| → Alior Bank | → BNP Paribas |
| → VeloBank | → Millennium |
| → Erste Bank | → PKO BP |



Wnioski z analizy organicznej prowadzą do kluczowego pytania: **czy historyczny autorytet banku i wysokie pozycje w tradycyjnym Google gwarantują mu automatyczną rekomendację ze strony sztucznej inteligencji?**

Jak mierzyliśmy obecność marek?

Aby precyzyjnie określić pozycję każdego z graczy, poddaliśmy analizie **25 zróżnicowanych zapytań (promptów)**, które posegregowaliśmy według trzech kluczowych intencji użytkowników:

- **Edukacyjno-informacyjnej** - gdy użytkownik szuka wiedzy ogólnej (np. „Jaki bank ma najlepszą obsługę klienta?”).
- **Porównawczo-komercyjnej** - kiedy AI proszone jest o zestawienie konkretnych ofert (np. „który bank ma najlepsze oprocentowania kredytów?”).
- **Decyzyjno-transakcyjnej** - ukierunkowanej na bezpośredni wybór i założenie produktu (np. „gdzie najszybciej otworzę konto firmowe online?”).

Nasze wnioski nie opierają się na intuicji, lecz na twardych, mierzalnych danych. Kondycję marek zbadaliśmy na dwóch zązębiających się płaszczyznach:

FUNDAMENT W WYSZUKIWARKACH

Organic SEO

Wolumen miesięcznego ruchu organicznego, jego szacunkowa wartość rynkowa oraz stabilność pozycji w przedziałach TOP 3 i TOP 10.

OBECNOŚĆ W EKOSYSTEMACH

Modele LLM

Jak często i w jakim kontekście badane banki są rekomendowane oraz linkowane przez ChatGPT, Google Gemini, Perplexity, Copilot, Grok oraz Google AIO.

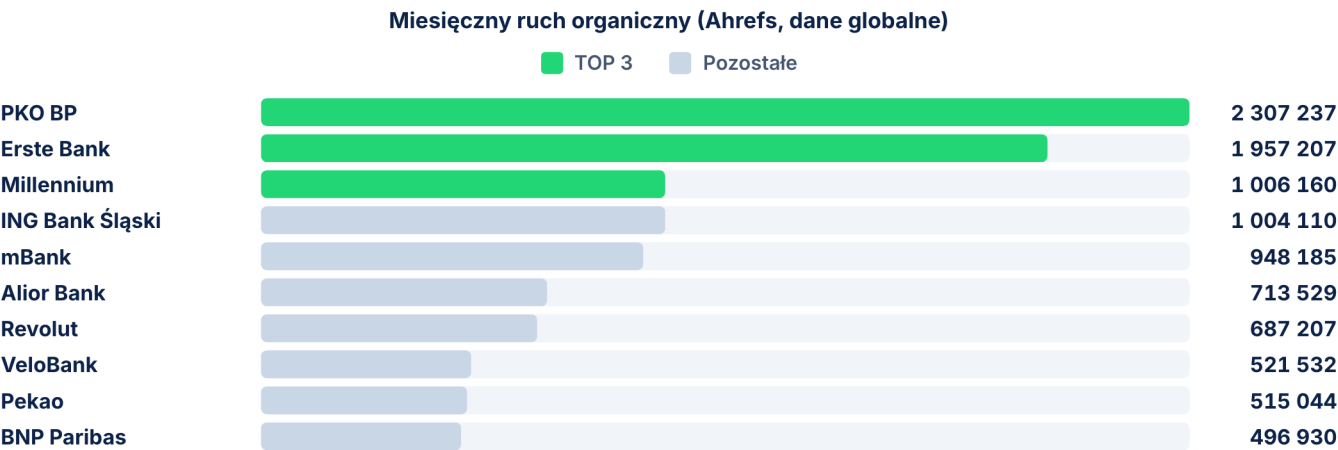
Dopełnieniem badania są wskaźniki **Brand Mentions**, **Brand Score**, **Ratio LLM Citation** oraz **Share of Voice**.

Pozwalają one ocenić, kto faktycznie dominuje w cyfrowym dialogu prowadzonym przez sztuczną inteligencję i który bank najlepiej potrafi przekuć swoją dotychczasową, silną pozycję w wyszukiwarkach na realne polecenia ze strony algorytmów.

W branży, w której podstawą relacji z klientem jest zaufanie i bezpieczeństwo kapitału, mechanizmy poleceń AI stają się nowym testem wiarygodności. Czy modele językowe faworyzują tradycyjne, systemowo kluczowe banki, czy chętniej wskazują zwinne, zaawansowane technologicznie fintechy?

Widoczność instytucji finansowych w kanale organicznym

Tradycyjne SEO i wypracowana przez lata widoczność w Google stanowią bazę danych, z której modele językowe czerpią swoją wiedzę. Zestawienie posegregowane po ruchu miesięcznym (dane globalne mierzone przez Ahrefs).



#	MARKA	RUCH/MIES.	WARTOŚĆ	TOP 3	TOP 4-10	RD
1	PKO BP	2 307 237	516 005 USD	30 026	30 839	5 425
2	Erste Bank	1 957 207	736 428 USD	14 146	14 946	3 107
3	Millennium	1 006 160	285 502 USD	13 838	11 200	3 482
4	ING Bank Śląski	1 004 110	286 374 USD	10 532	12 870	5 345
5	mBank	948 185	336 072 USD	12 826	16 260	4 255
6	Alior Bank	713 529	328 561 USD	6 750	7 289	3 115
7	Revolut	687 207	235 049 USD	12 419	17 213	631
8	VeloBank	521 532	332 179 USD	4 190	4 201	2 017
9	Pekao	515 044	220 587 USD	10 898	13 380	4 260
10	BNP Paribas	496 930	299 938 USD	16 268	8 282	7 986

Dane: Ahrefs, ruch globalny. Wartość ruchu w USD. RD = Referring Domains (domeny odsyłające jako sygnał SEO).

Wyniki analizy organicznej: fuzja, skala i efektywność

Dane z narzędzi Ahrefs ujawniają ciekawą dynamikę rynku. Kluczowy kontekst to gigantyczny rebranding z przełomu pierwszego i drugiego kwartału, kiedy Erste Bank oficjalnie przejął i zastąpił na polskim rynku markę Santander.

1. Efekt fuzji i rebrandingu: Erste Bank (dawny Santander) jako lider wartości

Drugie miejsce pod względem wolumenu ruchu (blisko 2 mln wizyt) przy jednoczesnym zdobyciu fotela lidera wartości ruchu (ponad 736 tys. USD) to efekt gigantycznej migracji organicznej po dawnej marce Santander. Tak wysoka wartość ruchu - niemal o 42% wyższa niż u liderującego PKO BP - udowadnia, że Erste Bank przejął pozycje na najbardziej konkurencyjne i komercyjne frazy kluczowe w Polsce.

2. PKO BP - niezagrożony lider skali

PKO BP pozostaje organicznym hegemonem sektora. Z ruchem przekraczającym 2,3 mln wizyt miesięcznie i bazą ponad 30 tys. fraz w TOP 3 oraz TOP 10 posiada najgłębszy fundament SEO. Dla modeli LLM PKO BP jest prawdopodobnie najlepiej opisanym polskim podmiotem finansowym, co powinno dawać mu ogromną przewagę startową w rekomendacjach AI.

3. Fenomen efektywności: Revolut vs tradycyjni gracze

Revolut wykazuje podręcznikową efektywność profilu linków. Posiadając zaledwie 631 domen odsyłających (RD) - ułamek tego, czym dysponują tradycyjne banki (BNP Paribas blisko 8 tys. RD, PKO BP ponad 5,4 tys.) - brytyjski fintech generuje blisko 700 tys. wizyt miesięcznie. Zawdzięcza to silnym pozycjom w TOP 3 i TOP 10 na frazy transakcyjne i międzynarodowe (karty wielowalutowe, tanie przewalutowania).

► WNIOSEK

Nowoczesna, wyspecjalizowana struktura serwisu potrafi wygrać z historycznym autorytetem wielkich instytucji. To dopiero fundament - świat AI i LLM rządzi się jednak inną logiką.

Widoczność marek w modelach LLM i silnikach odpowiedzi AI

Przejście z tradycyjnego kanału wyszukiwania do ekosystemu AI to dla branży finansowej zupełnie nowe rozdanie. Tabela prezentuje, jak rozkłada się liczba cytowań poszczególnych marek w najważniejszych silnikach AI i modelach językowych.

Marka	AIO	ChatGPT	AI Mode	Gemini	Perplexity	Copilot	Grok	Suma	Ratio
PKO BP	7 200	390	5 400	2	274	171	744	14 181	2,6
mBank	4 000	281	2 800	1	147	58	432	7 719	1,8
Erste Bank	4 500	165	2 400	0	31	19	353	7 468	2,4
ING Bank Śląski	3 200	195	2 700	0	107	56	400	6 658	1,2
Revolut	1 800	90	4 000	0	71	43	234	6 238	9,9
Pekao	3 000	136	2 400	1	100	14	542	6 193	1,5
BNP Paribas	2 200	138	1 700	0	59	23	249	4 369	0,5
Millennium	2 000	94	1 700	4	72	41	342	4 253	1,2
Alior Bank	1 900	125	1 700	0	62	31	203	4 021	1,3
VeloBank	1 200	95	1 200	0	54	34	284	2 867	1,4

Dane: Ahrefs. Liczba cytowań w poszczególnych ekosystemach AI, w tym Google AI Overviews. Ratio = Ratio LLM Citation.

Ponad **80% całkowitej widoczności** marek generują dwa powiązane ekosystemy: **Google AIO oraz Google Gemini**. Dla lidera - PKO BP - te dwa źródła wygenerowały aż 12 600 cytowań z łącznej sumy 14 181.

Kto zdobył najwięcej cytowań w AI?

#	Bank	Cyt.	Ratio	RD
1	PKO BP	14 181	2,6	5 425
2	mBank	7 719	1,8	4 255
3	Erste Bank	7 468	2,4	3 107
4	ING Bank Śląski	6 658	1,2	5 345
5	Revolut	6 238	9,9	631
6	Pekao	6 193	1,5	4 260
7	BNP Paribas	4 369	0,5	7 986
8	Millennium	4 253	1,2	3 482
9	Alior Bank	4 021	1,3	3 115
10	VeloBank	2 867	1,4	2 017

Revolut deklaruje konkurencję

Najmniejsze zaplecze linków w zestawieniu (631 RD), a mimo to 6 238 cytowań i astronomiczny Ratio 9,9. Efekt unikalnego pozycjonowania w Gemini (4 000 cytowań - drugi wynik po PKO BP).

Udany debiut Erste Banku

7 468 cytowań i Ratio 2,4 to potwierdzenie, że modele LLM błyskawicznie powiązały autorytet domeny Santander z nowym brandem. AI nie wykazuje opóźnień w interpretacji zmian właścicielskich.

Zagadka BNP Paribas

Najpotężniejszy profil domen (7 986 RD), a dopiero 7. miejsce i najgorszy Ratio (0,5). Głęboki rozdźwięk między klasycznym autorytetem domeny a przystosowaniem treści do zapytań konwersacyjnych.

► WNIOSEK

Rekomendacje AI nie są prostym odbiciem tradycyjnych wyników SEO w Google. Silna baza SEO ułatwia start, ale algorytmy generatywne stosują własne, znacznie bardziej rygorystyczne kryteria selekcji.

CASE STUDY

Dlaczego Revolut rozbija bank w algorytmach AI?

Ratio 9,9 6 238 cytowań przy zaledwie 631 domenach odsyłających

Podczas gdy tradycyjne banki potrzebują tysięcy linków, by utrzymać pozycję w Google, Revolut dociera do użytkowników AI niemal „na skróty”. Jak to możliwe?

Globalna domena .com

Wszystkie badane banki działają na lokalnych domenach (.pl). Revolut jako jedyny jest osadzony na globalnej domenie revolut.com/pl-PL/. Modele językowe widzą domenę .com jako gigantyczne, zaufane źródło o ogromnym autorytecie globalnym – te 631 domen odsyłających waży dla AI znacznie więcej, bo są częścią potężnego ekosystemu o globalnej skali.

Globalny ślad cyfrowy (Global Footprint)

Revolut jako marka globalna posiada ogromną liczbę wzmianek, opinii i dyskusji na zagranicznych forach, w serwisach technologicznych i portalach społecznościowych (np. Reddit). Dla AI to sygnał: „ta marka jest sprawdzona i polecana przez miliony ludzi na całym świecie”. Lokalne banki nie mają tak silnego globalnego social proof w bazach treningowych AI.

Prostota i bezpośredniość języka

Komunikacja Revoluta jest napisana prostym, bezpośrednim językiem (user-centric), bez skomplikowanego żargonu bankowego i zawiłych tabel opłat. Modelom LLM znacznie łatwiej „wyciągnąć” konkretną odpowiedź z czystego landing page’a Revoluta niż z wielostronicowych regulaminów i cenników tradycyjnych instytucji.

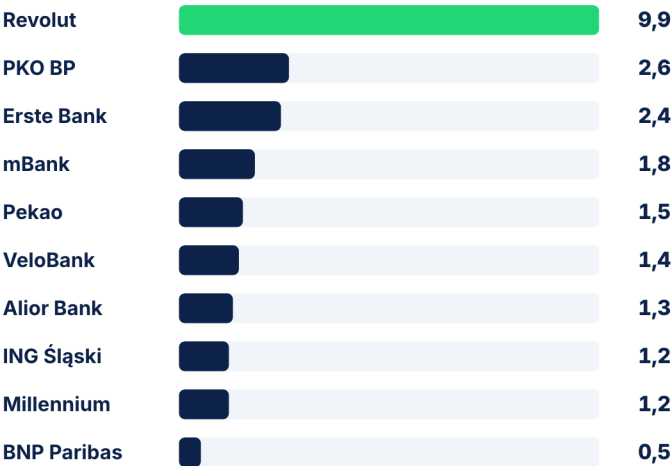
Wniosek: w erze AI silna tożsamość produktowa i globalny autorytet marki (Brand Authority) znaczą znacznie więcej niż tradycyjne, lokalne SEO oparte na kupowaniu tysięcy linków.

Ratio LLM Citation: efektywność ponad skalą

Ratio LLM Citation zestawia liczbę rekomendacji AI z dotychczasową skalą ruchu organicznego. Wykres pokazuje, że wysoki wynik nie wymaga ogromnego zaplecza linków (RD).

Ratio LLM Citation wg marki

■ Lider efektywności ■ Pozostałe



#	Bank	Ratio	Cyt.	RD
1	Revolut	9,9	6 238	631
2	PKO BP	2,6	14 181	5 425
3	Erste Bank	2,4	7 468	3 107
4	mBank	1,8	7 719	4 255
5	Pekao	1,5	6 193	4 260
6	VeloBank	1,4	2 867	2 017
7	Alior Bank	1,3	4 021	3 115
8	ING Bank Śląski	1,2	6 658	5 345
9	Millennium	1,2	4 253	3 482
10	BNP Paribas	0,5	4 369	7 986

Zestawienie posortowane wg Ratio LLM Citation. Ratio zestawia liczbę cytowań w AI z dotychczasową skalą ruchu organicznego.

Brak korelacji między masą linków a efektywnością: **Revolut (631 RD) osiąga Ratio 9,9**, podczas gdy **BNP Paribas (7 986 RD) - zaledwie 0,5**. W erze AI: dobra strategia pod AI Visibility i optymalizacja technologiczna deklasują brutalną siłę budżetów linkowych, które były dobre pod tradycyjne SEO.

Nowy, bezlitosny test dojrzałości cyfrowej

Tradycyjne wskaźniki SEO (liczba linków, RD, widoczność) pokazują jedynie, jak wielkie zasoby marka zgromadziła w przeszłości. Dopiero Ratio LLM Citation pozwala oddzielić „puste kalorie” marketingu od realnej efektywności technologicznej.

1. Revolut (Ratio 9,9) - triumf nowoczesnej architektury informacji

Przy skromnej bazie 631 domen odsyłających Revolut osiąga kosmiczną efektywność. To pochwała dla przejrzystej struktury serwisu, prostego języka korzyści i sprytnego osadzenia polskiej oferty w katalogu globalnej domeny .com. Revolut udowadnia, że w świecie AI precyzja i architektura danych dają niemal dziesięciokrotny zwrot z każdej inwestycji w widoczność.

2. Erste Bank (Ratio 2,4) - podręcznikowy sukces migracji technologicznej

Zmiana głównej domeny i nazwy banku w tak krótkim czasie to dla klasycznego SEO ogromne ryzyko spadków. Tymczasem Ratio 2,4 (drugi najlepszy wynik wśród tradycyjnych banków) to jasny sygnał: algorytmy AI błyskawicznie przetrawiły i zaakceptowały nowy brand, polecając go użytkownikom z pełnym zaufaniem.

3. Kto wyciska najwięcej ze swoich linków? (PKO BP vs BNP Paribas)

PKO BP (Ratio 2,6) pokazuje, że ogromna skala może iść w parze z nowoczesnością – gigantyczna baza 5 425 RD pracuje na najwyższych obrotach. **BNP Paribas (Ratio 0,5)** to dowód, że nawet rekordowe zaplecze (blisko 8 tys. RD) staje się bezużyteczne bez optymalizacji pod AI i zapytania konwersacyjne.

► PODSUMOWANIE

Ratio LLM Citation to KPI przyszłości. W świecie AI nie wygrywa ten, kto komunikuje się najgłośniej i ma najstarsze linki, ale ten, kto potrafi podać odpowiedzi w najbardziej zrozumiałej dla algorytmów sposób. Wyniki Revoluta, PKO BP i Erste Banku to drogowskaz dla sektora.

Trzy kroki do decyzji finansowej w AI

Sztuczna inteligencja nie traktuje wszystkich pytań tak samo. Podzieliliśmy analizę Share of Voice na trzy fundamentalne intencje użytkowników, odzwierciedlające klasyczny lejek zakupowy:

- 1

Intencja informacyjna
Budowanie świadomości, edukacja i zaufanie
- 2

Intencja porównawcza
Selekcja ofert, poszukiwanie najlepszych warunków
- 3

Intencja transakcyjna
Decyzja zakupowa tu i teraz, konwersja online

ŁĄCZNA LICZBA CYTOWAŃ WG INTENCJI

Marka (Domena)	Informacyjny	Porównawczy	Zakupowy	Łącznie
PKO BP	28	147	70	245
mBank	19	148	86	253
Erste Bank	36	84	66	186
Pekao	49	127	18	194
Alior Bank	15	149	15	179
Millennium	18	60	11	89
VeloBank	13	35	43	91
ING Bank Śląski	9	49	7	65
BNP Paribas	15	34	11	60
Revolut	0	12	1	13

Zintegrowane wyniki 25 promptów z trzech intencji. Koszyk porównawczy = komercyjny, zakupowy = transakcyjny.

Edukacja i budowanie zaufania

Użytkownik szuka wiedzy, opinii i faktów, nie konkretnej oferty. Testowane prompty: „Który bank w Polsce jest najnowocześniejszy?”, „Który bank ma najlepszą aplikację mobilną?”, „Jaki bank ma najlepszą obsługę klienta?”, „Który bank nie robi problemów przy wcześniejszej spłacie kredytu?”.

#	Marka	Główne obszary widoczności	Główny format treści	Aktywne modele AI	Cyt.
1	Pekao	Wcześniejsza spłata kredytu, Najnowocześniejszy bank, Najlepsza obsługa klienta, Najlepsza aplikacja mobilna	Centra prasowe / Artykuły (media.pekao.com.pl), Poradniki kredytowe, Strona główna	AI_MODE: 28 · AI_OVERVIEW: 15 · GPT: 6	49
2	Erste Bank	Najnowocześniejszy bank, Najlepsza aplikacja mobilna, Najlepsza obsługa klienta, Wcześniejsza spłata kredytu	Poradniki bankowe, Aktualności, Strona główna	GPT: 16 · AI_MODE: 10 · AI_OVERVIEW: 10	36
3	PKO BP	Najnowocześniejszy bank, Najlepsza aplikacja mobilna, Najlepsza obsługa klienta, Wcześniejsza spłata kredytu	Aktualności, Biuro prasowe, Strona główna	GPT: 16 · AI_MODE: 10 · AI_OVERVIEW: 2	28
4	mBank	Najnowocześniejszy bank, Najlepsza aplikacja mobilna, Wcześniejsza spłata kredytu	Komunikaty prasowe (media.mbank.pl), Strona produktowa, Strona główna	AI_OVERVIEW: 10 · GPT: 3 · CLAUDE: 1	19
5	Millennium	Najnowocześniejszy bank, Najlepsza obsługa klienta, Wcześniejsza spłata kredytu, Najlepsza aplikacja mobilna	Biuro prasowe (news), Raporty PDF, Strona główna	GPT: 10 · AI_MODE: 8	18
6	BNP Paribas	Wcześniejsza spłata kredytu, Najlepsza obsługa klienta	Artykuły blogowe, Komunikaty PR (media.bnpparibas.pl)	GPT: 8 · AI_OVERVIEW: 5 · AI_MODE: 2	15
7	Alior Bank	Najnowocześniejszy bank, Najlepsza aplikacja mobilna, Najlepsza obsługa klienta, Wcześniejsza spłata kredytu	Aktualności (mobile trends awards), Strona główna	GPT: 10 · AI_MODE: 5	15
8	VeloBank	Najnowocześniejszy bank, Najlepsza obsługa klienta	Biuro prasowe (aktualności o innowacjach/rankingu)	GPT: 7 · AI_OVERVIEW: 5 · CLAUDE: 1	13
9	ING Bank Śląski	Najnowocześniejszy bank, Najlepsza aplikacja mobilna, Najlepsza obsługa klienta, Wcześniejsza spłata kredytu	Serwis informacyjny (esg.ing.pl), Biuro prasowe (media.ing.pl), Strona główna	AI_MODE: 6 · GPT: 2 · AI_OVERVIEW: 1	9
10	Revolut	Brak cytowań	-	-	0

Potęga centrów prasowych. Lider - Pekao (49) - jest masowo linkowany do subdomeny media.pekao.com.pl. Algorytmy szukają twardych, oficjalnych komunikatów o nagrodach i rankingach - w zoptymalizowanej technicznie formie. Na drugim biegunie Revolut (0) - minimalistyczna witryna bez lokalnych treści edukacyjnych nie stanowi dla AI wartościowego źródła merytorycznego.

Selekcja ofert i warunków

Użytkownik porównuje oferty i szuka najlepszych warunków (frazy: „najlepszy”, „najtańszy”, „bez opłat”, „gdzie warto”). Sprawdziliśmy widoczność za pomocą 15 promptów komercyjnych - od kont firmowych i kart wielowalutowych po kredyty hipoteczne i lokaty.

#	Marka	Główne obszary widoczności	Główny format treści	Aktywne modele AI	Cyt.
1	Alior Bank	Kredyt hipoteczny bez wkładu własnego, Najkorzystniejsze ubezpieczenia komunikacyjne, Najlepsze konto walutowe, Najlepsza karta wielowalutowa, Konto bez opłat, Najwięcej transakcji bez opłat, Warunki kredytu hipotecznego	Aktualności bankowe, Strona główna, Kantor Walutowy (kantor.aliorbank.pl), Strony kredytowe i kont	AI_MODE: 62 · AI_OVERVIEW: 47 · GPT: 38 · CLAUDE: 2	149
2	mBank	Darmowy terminal płatniczy, Konto bez opłat, Najlepsza karta wielowalutowa, Najkorzystniejsze ubezpieczenia komunikacyjne, Najwięcej transakcji bez opłat, Najlepsze warunki dla firm, Najlepsze konto walutowe, Warunki dla studentów	Sekcje mBank News, Strefa przedsiębiorcy, Artykuły/blogi, Strony produktowe ubezpieczeń i kont	GPT: 73 · AI_OVERVIEW: 46 · AI_MODE: 22 · CLAUDE: 4 · COPILOT: 3 · GEMINI: 1	148
3	PKO BP	Darmowy terminal płatniczy, Kredyt hipoteczny bez wkładu własnego, Konto bez opłat, Najlepsza karta wielowalutowa, Najkorzystniejsze ubezpieczenia komunikacyjne, Najwięcej transakcji bez opłat, Najlepsze warunki dla firm, Najlepsze konto walutowe, Warunki kredytu hipotecznego	Strony produktowe (Konto za Zero, Konto bez Granic), Poradniki dla firm, Bankomania	GPT: 68 · AI_MODE: 38 · AI_OVERVIEW: 34 · CLAUDE: 5 · GEMINI: 2	147
4	Pekao	Kredyt hipoteczny bez wkładu własnego, Najkorzystniejsze ubezpieczenia komunikacyjne, Darmowy terminal płatniczy, Najlepsza karta wielowalutowa, Warunki dla studentów, Najlepsze warunki dla firm	Poradniki kredytowe (kredyt bez wkładu), Sekcje ubezpieczeń (OC/AC Link4/PZU), Strona główna, Biuro prasowe	AI_MODE: 48 · GPT: 41 · AI_OVERVIEW: 35 · CLAUDE: 3	127
5	Erste Bank	Kredyt hipoteczny bez wkładu własnego, Najkorzystniejsze ubezpieczenia komunikacyjne, Najlepszy kredyt hipoteczny, Warunki dla studentów, Najlepsze konto walutowe, Konto bez opłat, Konto firmowe warunki	Poradniki bankowe (warunki kont), Strony produktowe kredytów mieszkaniowych, Ubezpieczenia samochodowe	AI_OVERVIEW: 48 · AI_MODE: 21 · GPT: 12 · CLAUDE: 2 · COPILOT: 1	84
6	Millennium	Najkorzystniejsze ubezpieczenia komunikacyjne, Najwięcej transakcji bez opłat, Najlepsze oprocentowanie konta oszczędnościowego, Najlepsze oprocentowanie kredytów, Darmowy terminal płatniczy, Konto bez opłat	Strony produktowe (Konto Millennium 360, ubezpieczenia, Prestige), Oferta biznesowa	AI_MODE: 32 · GPT: 15 · AI_OVERVIEW: 10 · CLAUDE: 2 · COPILOT: 1	60
7	ING Bank Śląski	Darmowy terminal płatniczy, Najlepsza karta wielowalutowa, Warunki kredytu hipotecznego, Najlepsze oprocentowanie konta oszczędnościowego, Konto firmowe warunki	Strony dla małych firm (konta), Sekcje terminali płatniczych (PAX), Strony kart wielowalutowych	GPT: 25 · AI_MODE: 16 · AI_OVERVIEW: 6 · COPILOT: 2	49
8	VeloBank	Najwyższe oprocentowanie konta oszczędnościowego, Najkorzystniejsze ubezpieczenia komunikacyjne, Najwięcej transakcji bez opłat, Najlepszy kredyt hipoteczny, Gdzie warto założyć lokatę	Strony produktowe (VeloKonto, VeloLokata), Biuro prasowe, Poradnik premium	AI_MODE: 20 · AI_OVERVIEW: 8 · GPT: 6 · COPILOT: 1	35
9	BNP Paribas	Darmowy terminal płatniczy, Najlepsza karta wielowalutowa, Warunki kredytu hipotecznego, Najlepszy kredyt hipoteczny, Najlepsze oprocentowanie kredytów, Konto firmowe warunki	Pakiety i rachunki dla firm (Konto Otwarte na Biznes), Sekcja rolnicza (Agrobiznes), Karta wielowalutowa	GPT: 25 · AI_MODE: 7 · COPILOT: 2	34
10	Revolut	Najwięcej transakcji bez opłat, Najlepsze konto walutowe, Najlepsza karta wielowalutowa	Landing page darmowego konta, Strony produktowe kont wielowalutowych	AI_MODE: 7 · GPT: 5	12

Rola wyspecjalizowanych subdomen. Alior (149) wygrał dzięki dedykowanej subdomenie kantor.aliorbank.pl - przy pytaniach o waluty AI omija strony główne. mBank (148) i PKO BP (147) wygrywają prawidłowymi tabelami cenowymi i dosłownym nazewnictwem (Konto za Zero). Revolut (12) - niższy wynik wynika z braku w ofercie produktów lokalnych (hipoteki, leasingi, OC/AC), a nie z braku widoczności.

Decyzja i konwersja online

AI staje się przewodnikiem logistycznym. Prompty: „gdzie najłatwiej dostać kredyt online”, „gdzie najszybciej otworzę konto firmowe online”, „gdzie dostanę najtańszy kredyt gotówkowy 20k”, „gdzie najłatwiej o leasing lub kredyt na start dla firmy”.

#	Marka	Główne obszary widoczności	Główny format treści	Aktywne modele AI	Cyt.
1	mBank	Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start, Gdzie najtaniej utrzymam konto, Gdzie najłatwiej dostać kredyt online, W jakim banku najlepiej założyć konto	Strony produktowe (konta, leasing, kredyty), Artykuły poradnikowe, Strona główna	AI_OVERVIEW: 43 · GPT: 28 · AI_MODE: 13 · CLAUDE: 1 · COPILOT: 1	86
2	PKO BP	Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start, Gdzie najtaniej utrzymam konto, W jakim banku najlepiej założyć konto, Gdzie najłatwiej dostać kredyt online	Sekcje leasingowe (pkoleasing.pl), Strony produktowe (konta, pożyczki), Strona główna	AI_OVERVIEW: 26 · GPT: 23 · AI_MODE: 16 · COPILOT: 4 · CLAUDE: 1	70
3	Erste Bank	Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start, Gdzie najłatwiej dostać kredyt online, Gdzie dostanę najtańszy kredyt 20k, W jakim banku najlepiej założyć konto	Poradniki biznesowe i kontowe, Strony produktowe kredytów	AI_MODE: 32 · AI_OVERVIEW: 22 · GPT: 12	66
4	VeloBank	Gdzie najłatwiej dostać kredyt online, Gdzie dostanę najtańszy kredyt 20k, W jakim banku najlepiej założyć konto	Strony produktowe (kredyt gotówkowy, konto), Poradnik finansowy	AI_MODE: 26 · AI_OVERVIEW: 17	43
5	Pekao	W jakim banku najlepiej założyć konto, Gdzie najtaniej utrzymam konto, Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start, Gdzie dostanę najtańszy kredyt 20k	Strona główna, Strony produktowe (konta, leasing dla firm)	AI_MODE: 10 · AI_OVERVIEW: 6 · GPT: 1 · COPILOT: 1	18
6	Alior Bank	W jakim banku najlepiej założyć konto, Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start, Gdzie dostanę najtańszy kredyt 20k	Strony produktowe (konto osobiste, gwarancje BGK dla firm)	AI_OVERVIEW: 11 · GPT: 2 · AI_MODE: 2	15
7	Millennium	W jakim banku najlepiej założyć konto, Gdzie najtaniej utrzymam konto, Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start	Strony produktowe (konto Millennium 360, leasing, pożyczka), Aktualności	AI_OVERVIEW: 4 · AI_MODE: 4 · GPT: 3	11
8	BNP Paribas	Gdzie najłatwiej dostać kredyt online, Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start, Gdzie dostanę najtańszy kredyt 20k	Strony produktowe (kredyty, leasing), Strona główna	GPT: 5 · AI_OVERVIEW: 4 · AI_MODE: 1 · COPILOT: 1	11
9	ING Bank Śląski	Gdzie najłatwiej o leasing/kredyt na start, W jakim banku najlepiej założyć konto, Gdzie najtaniej utrzymam konto	Poradniki dla firm (wniosek o leasing), Strona główna	AI_MODE: 4 · GPT: 1 · AI_OVERVIEW: 1 · COPILOT: 1	7
10	Revolut	gdzie dostanę najtańszy kredyt gotówkowy 20k	revolut.com/pl-PL/personal-loans/20000-pln-loan/	AI_OVERVIEW: 1	1

Dedykowane landing page'e wygrywają. mBank (86) kieruje ruch wprost na czyste strony produktowe. PKO BP (70) korzysta z wyspecjalizowanej domeny pkoleasing.pl. Revolut (1 cytowanie przy jednym prompcie) osiągnął je dzięki ultraprecyzyjnemu adresowi .../personal-loans/20000-pln-loan/ - wzorzec dopasowania strony do konkretnego zapytania.

Udział w głosie i widoczność w ekosystemie AI

Globalny ranking oparty na trzech metrykach panelu analitycznego: **Share of Voice** (udział w puli rekomendacji), **Visibility** (w jakiej części promptów marka się pojawiła) oraz **Brand Score** (jak wysoko i pewnie algorytmy plasują markę).

LIDER ZESTAWIENIA

mBank**13.6%** **55%** **69.4%**

Share of Voice Visibility Brand Score

Średnia pozycja 3.0 - gdy AI wymienia tę markę, niemal zawsze plasuje ją w ścisłej czołówce.

ZJAWISKO „DŁUGIEGO OGONA”

61.1%

udziału w głosie przypada na kategorię **Others** (pozostali)

VeloBank

SoV 5.9% · Visibility 26% · poz. 3.0

Erste Bank

SoV 2.5% · Visibility 11% · poz. 3.0

Revolut

SoV 1.7% (lokalna obecność)

Alior Bank

SoV 0.2% · Visibility 2%

PKO BP

SoV 0.2% · Visibility 1%

Paradoks gigantów

wysokie cytowania jednostkowe,
wybiórcza obecność ogólna

Sprawność technologiczna pretendentów (VeloBank)

Przy mniejszej bazie RD VeloBank idealnie dostosował witryny do wyszukiwania konwersacyjnego. Dobra strukturyzacja landing page'y i prawidłowo podane technologicznie jasne parametry cenowe sprawiają, że w porównaniach ofertowych AI chętnie sięga po jego dane - dowód, że przemysłana architektura informacji i dane strukturalne pozwalają mniejszym markom walczyć z gigantami.

Paradoks tradycyjnych gigantów (PKO, Alior)

Niskie SoV mimo wysokich wolumenów jednostkowych w konkretnych intencjach. Marki radzą sobie w wąskich zapytaniach (kredyt bez wkładu, kantor), ale w setkach ogólnych pytań są pomijane - ogromny potencjał do optymalizacji całościowej struktury treści.

Od dopasowania słów do rozumienia pojęć

Tradycyjne wyszukiwarki dopasowywały ciągi znaków (strings). AI opiera się na bazach wiedzy o podmiotach i relacjach (Entity Knowledge Graphs) – słowa to obiekty (things) o właściwościach i powiązaniach semantycznych.

Gdy pada pytanie „który bank nie robi problemów przy wcześniejszej spłacie kredytu”, AI nie szuka dokładnej frazy – dekoduje intencję: „brak prowizji”, „proces w pełni online”, „brak wizyty w placówce”, „zgodność z ustawą o kredycie konsumenckim” – a następnie szuka treści semantycznie odpowiadających tym pojęciom.

JAK SEMANTYKA TŁUMACZY WYNIKI MAREK

1. mBank (SoV 13.6%) – głębokie pokrycie sieci semantycznej

Serwis nie ogranicza się do suchych cenników – posługuje się naturalnym językiem, który pokrywa Query Fan-Out (pytania pomocnicze zadawane w konwersacji z AI). Pisząc o kredycie, w tym samym akapicie odpowiada o wcześniejszej spłacie, wakacjach kredytowych czy zdolności kredytowej – semantyczny zasięg przyczynowo-skutkowy.

2. VeloBank (5.9%) vs bariera ING (1.6%)

VeloBank buduje FAQ z bezpośrednich pytań i prostych odpowiedzi („Ile kosztuje prowadzenie konta? 0 zł pod warunkiem...”) – idealny kod semantyczny, dane strukturalne. ING, mimo autorytetu, ukrywa te same dane w rozbudowanych akapitach, grafikach i PDF-ach, tworząc barierę semantyczną do analizowania przez AI.

3. Alior Bank i Kantor Walutowy – semantyczna jednoznaczność

Dedykowany serwis kantor.aliorbank.pl ma jednoznaczny profil semantyczny: każda podstrona dotyczy wyłącznie wymiany walut. AI nie musi filtrować szumu informacyjnego, dlatego przy zapytaniach o waluty od razu kieruje się do tego źródła.

WNIOSKI DLA STRATEGII AISO

Rezygnacja z żargonu

język korzyści
i bezpośrednich odpowiedzi

Struktura Q&A

nagłówki naśladujące pytania
z czatu AI

Dane strukturalne

znaczniki Schema.org
(FAQPage, Product)

Skąd AI czerpie wiedzę o rynku finansowym

Bankowość to branża o najwyższym poziomie restrykcji (algorytmy YMYL - Your Money or Your Life). AI nie polega wyłącznie na deklaracjach banków - bezwzględnie krzyżuje dane w niezależnych, zewnętrznych źródłach o nieposzlakowanej opinii.

TOP 20 DOMEN ZEWNĘTRZNYCH

#	Domena	Wyst.
1	bankier.pl	452
2	direct.money.pl	220
3	moneteo.com	212
4	freenance.io	156
5	rankingbankowy.pl	152
6	kontomaniak.pl	150
7	rozbijbank.pl	132
8	bankowynet.pl	104
9	mojebankowanie.pl	94
10	bank.pl	90
11	bankowo24.pl	90
12	akredo.pl	82
13	forbes.pl	80
14	finanse.uokik.gov.pl	72
15	mubi.pl	64
16	rankomat.pl	62
17	e-kursy-walut.pl	58
18	analizy.pl	56
19	cashless.pl	56
20	rankingkont.org	54

- **Portale finansowe jako bezpieczna kotwica.** [bankier.pl](#) (452) - ponad dwukrotna przewaga. Portale z ugruntowaną pozycją prasową to najbezpieczniejszy punkt odniesienia; rzetelny opis oferty to dla AI certyfikat wiarygodności.
- **Porównywarki jako filtr obiektywizmu.** [direct.money.pl](#) (220), [moneteo.com](#) (212), [rankingbankowy.pl](#) (152) - tabele porównawcze to najlepiej uporządkowane, „przetłumaczone” na prosty język źródła danych.
- **Społecznościowa weryfikacja obietnic.** [freenance.io](#) (156), [kontomaniak.pl](#) (150) - AI szuka opinii realnych użytkowników, by sprawdzić, jak produkty sprawdzają się w praktyce.
- **Państwo jako weryfikator legalności.** [finanse.uokik.gov.pl](#) (72) - przy pytaniach o ryzyko i procedury reklamacyjne AI sięga po oficjalne rejestry państwowe jako nadrzędne potwierdzenie etyki i zgodności z prawem.

► PODSUMOWANIE

Bank, który chce być polecany przez AI, musi dbać o nienaganną opinię w każdym punkcie kontrolnym: od mediów finansowych, przez niezależne porównywarki, aż po rządowe rejestry ochrony konsumenta.

Nowy paradygmat widoczności finansów w erze AI

Badanie 10 kluczowych marek dowodzi, że tradycyjna siła domeny (SEO) nie przekłada się automatycznie na dominację w rekomendacjach AI. Modele językowe rządzą się własną, rygorystyczną logiką, w której kluczową rolę odgrywa semantyka, kontekst i struktura danych.

- 1 Zmiana waluty w grze o widoczność - od linków do struktur danych**
BNP Paribas (najsilniejszy profil linków, Ratio 0,5) w zderzeniu z Revolutem (skromne zaplecze, Ratio 9,9) i VeloBankiem pokazuje, że AI szuka informacji prostych, zwięzłych i technicznie czystych. Zwyciężają ci, którzy przekładają zawiłe tabele opłat na intuicyjną architekturę (Q&A, tabele do syntezy, brak żargonu).
- 2 Kontekstowość i rozbieżność ścieżki zakupowej**
Żadna marka nie kontroluje całego procesu. Pekao - autorytet merytoryczny w zapytaniach ogólnych; Alior - wybór przy zapytaniach walutowych (Kantor); mBank i PKO BP dominują na etapach transakcyjnych. Treści muszą być projektowane pod konkretny typ zapytania konwersacyjnego, nie pod ogólne frazy.
- 3 Podwójny filtr zaufania w branży YMYL**
Finanse to obszar podwyższonego ryzyka. AI przed rekomendacją weryfikuje informacje w zewnętrznym ekosystemie: od mediów finansowych (Bankier.pl), przez porównywarki, po rejestry UOKiK. Pozycja w AI to wypadkowa optymalizacji własnego serwisu (GEO) i szerokiej obecności w źródłach trzecich.

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Przestać tworzyć treści wyłącznie pod roboty wyszukiwarek, a zacząć strukturyzować wiedzę pod modele językowe. Kto pierwszy wdroży mapowanie semantyczne produktów, uprości język komunikatów prawnych i ustrukturyzuje aktualności pod parser-boty - zdominuje ekosystem rekomendacji generatywnych na najbliższe lata. Tradycyjny autorytet domeny ułatwia start, ale to dopasowanie technologiczne i czystość semantyczna decydują, kto dotrze do klienta.

Delante

**Dane to dopiero początek
porozmawiajmy o tym,
co oznaczają dla
Twojego biznesu.**

Masz pytania dotyczące
raportu? Chcesz wiedzieć,
jak Twoja marka wypada
na tle liderów?

Skontaktuj się ze mną

**Katarzyna
Śliwa**

Senior Off-site
SEO Specialist

k.sliwa@delante.pl

