Slovenské firmy čelia „medzere vo viditeľnosti“. AI mení vyhľadávanie a správanie zákazníkov

17.6.2026 - Tím Websupport | Websupport, s.r.o.

Udržať sa na očiach v online svete je pre slovenské firmy čoraz náročnejšie. Môžu za to nielen rastúce ceny reklamy a zmeny algoritmov, ale aj príchod umelej inteligencie (AI), na ktorú väčšina firiem zatiaľ nestíha reagovať. Ukázal to náš najnovší prieskum o stave európskeho podnikania (State of European Business 2026), ktorý vznikol pod hlavičkou team.blue.

- **Viac ako tretina** slovenských firiem potvrdzuje, že osloviť zákazníkov online je čoraz ťažšie.
- **Len 6,3 %** slovenských firiem vníma, že má plnú kontrolu nad tým, ako ich zákazníci nachádzajú online.
- **Menej ako jedna z desiatich** firiem na Slovensku presne sleduje, ako sa návštevníci webu menia na reálnych zákazníkov.

Slovenské firmy čoraz ťažšie oslovujú zákazníkov v online priestore a často nemajú jasný prehľad o tom, ktoré kanály a aktivity im skutočne prinášajú rast.

Štúdia realizovaná medzi viac ako 10 000 firmami v Európe upozorňuje na rastúcu**„medzeru vo viditeľnosti“ (visibility gap)**. Ide o rozdiel medzi tým, že firma je online, a tým, či rozumie tomu, ako ju zákazníci nachádzajú, a vie tieto aktivity merať aj ovplyvniť. Na Slovensku je tento rozdiel obzvlášť výrazný.

Spôsob, akým zákazníci objavujú značky, sa mení rýchlejšie, než stíha väčšina firiem reagovať. Na Slovensku až 35,2 % firiem uvádza, že oslovovanie zákazníkov online sa za posledné dva roky stalo náročnejším. To je viac ako celoeurópsky priemer 30,6 %. Online prostredie je dnes pestrejšie, no zároveň roztrieštenejšie a náročnejšie na vyhodnocovanie. Túto dynamiku team.blue pomenúva ako **„ekonomiku viditeľnosti“ (Visibility Economy).**

Firmy strácajú prehľad o tom, ako ich zákazníci nachádzajú online

Keď slovenské firmy menovali najväčšie prekážky v online dosahu, najčastejšie uvádzali **rastúce náklady na reklamu (42,5 %), rastúcu konkurenciu (36,6 %)** a **meniace sa algoritmy (36,1 %)**.

Tieto faktory spoločne spôsobujú, že získavanie zákazníkov online je menej predvídateľné. Mnohé spoločnosti tak nemajú istotu v tom, ktoré kanály a aktivity im reálne prinášajú rast. Iba 6,3 % firiem vníma kontrolu nad tým, ako ich zákazníci nachádzajú v online priestore, pričom viac ako tretina (35,4 %) pociťuje len minimálnu alebo žiadnu kontrolu. V európskom priemere uvádza plnú kontrolu 5,5 % firiem.

AI mení pravidlá hry, no s prípravou sme na začiatku

Výzvou pre firmy nie je len orientácia v dnešnom konkurenčnom online prostredí, ale aj príprava na to, ako môže AI v nasledujúcich rokoch zmeniť spôsob, akým zákazníci hľadajú produkty, služby a značky. Na Slovensku až 83,8 % firiem súhlasí s tým, že **AI zmení spôsob, akým zákazníci objavujú firmy online**. To je výrazne nad celoeurópskym priemerom (75,2 %). Zároveň však viac ako polovica (54,2 %) slovenských firiem priznáva, že na tieto zmeny nie je pripravená alebo s prípravami iba začína.

Najintenzívnejšie túto **nepripravenosť pociťujú malé firmy**. Práve tie tvoria väčšinu slovenského podnikateľského prostredia – podobne ako v celej EÚ, kde podľa Eurostatu predstavujú 99 % všetkých spoločností a zamestnávajú takmer polovicu (48 %) pracovnej sily.

„Prechádzame obdobím výrazných zmien v tom, ako zákazníci objavujú firmy online. Využívajú na to viac kanálov než kedykoľvek predtým a AI zároveň mení spôsob, akým sa informácie zobrazujú a odporúčajú. Mnoho firiem si uvedomuje, že táto zmena prebieha, no náš prieskum ukazuje, že sa nie vždy cítia pripravené na to, čo príde,“ vysvetľuje Claudio Corbetta, generálny riaditeľ team.blue. *„Výzva nespočíva len v udržaní kroku so zmenami, ale v budovaní dôvery a viditeľnosti potrebnej pre rast v čoraz zložitejšom digitálnom prostredí.“*

„Keď sa AI stáva čoraz väčšou súčasťou toho, ako zákazníci objavujú firmy, je stále ťažšie pochopiť, čo podporuje viditeľnosť a rast. Firmy potrebujú jasný digitálny základ, ktorý môžu kontrolovať a na ktorom môžu stavať. Príležitosťou nie je honba za každým novým AI nástrojom alebo platformou – ide o zabezpečenie toho, aby informácie, na ktoré sa spolieha zákazník aj AI systémy, boli presné, dôveryhodné a ľahko dohľadateľné. Preto silný web ostáva jedným z najdôležitejších aktív, ktoré môže firma mať,“ dopĺňa Bilal Ahmed, riaditeľ pre AI a dáta v team.blue.

Viditeľnosť začína pri vlastných kanáloch

Kým sa firmy prispôsobujú meniacemu sa digitálnemu prostrediu, mnohé z nich stále **nedostatočne využívajú jeden z mála kanálov, ktoré majú plne pod kontrolou: svoju webovú stránku**. Na Slovensku má vlastný web 75,8 % firiem, čo je menej ako celoeurópsky priemer (86,5 %).

Zo slovenských firiem, ktoré vlastný web majú, iba 7,9 % presne sleduje, ako sa návštevníci menia na záujemcov alebo zákazníkov. Viac ako polovica (55,6 %) toto nesleduje vôbec. Práve tu sa skrýva **príležitosť lepšie pochopiť, ktoré kanály prinášajú rast,** a systematicky **sledovať cestu zákazníka** od prvého kontaktu až po nákup.

Celý report si môžete pozrieť na tomto odkaze.

Ako prieskum prebiehal?

Dáta sme získali na začiatku roka 2026 v rámci európskeho prieskumu **State of European Business 2026**. Prieskum zozbieral odpovede od **10 059 firiem na 11 európskych trhoch** vrátane Belgicka, Bulharska, Dánska, Írska, Talianska, Holandska, Slovenska, Španielska, Švédska a Spojeného kráľovstva.

Na Slovensku sa zapojilo **1 324 respondentov** – od freelancerov a živnostníkov až po veľké spoločnosti.

O team.blue

team.blue je popredný digitálny partner pre podnikateľov a firmy v celej Európe. Pod svojou strechou spája viac ako 60 európskych značiek a pomáha viac než 3,5 miliónom zákazníkom v 22 krajinách. Je partnerom pre webhostingové, doménové, e-commerce, online compliance, lead generation a ďalšie SaaS riešenia. Víziou team.blue je uľahčiť cestu k úspechu v online podnikaní pomocou AI naprieč digitálnymi službami.

https://www.websupport.sk/blog/2026/06/slovenske-firmy-celia-medzere-vo-viditelnosti