REALITNÝ KONGRES 2026 · MATERIÁL K PREDNÁŠKE

GEO checklist **pre maklérov**

20 krokov, ako sa dostať do odpovedí ChatGPT, Gemini a AI v Google. Rozdelené podľa toho, čo to obnáša, kto to robí a akú úroveň to vyžaduje. Odškrtávajte si priamo tu, postup sa vám uloží.

Milan Fraňo · wooacademy.sk · stav k novembru 2026

AI neodporúča najlepšieho makléra. Odporúča toho, koho vie nájsť, prečítať a overiť.

Keď sa klient spýta AI na makléra, AI otázku rozloží na viac menších vyhľadávaní (query fan-out), prečíta si stránky, ktoré nájde, a poskladá z nich odpoveď s pár menami. Celý checklist je postavený na troch otázkach, ktoré si AI o vás položí.

TECHNIKA · RIEŠI WEBÁR

Nájsť

Dostane sa AI na váš web?

Roboty nie sú zablokované, text vidno aj bez JavaScriptu, na webe je jednoznačne napísané, kto ste a kde predávate.

OBSAH · PÍŠETE VY

Prečítať

Nájde tam odpoveď?

Odpoveď v prvej vete, podstránka pre každú štvrť, vaše vlastné čísla, videá s odpoveďami na otázky klientov.

POVESŤ · HOVORIA INÍ

Overiť

Potvrdia to iní?

Recenzie s lokalitou a typom nehnuteľnosti, zmienky u partnerov a v médiách, ocenenia a členstvá.

GEO, AEO či AI SEO nie sú nové vedy. Google píše, že na AI prehľady a Režim AI netreba žiadnu špeciálnu optimalizáciu a platia bežné postupy SEO. Rozdiel je v tom, že AI sa pýta viac otázok naraz a viac počúva, čo o vás píšu iní.

Úrovne náročnosti

●○○
Základ
Zvládnete sami, zvyčajne do hodiny. Netreba nič technické.

●●○
Stredná
Pár hodín práce alebo krátka pomoc webára. Väčšinou obsah.

●●●
Pokročilá
Zadanie pre webára alebo SEO špecialistu. Návod mu pošlite rovno odtiaľto.

Pojmy v skratke

▼ GEO, AEO, AI SEO

Rôzne názvy pre to isté: aby vás AI (ChatGPT, Gemini, AI v Google) našla a spomenula. GEO = generative engine optimization, AEO = answer engine optimization. Základ je stále SEO.

▼ Query fan-out

AI vašu otázku rozloží na viac menších vyhľadávaní (ceny v lokalite, recenzie, provízia…), prečíta výsledky a poskladá odpoveď. Preto treba mať odpovede na podotázky, nie len na hlavnú otázku.

▼ AI prehľad a Režim AI

AI prehľad je odpoveď AI nad výsledkami Google. Režim AI je samostatná karta, kde sa s Googlom rozprávate ako s ChatGPT.

▼ robots.txt a AI roboty

Súbor na webe, ktorý hovorí robotom, kam môžu. AI roboty (napr. OAI-SearchBot od ChatGPT) čítajú váš web podobne ako Googlebot.

▼ Štruktúrované dáta (schema)

Neviditeľný kód na stránke, ktorý strojom jednoznačne povie, kto ste, kde pôsobíte a ktoré profily patria vám.

▼ Zmienka vs. spätný odkaz

Zmienka je vaše meno na cudzom webe. Spätný odkaz je klikateľný odkaz na váš web. Pre AI je zmienka dôležitejšia, než by ste čakali.

PILIER 1 Nájsť

0 / 6 hotových

Technický základ. Ak AI na web nevidí, ostatné kroky nemajú na čom stáť. Všetko z tohto piliera skontrolujeme aj v SEO audite webu.

1. AI roboty nie sú zablokované

●● Stredná | Webár | ⏱ 30 min

PREČO

> 19,1 % zo 100 000 najväčších webov blokuje aspoň jedného AI robota, často bez vedomia majiteľa: stará ochrana proti robotom, nastavenie CDN, bezpečnostný plugin. Kto zablokuje OAI-SearchBot, toho ChatGPT vo vyhľadávaní nezobrazí.

AKO NA TO

1. Otvorte vasweb.sk/robots.txt a skontrolujte, či tam nie je `Disallow: /` pre AI roboty.
2. Webár skontroluje aj Cloudflare alebo iné CDN (napr. nastavenie blokovania AI robotov) a bezpečnostné pluginy.
3. Rozhodnite sa vedome: roboty pre vyhľadávanie povoľte. Roboty na trénovanie modelov (GPTBot) môžete blokovať, ak chcete, vyhľadávanie to neovplyvní.

NA SKOPÍROVANIE

```
# Príklad robots.txt: vyhľadávacie AI roboty povolené
User-agent: OAI-SearchBot
Allow: /

User-agent: ChatGPT-User
Allow: /

User-agent: PerplexityBot
Allow: /

User-agent: Claude-SearchBot
Allow: /

User-agent: Bingbot
Allow: /
```

HOTOVÉ, KEĎ

robots.txt ani CDN neblokujú OAI-SearchBot, PerplexityBot, Bingbot a Googlebot.

2. Text je na stránke aj bez JavaScriptu

Stredná | Webár | ⏱ 20 min

PREČO

> Roboty ChatGPT ani Claude podľa štúdie Vercel a MERJ nespúšťajú JavaScript. Ak sa vaše ponuky, recenzie alebo texty načítavajú až skriptom (napr. widget realitného softvéru), AI ich nevidí.

AKO NA TO

1. V Chrome otvorte stránku, kliknite pravým a dajte Zobraziť zdrojový kód stránky (Ctrl+U).
2. Vyhľadajte (Ctrl+F) vetu z textu stránky alebo názov ponuky.
3. Ak ju v zdrojovom kóde nenájdete, napíšte webárovi, aby sa obsah generoval priamo do HTML (server-side).

HOTOVÉ, KEĎ

Kľúčové texty, ponuky a recenzie sú priamo v zdrojovom kóde stránky.

3. Web je v Google Search Console a Bing Webmaster Tools

Základ | Robíte vy | ⏱ 30 min

PREČO

> AI v Google čerpá z indexu Google, Copilot z indexu Bingu. Ak tam web nie je celý, AI ho nemá z čoho citovať. V Search Console navyše uvidíte, na aké otázky sa zobrazujete.

AKO NA TO

1. Overte web v Google Search Console a odošlite sitemapu (napr. vasweb.sk/sitemap.xml).
2. V Bing Webmaster Tools dajte Importovať z Google Search Console, je to pár klikov.
3. Raz mesačne pozrite prehľad Stránky: ktoré dôležité stránky nie sú indexované a prečo.

HOTOVÉ, KEĎ

Web je overený v oboch nástrojoch a hlavné stránky sú indexované.

4. Štruktúrované dáta: kto ste a kde všade vás nájsť

●●● Pokročilá | Webár | ⏱ 1-2 h

PREČO

> Štruktúrované dáta (schema.org) povedia strojom jednoznačne, že maklér na webe, na portáli, na LinkedIn a na Googli je ten istý človek. Odkazy sameAs tie profily prepoja.

AKO NA TO

1. Povedzte webárovi: na stránku makléra pridať štruktúrované dáta typu RealEstateAgent alebo Person (formát JSON-LD).
2. Do poľa sameAs patria odkazy na váš profil na portáli, LinkedIn, Firemný profil na Googli a YouTube.
3. Ak web beží na WordPresse, časť sa dá nastaviť cez SEO plugin (napr. Rank Math), zvyšok doplní webár.
4. Výsledok overte v nástroji Test rozšírených výsledkov od Googlu.

▸ Video: Speakable a štruktúrované dáta nie sú zázrak

HOTOVÉ, KEĎ

Stránka makléra má platné štruktúrované dáta s odkazmi na všetky profily.

5. Firemný profil na Googli je kompletný

● Základ | Robíte vy | ⏱ 45 min

PREČO

> Pri jednoduchom lokálnom hľadaní typu maklér Trnava ukáže Google AI prehľad len v 15 % prípadov. Tam stále vyhráva mapa, teda Firemný profil a recenzie.

AKO NA TO

1. Hlavná kategória presne podľa toho, čo robíte (realitná kancelária alebo realitný maklér).
2. Oblasť pôsobenia, otváracie hodiny, web, telefón, aktuálne fotky.
3. Popis bez kľúčových slov navyše: kto ste, kde a čo predávate.
4. Na každú recenziu odpovedzte, ideálne s lokalitou a typom nehnuteľnosti.

HOTOVÉ, KEĎ

Profil je overený, vyplnený na 100 % a máte zodpovedané všetky recenzie.

6. Rovnaké údaje všade

Základ · Robíte vy · ⏱ 30 min

PREČO

> Meno, telefón, adresa a lokality musia byť rovnaké na webe, Firemnom profile, portáloch, LinkedIn aj Facebooku. Keď sa údaje líšia, AI si nie je istá, že ide o vás, a radšej vás vynechá.

AKO NA TO

1. Spíšte si jednu vzorovú verziu: meno, titul, kancelária, telefón, e-mail, lokality, členstvá.
2. Prejdite všetky profily a zjednoťte ich podľa nej.
3. Zmažte alebo aktualizujte staré profily na portáloch.

→ Článok: AI píše nepravdy o firme: ako opraviť ChatGPT, Gemini a AI Overviews

HOTOVÉ, KEĎ

Všetky verejné profily majú rovnaké údaje.

PILIER 2 Prečítať

0 / 6 hotových

Obsah, z ktorého AI vie citovať. Toto je najväčšia príležitosť: lokálne témy s vašimi číslami zatiaľ skoro nikto

nemá. Ak ho nechcete písať sami, pomôžeme v rámci SEO a GEO služieb.

7. Vlastná stránka makléra, ktorú AI vie citovať

Základ · Robíte vy · ⏱ 2 h

PREČO

> Na väčšine webov realitiek je maklér len meno a fotka v zozname tímu. AI nemá čo citovať a odpoveď poskladá z portálu a z náhody.

AKO NA TO

1. Meno, fotka, titul (napr. RSc.) a členstvá.
2. Lokality a typy nehnuteľností, na ktoré sa špecializujete.
3. Vaše čísla: koľko ste predali, priemerný čas predaja, v akých štvrtiach.
4. 3 až 5 recenzií s detailmi.
5. Odkazy na portál, Firemný profil na Googli, LinkedIn a YouTube.

HOTOVÉ, KEĎ

Stránka má vlastnú URL a obsahuje všetkých 5 bodov s vašimi skutočnými číslami.

8. Podstránka pre každú štvrť, kde predávate

●● Stredná | Robíte vy | ⏱ 3 h na lokalitu

PREČO

> Klient sa AI nepýta na makléra, ale napr. za koľko predá trojizbový byt v Petržalke. Pri takých otázkach je AI prehľad v 92 až 97 % prípadov. A doplnenie štatistík, citácií a zdrojov zvýšilo v štúdii Princetonu šancu na použitie v AI odpovedi až o 40 %.

AKO NA TO

1. Vlastná URL na vašom webe, napr. vasweb.sk/predaj-bytu-petrzalka (nie kategória na portáli).
2. Prvá veta je odpoveď s vaším číslom: za koľko dní ste tam v priemere predali byt.
3. Cena za m^2 z vašich obchodov a 5 otázok z obhliadok s krátkymi odpoveďami.
4. Dátum poslednej aktualizácie.

▸ Video: Lokálne SEO na webe: lokalita v URL a texte

HOTOVÉ, KEĎ

Máte aspoň jednu lokalitu spracovanú s vlastnými číslami. Ďalšie pridávajte postupne.

9. Odpoveď hneď v prvej vete

● Základ | Robíte vy | ⏱ 30 min

PREČO

> AI hľadá vetu, ktorú vie vytiahnuť ako odpoveď. Ak je odpoveď schovaná v treťom odseku, vezme ju od niekoho, kto ju má hore.

AKO NA TO

1. Nadpis stránky alebo sekcie napíšte ako otázku klienta.
2. Prvá veta pod ním je priama odpoveď s číslom, až potom vysvetlenie.
3. Na koniec pridajte FAQ: otázky, ktoré naozaj počúvate na obhliadkach.

HOTOVÉ, KEĎ

Každá dôležitá stránka začína priamou odpoveďou.

10. Topic cluster: hlavná stránka a 8 odpovedí okolo

●●● Pokročilá | Robíte vy | ⏱ priebežne

PREČO

> AI rozloží otázku na podotázky: ocenenia, recenzie, ceny v lokalite, marketing, provízia, odbornosť. Kto má odpoveď na každú z nich na jednom mieste, toho AI vidí opakovane.

AKO NA TO

1. Hlavná stránka, napr. Predaj bytu v Ružinove s [vaše meno].
2. Okolo nej: cena za m², koľko trvá predaj, čo zahŕňa provízia, home staging, zmluvy a právny servis, referencie z lokality, ako vybrať makléra, o mne.
3. Všetky stránky navzájom prelinkujte.

▸ Video: Topic cluster alebo jeden performujúci SEO článok?

HOTOVÉ, KEĎ

Hlavná stránka a aspoň 4 podstránky sú hotové a prelinkované.

11. Raz za štvrťrok nové čísla

●●○ Stredná | Robíte vy | ⏱ 1 h za štvrťrok

PREČO

> AI asistenti ako ChatGPT a Perplexity citujú v priemere čerstvejší obsah ako bežné výsledky Google. Nový dátum bez nového obsahu je však šedá zóna.

AKO NA TO

1. Raz za štvrťrok aktualizujte ceny za m² a časy predaja na lokalitných stránkach.
2. Zmeňte dátum aktualizácie, až keď ste naozaj zmenili obsah.
3. Rovnaké čísla použite aj v komentári na LinkedIn (krok 16).

HOTOVÉ, KEĎ

Máte v kalendári štvrťročnú aktualizáciu.

12. Videá s odpoveďami na otázky klientov

Stredná | Robíte vy | 1 h na video

PREČO

> YouTube je podľa Ahrefs najcitovanejšia doména v AI prehľadoch Google a zmienka na YouTube zvyšovala viditeľnosť značky v AI 2,8-krát.

AKO NA TO

1. Spíšte 10 otázok, ktoré počúvate najčastejšie. Každá je jedno video.
2. Mobil, 60 až 90 sekúnd, žiadne štúdio.
3. Názov videa je otázka, do popisu dajte stručnú odpoveď a odkaz na vašu stránku.
4. Zapnite titulky, nech má video aj prepis.

HOTOVÉ, KEĎ

Máte na YouTube aspoň 3 videá s otázkou v názve.

PILIER 3 Overiť

0 / 6 hotových

Čo o vás hovoria iní. Pre AI to má väčšiu váhu ako to, čo napíšete o sebe sami.

13. Recenzie s lokalitou a typom nehnuteľnosti

Základ | Robíte vy | ⏱ 15 min

PREČO

> Recenzia „super prístup“ AI nič nepovie. „Predaj 3-izbového bytu v Ružinove za 6 týždňov“ je presne to, čo AI hľadá, keď sa niekto pýta na makléra pre byt v Ružinove.

AKO NA TO

1. Nežiadajte klienta o recenziu. Pošlite mu 3 otázky: Čo ste predávali? Kde? Čo vám najviac pomohlo?
2. Z odpovede vznikne recenzia s detailmi. Klient ju napíše sám, vlastnými slovami.
3. Začnite poslednými 5 klientmi.

NA SKOPÍROVANIE

```
Dobrý deň, ďakujem ešte raz za spoluprácu. Pomohli by ste mi tromi vetami na Googli?
1. Čo ste predávali?
2. V ktorej lokalite?
3. Čo vám pri predaji najviac pomohlo?
Odkaz na recenziu: [váš odkaz]
```

▸ Video: Ako získať QR kód pre Google recenzie

HOTOVÉ, KEĎ

Máte aspoň 5 nových recenzií s lokalitou a typom. Žiadne vymyslené ani kúpené.

14. Zmienky o vás na cudzích weboch

●● Stredná | Robíte vy | ⏱ priebežne

PREČO

> Ahrefs porovnal 75 000 značiek: zmienky o značke na webe mali so zobrazením v AI prehľadoch koreláciu 0,664, spätné odkazy len 0,218. Stačí, že o vás niekto píše, odkaz nie je podmienka.

AKO NA TO

1. Regionálne médiá: raz za štvrťrok 5 viet o cenách vo vašom okrese.
2. Partneri: hypotekárny poradca, developer, notár, homestager. Spomeňte sa navzájom na weboch.
3. Podcasty a odborné komentáre v magazínoch realitných portálov.

▸ Video: Ako získať spätné odkazy pre SEO

HOTOVÉ, KEĎ

Máte zoznam 5 partnerov a aspoň 2 nové zmienky.

15. Ocenenia, certifikáty a členstvá na viditeľnom mieste

● Základ | Robíte vy | ⏱ 20 min

PREČO

> Ocenenie, ktoré vám udelil niekto iný, a členstvo v profesijnom združení sú typ dôkazu, ktorý AI v odpovediach o makléroch často uvádza. Nenapíšete si ho sami.

AKO NA TO

1. Uveďte na stránke makléra členstvo (napr. Realitná únia SR) a certifikáty (RSc.).
2. Ocenenia so zdrojom: kto ich udelil a kedy.
3. Prihláste sa do odborných súťaží, kde máte šancu.

HOTOVÉ, KEĎ

Všetky členstvá a ocenenia sú na webe s odkazom na zdroj.

16. Verejný LinkedIn a Facebook s vašimi témami

Základ | Robíte vy | ⏱ 30 min mesačne

PREČO

> V dátach NP Digital zvyšovala zmienka na LinkedIn viditeľnosť značky v AI 2,7-krát. Obsah v uzavretých skupinách AI vidieť nemusí.

AKO NA TO

1. LinkedIn: štvrťročný komentár k cenám v okrese, spolupráce, vzdelanie.
2. Facebook: verejné príspevky o predaných nehnuteľnostiach s lokalitou, typom a počtom dní.
3. Jedna téma, štyri formáty: stránka na webe, video, Facebook, LinkedIn.

HOTOVÉ, KEĎ

Máte verejný profil a aspoň jeden príspevok mesačne s lokalitou a číslom.

17. Diskusie: odpovedajte pod vlastným menom

Základ | Robíte vy | ⏱ 20 min týždenne

PREČO

> Writesonic pri vyše 2 000 značkách zistil, že keď o vás hovorí video alebo diskusia, šanca na zmienku v AI stúpne vyše trojnásobne, kým vlastný web ju zvýši len na 1,3-násobok. Pri recenziách maklérov sa vo výsledkoch Google objavujú aj diskusie, napr. Modrý koník.

AKO NA TO

1. Raz týždenne odpovedzte na otázku o predaji alebo cenách vo vašej lokalite, pod vlastným menom a s odbornou odpoveďou.
2. Nepropagujte sa v každej vete. Pomôžte, podpis stačí.
3. Nikdy nepíšte falošné príspevky ani recenzie z iných účtov.

HOTOVÉ, KEĎ

Máte aspoň 4 užitočné odpovede pod vlastným menom za mesiac.

18. Profily na realitných portáloch sú aktuálne

Základ | Robíte vy | ⏱ 30 min

PREČO

> Realitné portály patria medzi zdroje, ktoré AI pri otázkach na maklérov cituje. Starý profil s neaktuálnym telefónom alebo bez popisu vás zbytočne oslabí.

AKO NA TO

1. Aktualizujte fotku, popis, lokality a kontakt.
2. Pridajte odkaz na vašu stránku makléra.
3. Skontrolujte, či tam nemáte starý duplicitný profil.

→ Článok: Barnacle SEO: keď nepredbehnete katalógy, buďte v nich

HOTOVÉ, KEĎ

Na každom portáli máte jeden aktuálny profil s odkazom na web.

BONUS Merať

0 / 2 hotových

Aby ste vedeli, či to funguje. Bez merania len hádate.

19. Meranie návštev z AI v Google Analytics

●● Stredná | Webár | ⏱ 30 min

PREČO

> Návštevy z chatgpt.com, perplexity.ai či gemini.google.com sú ľudia, ktorým vás AI poslala. Kliky z AI v Googli sa v Analytics oddeliť nedajú, sú v bežnej návštevnosti z Googlu.

AKO NA TO

1. V GA4 otvorte Prehľady, Akvizícia, Získavanie návštevnosti.
2. Pridajte filter Zdroj relácie, zhoduje sa s regulárnym výrazom (nižšie).
3. Uložte si to ako prehľad alebo segment a pozerajte raz mesačne.
4. Ak si nie ste istí, či meranie funguje správne, využite kontrolu meraní zadarmo na wooacademy.sk.

NA SKOPÍROVANIE

```
chatgpt\.com|openai|perplexity|gemini\.google|copilot\.microsoft|claude\.ai
```

▸ Video: Výsledky z GEO a AI vyhľadávačov v Google Analytics

HOTOVÉ, KEĎ

Vidíte mesačný počet návštev z AI nástrojov a ich dopyty.

20. Raz mesačne sa pozrite do Search Console

Základ | Robíte vy | ⏱ 15 min mesačne

PREČO

> Seer Interactive zistil, že stránka citovaná v AI prehľade má o 120 % viac klikov ako necitovaná. V Search Console uvidíte zobrazenia aj otázky, na ktoré sa zobrazujete.

AKO NA TO

1. Výkon, Výsledky vyhľadávania: sledujte zobrazenia, nielen kliky.
2. Pozrite dopyty s vaším menom alebo názvom kancelárie. Ich rast je dobrý signál.
3. Nájdite otázky so zobrazeniami a bez klikov. To sú témy na novú stránku alebo video.

▸ Video: 1. miesto v Google a žiadne kliknutia

HOTOVÉ, KEĎ

Máte mesačný zvyk a zoznam 3 tém, ktoré spracujete.

Pozrite si to na videu

Krátke videá, v ktorých Milan Fraňo vysvetľuje SEO a GEO na reálnych príkladoch. Ďalšie nájdete priamo pri krokoch.

Query fan-out: ako AI rozloží vašu otázku na desiatky vyhľadávaní

Prečo treba mať odpovede aj na podotázky.

GEO služby: platíte za SEO aj GEO, platíte dvakrát?

Prečo GEO nie je nová veda a na čo si dať pozor pri ponukách.

Predbehol som vás v Googli aj v AI?

Ako vyzerá dôkaz, že SEO a GEO funguje.

1. miesto v Google a žiadne kliknutia

Čo s vami robí AI prehľad a ako to čítať v dátach.

Speakable a štruktúrované dáta nie sú zázrak

Tajný AI hack za tisíce eur neexistuje.

Výsledky z GEO a AI vyhľadávačov v Google Analytics

Ako zmerať, koľko ľudí vám poslala AI.

Plán na 30 dní

Nerobte všetko naraz. Jeden týždeň, pár krokov. Po mesiaci máte základ, ktorý väčšina konkurencie nemá.

TÝŽDEŇ 1

- Pošlite webárovi kroky 1 až 4
- Doplňte Firemný profil na Googli (5)
- Zjednoťte údaje všade (6)

TÝŽDEŇ 2

- Stránka makléra (7)
- Pošlite 3 otázky posledným 5 klientom (13)
- Na web uveďte ocenenia a členstvá (15)

TÝŽDEŇ 3

- Prvá podstránka pre štvrť (8)
- Odpoveď v prvej vete a FAQ (9)
- Prvé video s odpoveďou (12)

TÝŽDEŇ 4

- Zoznam 5 partnerov na zmienky (14)
- Prvý komentár k cenám na LinkedIn (16)
- Nastavte meranie AI návštev (19)

Šedá zóna: kde je hranica

Všetko, čo sa v SEO a GEO reálne skúša, zoradené od najmenšieho rizika po praktiky, ktoré sú za hranicou. Pri každom je hranica, za ktorou sa obrátia proti vám.

RADY MILANA FRAŇA

Čo by som robil a čomu by som sa vyhol

Barnacle SEO: keď nepredbehnete portály, buďte v nich

Odpoveď AI sa často skladá z katalógov, recenzií, rebríčkov, Redditu a YouTube. Ak tam nie ste, AI vás nemá odkiaľ odporučiť, aj keď máte perfektný web.

Článok → **Video →**

Video na YouTube nie je parazitné SEO

Využiť silu YouTube pre Google aj AI je legitímne. Parazitné SEO je, keď si kúpite miesto na cudzom webe len preto, aby ste sa zviezli na jeho reputácii.

Článok → **Video →**

Jeden poriadny článok namiesto 1000 AI článkov

AI pri písaní pomáha. Masa automaticky vyrobených textov však neprinesie to, čo jeden článok s vašimi číslami a skúsenosťou.

Video →

Expirované domény: poznajte riziko skôr, ako kúpite

Stará doména so spätnými odkazmi láka. Google má na jej zneužitie samostatné pravidlo, a keď to odhalí, prídete o celý efekt.

Video → **Článok →**

Neplaťte dvakrát za SEO a GEO

Ak vám niekto predáva GEO ako samostatnú službu popri SEO, pýtajte sa, čo presne robí navyše. Väčšinou je to to isté pod novým názvom.

Video →

NÍZKE RIZIKO

Vlastný rebríček „Top makléri 2026“

AI rebríčky rada cituje. Ale keď autor chváli sám seba, Google ho podľa analýzy Lily Ray v 69 % prípadov z odporúčania vynechá a odporučí ostatných.

Hranica: Poctivý prehľad s kritériami a číslami. Lepšie je byť v cudzom rebríčku.

NÍZKE RIZIKO

Nový dátum a rok v nadpise

AI asistenti citujú v priemere čerstvejší obsah. Google však hovorí: nemeňte dátum bez podstatnej zmeny obsahu.

Hranica: Raz za štvrťrok doplňte nové čísla. Potom je nový dátum pravdivý.

STREDNÉ RIZIKO

Platené články a zmienky v cudzích rebríčkoch

Zaplatiť si miesto v článku „Najlepší makléri v meste“ na magazíne alebo portáli. Zmienka na cudzom webe AI pomáha.

Hranica: Musí byť označené ako reklama a odkaz s rel=sponsored. Inak je to schéma s odkazmi.

STREDNÉ RIZIKO

Parazitné SEO

Obsah na cudzej silnej doméne: blog na veľkom médiu, profil na portáli, sekcia partnera.

Hranica: Pod dohľadom hostiteľa a s reálnou hodnotou. Inak to Google volá zneužitie reputácie webu.

STREDNÉ RIZIKO

Výmena odkazov a zmienok s partnermi

Hypotekár, notár, developer a vy sa navzájom spomeniete na weboch.

Hranica: Pri reálnej spolupráci v poriadku. Masová výmena odkazov len kvôli SEO je podľa Googlu spam.

STREDNÉ RIZIKO

Tlačové správy cez PR portály

Správa o ocenení alebo výsledkoch roka rozoslaná na desiatky webov naraz.

Hranica: Zmienka áno, odkazy s kľúčovými slovami v texte nie. Tie Google ignoruje alebo trestá.

STREDNÉ RIZIKO

Sto podstránok z jednej šablóny

„Predaj bytu v Pezinku / Modre / Senci“, mení sa len názov obce. Pokryjete veľa podotázok.

Hranica: Každá stránka musí mať vlastné čísla a skúsenosť. Inak sú to doorway stránky.

STREDNÉ RIZIKO

Masový obsah generovaný AI

Stovky článkov za týždeň, ktoré napísal nástroj a nikto ich nečítal.

Hranica: AI na písanie áno, ale s vašimi číslami a skúsenosťou. Google trestá obsah vyrábaný vo veľkom bez hodnoty.

VYSOKÉ RIZIKO

Expirovaná doména

Kúpa domény zaniknutej realitky s históriou a odkazmi a presmerovanie na seba.

Hranica: Google má na to samostatné pravidlo proti zneužitiu expirovaných domén.

VYSOKÉ RIZIKO

Siete vlastných mikrowebov (PBN)

Desať webov typu reality-ruzinov.sk, ktoré odkazujú na váš hlavný web.

Hranica: Google to radí medzi odkazový spam. Keď sa to odhalí, padne celá sieť aj hlavný web.

VYSOKÉ RIZIKO

Kľúčové slová v názve Firemného profilu

„Ján Novák Reality Trnava Byty“. V mapách to často funguje.

Hranica: Pravidlá Googlu to zakazujú. Hrozí pozastavenie profilu a strata všetkých recenzií.

VYSOKÉ RIZIKO

Virtuálne pobočky v Mapách

Firemné profily na adresách, kde nesedíte, aby ste boli v mape aj v iných mestách.

Hranica: Google takéto profily ruší. Pobočka musí byť skutočná a s personálom.

ZA HRANICOU

Recenzie za odmenu alebo z vlastných účtov

Zľava za 5 hviezdičiek, recenzie od rodiny alebo napísané za klienta.

Hranica: Google zakazuje recenzie za odmenu. Falošné recenzie radí zákon 108/2024 Z. z. medzi praktiky zakázané za každých okolností.

ZA HRANICOU

Falošné účty v diskusiách

Príspevky na Modrom koníku alebo Reddite, kde sa „spokojný klient“ odporúča sám.

Hranica: Porušuje pravidlá platforiem a ide o skrytú reklamu. Keď to niekto odhalí, je to verejne.

ZA HRANICOU

Falošné hodnotenia v štruktúrovaných dátach

Vložiť do kódu stránky „4,9 hviezdičky zo 120 hodnotení“, ktoré nikde nie sú.

Hranica: Google za zavádzajúce štruktúrované dáta udeľuje manuálne opatrenia. Hodnotenia musia byť skutočné a viditeľné.

ZA HRANICOU

Iný obsah pre roboty a pre ľudí (cloaking)

Robotom ukázať text plný kľúčových slov, ľuďom niečo iné. Patrí sem aj skrytý text pre AI.

Hranica: Čierna zóna. Nepomáha a Google za to web vyradí.

Pravidlo na záver: čo by ste sa hanbili ukázať klientovi alebo Googlu, to po čase prestane fungovať. A potom začínate od nuly, len s horšou povesťou.

Viete, koľko klientov vám už poslala AI?

Väčšina webov to nevie, lebo meranie nie je nastavené správne. Kontrola meraní vášho webu je na wooacademy.sk zadarmo: zadáte adresu webu a výsledok vám príde e-mailom.

CHECKLIST PRIPRAVIL

Milan Fraňo, wooacademy

SEO a GEO robím osobne. Na Realitnom kongrese 2026 som o tom hovoril s maklérmi. Ak to chcete mať hotové bez vlastnej práce, tu je, čo pre vás vieme spraviť.

SEO a GEO

Robí osobne Milan Fraňo

od 480 €

mesačne

Audit, kľúčové slová, obsah, odkazy a mesačný reporting. Google aj ChatGPT.

SEO a GEO služby →

Google Ads

Vedie Svetlana Durčáková

od 550 €

mesačne + rozpočet

Vyhľadávanie, obsahová sieť, remarketing aj video. Transparentný účet a reporting.

Reklama na Google →

Facebook a Instagram

Vedie Michaela Gallee

od 750 €

mesačne s grafikou + rozpočet

Kampane, grafika, Pixel, Conversions API a katalógy. Bez viazanosti.

Reklama na sociálnych sieťach →

Ďalšie služby a ceny

Kontrola meraní na webe	**zadarmo**	SEO audit webu	**480 €**
Meta Pixel, CAPI a Consent Mode	**149 €**	SEO konzultácia	**350 €**
Marketingová konzultácia	**350 €**	SEO coaching (26 h)	**1 499 €**
SEO články a copywriting	**od 30 €**	Marketingová stratégia	**od 949 €**
Weby a e-shopy	**od 1 500 €**	Celý tím: SEO, Google Ads a sociálne siete	**od 1 780 € / mes.**

Výsledky klientov

SEO · dovoz áut · 6 mesiacov

15,9 → 9,3

priemerná pozícia v Google, +72 % ľudí hľadá firmu podľa mena. Obsah postavený na otázkach, ktoré zákazníci naozaj píšu.

SEO · e-shop · 7 mesiacov · 480 €/mes.

46×

tržby z Google oproti cene SEO, +293 % tržieb z Google medziročne.

SEO · e-shop · od 200 €/mes.

8,2×

tržby z Google oproti cene SEO, +101 % tržieb z Google medziročne.

Facebook a Instagram · e-shop

ROAS 15,93

predtým 1,03, cena za nákup z 39,20 € na 2,40 € bez navýšenia rozpočtu.

Čo o nás hovoria klienti

100 % odporúča WooAcademy · 121 recenzií na Facebooku · 580+ firiem, s ktorými sme pracovali

DLHODOBÁ SPOLUPRÁCA

„Naše štúdio spolupracuje s WooAcademy už niekoľko rokov a vždy sme boli so službami veľmi spokojní.“

P **Plutoon**

FIREMNÉ ŠKOLENIE META

„Získali sme veľa užitočných poznatkov, ktoré nám pomôžu zefektívniť našu prácu.“

M **MatraCentrum**

SPOLUPRÁCA S AGENTÚROU

„Som vďačná za profesionálny prístup a vždy ochotu pomôcť. Veľmi si vážim promptnosť a rýchlosť. U Vás služby nekončia kúpou a platbou, ale presvedčila som sa, že starostlivosť o klienta aj po kúpe, je u Vás priorita číslo jeden. Ešte raz ďakujem a vrelo odporúčam ďalej.“

T **T.O.P. AUTO Bratislava**

KONZULTÁCIA

„Výborná spolupráca, poradenstvo a promptnosť.“

S **Stanislava S.**

FACEBOOK A INSTAGRAM KAMPANE

„Skvelá vec je, že ponúkajú školenie šité na mieru konkrétnemu klientovi. Riešite len to, čo vás zaujíma (...), bez zbytočných odbočení.“

L **Lucia V.**

FIREMNÉ ŠKOLENIE

„Školenie bolo pre náš tím veľmi prínosné - odnášame si množstvo nových poznatkov, ktoré vieme okamžite uplatniť v praxi.“

M **Materasso Slovakia, s. r. o.**

SOCIÁLNE SIETE

„Vysvetlili sme si situáciu na trhu, zohľadnili okolnosti a v závere všetko do seba pekne zapadlo.“

H **Holiport.sk**

KURZ SEO

„Musela som hneď v ten večer začať opravovať všetky chyby, ktoré som vďaka nemu na svojej stránke detekovala.“

V **Veronika B.**

KURZ SEO

„Kurz SEO bol veľmi dobre štruktúrovaný, plný praktických a aktuálnych informácií, splnil účel aj očakávania, tešíme sa na pokračovanie.“

H **House of Ukulele**

GOOGLE ADS

„Všetko jasne vysvetlené, žiadna teória ale naopak veľa príkladov z praxe a praktických rád.“

M **Mario S.**

GOOGLE ADS

„Výborný kurz, veľmi intenzívne a užitočné s plno vychytávkami (...). Veľmi nám to pomohlo.“

S **Sonia V.**

PPC / GOOGLE ADS

„(...) workshop Svetlany Durčákovej o PPC bol tiež super, ktorý mi pomohol ako majiteľovi agentúry sa zorientovať lepšie v téme PPCčiek 😉“

D **Daniel C.**

SEO ON PAGE

„Milan ma na celodennom, individuálnom školení naučil ako správne nastaviť SEO on page.“

Z **Zuzana H.**

FACEBOOK A INSTAGRAM PRE POKROČILÝCH

„Ako hlavnú výhodu by som vyzdvihol to, že ihneď sme poznatky testovali na vlastných projektoch.“

L **Lukáš T.**

FACEBOOK A INSTAGRAM PRE FIRMY

„Zodpovedala nám otázky vždy nad rámec našich požiadaviek.“

F **Finalcd**

WORDPRESS

„Milan mal trpezlivosť a ochotu aj keď som sa tretí krát opýtal na to isté 😀“

P **Peter N.**

WORKSHOP SEO

„Milan nám počas troch hodín dal maximálny objem informácií, podaný zrozumiteľne a jasne, bez zbytočnej vaty.“

I **Ivona F.**

ŠKOLENIE PRE TÍM

„Príjemný hlas, ochota vysvetliť nad rámec naplánovaných tém a absolútny prehľad jednotlivých zákutí FB a marketingu.“

A **Andrej J., FitFabrik**

SEO PRE WORDPRESS

„Dôležité je, že sme si veci, o ktorých sa hovorilo nie len ukázali, ale aj vyskúšali na vlastných stránkach.“

N **Nikola K.**

WORKSHOP SEO

„Oproti iným kurzom, s ktorými môžem porovnávať, sa mi páčilo najmä to, že to nebola iba nudná teória na slajdoch, ale aj konkrétne príklady a hlavne priestor na diskusiu (...)“

L **Lucia Z.**

WORKSHOP SEO

„(...) treba len správne pochopiť o čom to SEO vlastne je a že sa to nedá zapnúť jedným gombíkom.“

R **Roman V.**

© wooacademy · Milan Fraňo · GEO checklist pre maklérov. Čísla zo štúdií berte ako smer, nie záruku: AI odpovede sa neustále menia.