

Widoczność marek z branży Dla Dzieci w odpowiedziach AI

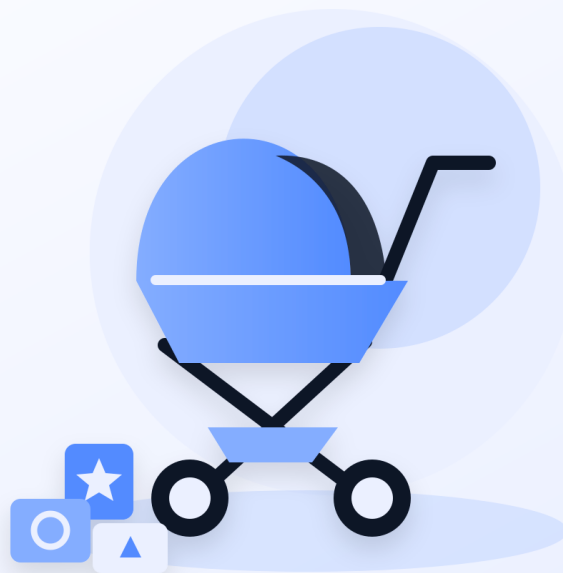
Liderzy kategorii, specjalizacje marek
i wnioski dla strategii GEO

Stan na 17 września 2026 • Polska

Dla Dzieci Raport 2026

Widoczność marek w AI

41 marek • 5 kategorii



41 marek / 14 000 odpowiedzi / 5 systemów AI

Opracowanie Semly

Dariusz Januszkiewicz • CAIO Semly.ai

Badanie widoczności marek z ostatnich 28 dni.

Spis treści

Raport obejmuje analizę branżową i pełne rankingi 41 marek. Każdą kategorię uzupełniają dwa przykładowe pytania z badania, pokazujące sytuacje zakupowe uwzględnione w pomiarze.

03 / Wprowadzenie i opracowanie merytoryczne

04 / Ranking ogólny i wyniki wszystkich marek

07 / Foteliki samochodowe i bezpieczeństwo

11 / Karmienie, pielęgnacja i wyprawka

15 / Sen i pokój dziecka

19 / Wózki i podróż z dzieckiem

23 / Zabawki i wspieranie rozwoju

27 / Pełna mapa kategorii

29 / Specjalizacja marek

30 / Domeny źródłowe i porównanie kategorii

32 / Rekomendacje GEO

33 / Metodologia oraz źródła

Jak rozumieć numerację?

Poz. oznacza miejsce w rankingu według liczby wystąpień. Przy remisie kilka marek otrzymuje tę samą pozycję, a następna pozycja uwzględnia liczbę poprzedzających ją marek.

O co konkurują marki w AI?

bobowozki.com.pl prowadzi w całym badaniu oraz w kategoriach fotelików i wózków. smyk.com zajmuje pierwsze miejsce w karmieniu, pielęgnacji i wyprawce oraz w zabawkach. W kategorii snu i pokoju dziecka liderem jest lionelo.pl. Pozycja marki zależy więc od tego, o jaki zakup pyta użytkownik.

W pytaniach użytych w badaniu produkt ma spełnić konkretny warunek: fotelik zmieścić się w małym samochodzie, spacerówka ułatwić podróż, a butelka mieć niewiele elementów do mycia. Analiza pokazuje, jakie marki pojawiają się w odpowiedziach AI na takie potrzeby i pytania o miejsce zakupu.

Raport porównuje 41 monitorowanych marek i domen z branży Dla Dzieci, w tym sklepy wielomarkowe oraz marki produktów. Próba obejmuje 14 000 odpowiedzi na 100 pytań. Zestawienie nie jest pełnym katalogiem rynku: duże platformy obecne w źródłach odpowiedzi mogą pozostawać poza panelem monitorowanych marek.

Jak czytać te wyniki?

Widoczność 10% oznacza 10 odnotowanych wystąpień na 100 odpowiedzi w danym zakresie. Jedna odpowiedź może wymienić wiele marek. Wynik nie jest udziałem w sprzedaży ani oceną jakości produktów. Przy interpretacji warto porównać kategorię z rzeczywistym asortymentem danej firmy.

Opracowanie merytoryczne

Dariusz Januszkiewicz - przedsiębiorca i analityk z 20-letnim doświadczeniem w e-commerce, założyciel i CEO projektów RedCart.pl oraz Droplo.com. Jako CAIO w Semly.ai odpowiada za zarządzanie produktem i rozwój całego ekosystemu. Tworzy narzędzia AI, łącząc analizę danych z doświadczeniem w budowaniu rozwiązań dla handlu internetowego.

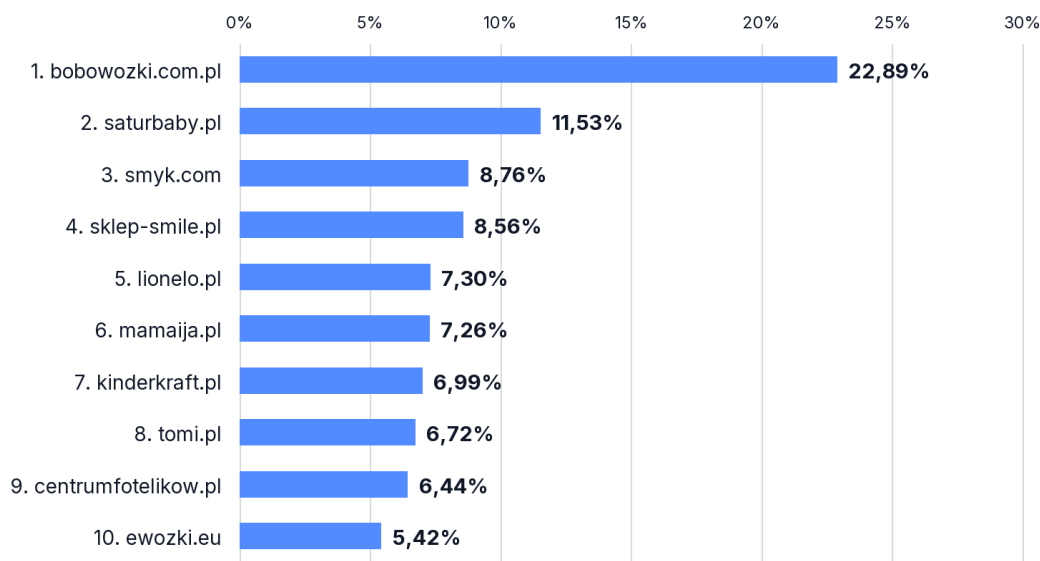
[Dariusz Januszkiewicz na LinkedIn](#)

Obraz całej branży

bobowozki.com.pl uzyskał 3204 wystąpienia i widoczność 22,89%. saturbaby.pl odnotowano 1614 razy (11,53%), a smyk.com 1227 razy (8,76%). Tuż za trzecią marką znajduje się sklep-smile.pl z 1198 wystąpieniami (8,56%).

Najczęściej obecne marki

Widoczność w odpowiedziach AI • pierwsze 10 miejsc



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

N = 14 000 odpowiedzi. Jedna odpowiedź może zawierać kilka marek.

Pierwsze trzy marki skupiają 33,95% z 17 805 wystąpień całego monitorowanego zestawu. Między miejscem trzecim i czwartym jest zaledwie 29 wystąpień, czyli około 0,21 punktu procentowego widoczności. Tak mała różnica nie przesądza o trwałej przewadze.

Foteliki i wózki odpowiadają łącznie za 12 741 wystąpień, czyli 71,56% całości. Każda z pięciu kategorii ma po 2800 odpowiedzi, lecz liczba wymienianych monitorowanych marek znacznie się różni. Ranking ogólny warto zatem czytać razem z wynikami kategorii.

Wyniki wszystkich 41 marek

Widoczność w całej próbie 14 000 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień, przed zaokrągleniem procentów. Tabela obejmuje pierwsze 21 marek.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	bobowozki.com.pl	3 204	22,89%
2	saturbaby.pl	1 614	11,53%
3	smyk.com	1 227	8,76%
4	sklep-smile.pl	1 198	8,56%
5	lionelo.pl	1 022	7,30%
6	mamaija.pl	1 017	7,26%
7	kinderkraft.pl	979	6,99%
8	tomi.pl	941	6,72%
9	centrumfotelikow.pl	901	6,44%
10	ewozki.eu	759	5,42%
11	babyono.com	583	4,16%
12	mamabrum.eu	508	3,63%
13	osiemgwiazdek.pl	504	3,60%
14	dawidam.pl	478	3,41%
15	vexpi.pl	430	3,07%
16	babyhit.pl	277	1,98%
17	canpolbabies.com	272	1,94%
18	sklepkiki.pl	247	1,76%
19	scandinavianbaby.pl	246	1,76%
20	tublu.pl	182	1,30%
21	jukki.pl	167	1,19%

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Remisy wynikają z równych liczników. Identyczny procent po zaokrągleniu nie musi oznaczać remisu.

Wyniki wszystkich 41 marek ciąg dalszy

Widoczność w całej próbie 14 000 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień, przed zaokrągleniem procentów. Tabela obejmuje pozostałe 20 marek.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
22	3kiwi.pl	166	1,19%
23	lamillou.com	144	1,03%
24	momi.pl	127	0,91%
25	sklepkubus.pl	124	0,89%
26	wozki-foteliki.pl	118	0,84%
27	boboland24.pl	88	0,63%
28	marko-baby.pl	66	0,47%
29	millymally.pl	56	0,40%
30	sklep-tosia.eu	50	0,36%
31	supermaluch.com	43	0,31%
32	4kidspoint.pl	17	0,12%
33	4kids.com.pl	14	0,10%
33	krainazabawy.pl	14	0,10%
35	fartlandia.pl	10	0,07%
36	sklepurwis.pl	7	0,05%
37	akpolbaby.pl	1	0,01%
37	dudus.pl	1	0,01%
37	juniora.pl	1	0,01%
37	swiat-dziecka-24.pl	1	0,01%
37	swiatdziecka.com.pl	1	0,01%

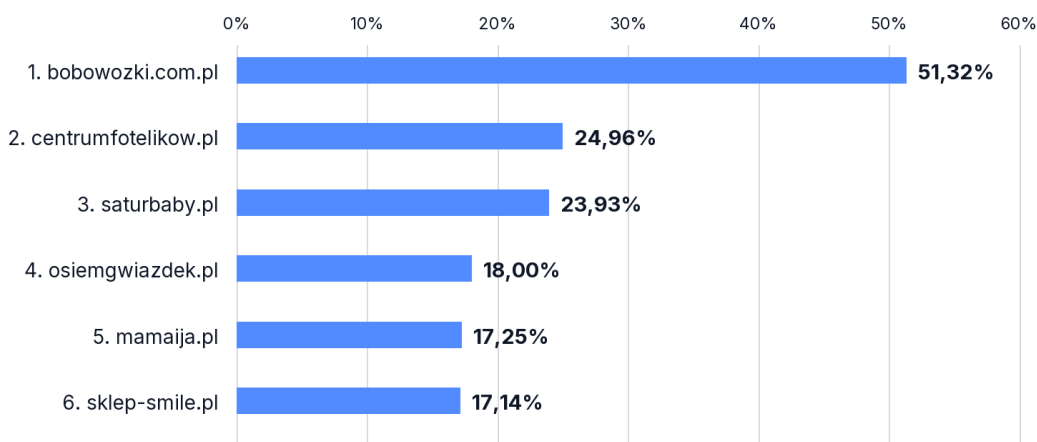
Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Remisy wynikają z równych liczników. Identyczny procent po zaokrągleniu nie musi oznaczać remisu.

Foteliki samochodowe i bezpieczeństwo

bobowozki.com.pl prowadzi z widocznością 51,32%. centrumfotelikow.pl uzyskał 24,96%, saturbaby.pl 23,93%, a osiemgwiazdek.pl 18,00%.

Foteliki samochodowe i bezpieczeństwo

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

N = 2800 odpowiedzi w kategorii

Wszystkie 504 wystąpienia osiemgwiazdek.pl przypadają na tę kategorię. Domena zajmuje 13. miejsce ogółem, ale czwarte w fotelikach. centrumfotelikow.pl awansuje z dziewiątego miejsca w całej próbie na drugie w tej kategorii. Ranking zbiorczy wyraźnie osłabia obraz obecności tych specjalistów.

Dopasowanie fotelika w pytaniach

Pytania o foteliki zawierają warunki dopasowania do dziecka i samochodu. Użytkownik nie szuka samej nazwy modelu: pyta także o montaż, bazę albo sposób prowadzenia pasa. To kontekst, w którym precyzja informacji produktowych jest szczególnie istotna.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam fotelika dla noworodka z bazą, który będzie łatwy do prawidłowego montażu w małym samochodzie. Jaki konkretny model sprawdzić i gdzie kupić go online?”

W audycie GEO warto sprawdzić, czy informacje o wariantach i zgodności produktu z określonym zastosowaniem są jednoznaczne oraz oparte na dokumentacji. Samo pojawienie się marki w AI nie weryfikuje poprawności dopasowania fotelika. Cytowane pytania ilustrują pomiar, a nie stanowią rekomendacji zakupu.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam fotelika z wysokim oparciem dla dziecka o wzroście od około 100 do 150 cm. Jaki model dobrze dopasowuje pas samochodowy i w którym sklepie internetowym go znajdę?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań użytych w badaniu. Wyniki tej kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 2800 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 31 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	bobowozki.com.pl	1437	51,32%
2	centrumfotelikow.pl	699	24,96%
3	saturbaby.pl	670	23,93%
4	osiemgwiazdek.pl	504	18,00%
5	mamaija.pl	483	17,25%
6	sklep-smile.pl	480	17,14%
7	vexpi.pl	306	10,93%
8	ewozki.eu	272	9,71%
9	tomi.pl	237	8,46%
10	kinderkraft.pl	220	7,86%
11	lionelo.pl	212	7,57%
12	dawidam.pl	176	6,29%
13	smyk.com	114	4,07%
14	babyono.com	87	3,11%
15	babyhit.pl	76	2,71%
16	scandinavianbaby.pl	72	2,57%
17	boboland24.pl	62	2,21%
18	sklepkiki.pl	44	1,57%
19	wozki-foteliki.pl	34	1,21%
20	sklep-tosia.eu	21	0,75%
21	jukki.pl	17	0,61%

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 6297 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 44,56% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Ranking kategorii ciąg dalszy

W kategorii odnotowano 31 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
21	supermaluch.com	17	0,61%
23	sklepkubus.pl	15	0,54%
23	marko-baby.pl	15	0,54%
25	canpolbabies.com	9	0,32%
26	fartlandia.pl	6	0,21%
27	sklepurwis.pl	4	0,14%
28	3kiwi.pl	3	0,11%
28	4kids.com.pl	3	0,11%
30	moml.pl	1	0,04%
30	swiat-dziecka-24.pl	1	0,04%
32	mamabrum.eu	0	0,00%
32	tublu.pl	0	0,00%
32	lamillou.com	0	0,00%
32	millymally.pl	0	0,00%
32	4kidspoint.pl	0	0,00%
32	krainazabawy.pl	0	0,00%
32	akpolbaby.pl	0	0,00%
32	dudus.pl	0	0,00%
32	juniora.pl	0	0,00%
32	swiatdziecka.com.pl	0	0,00%

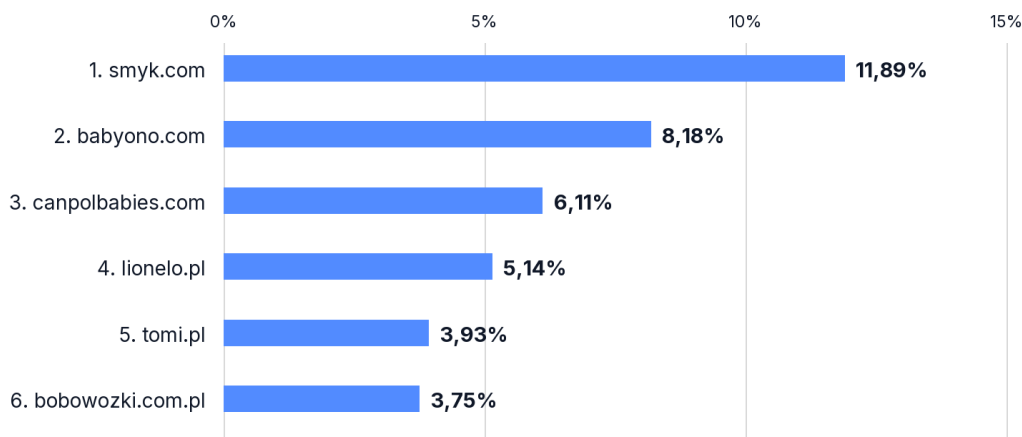
Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 6297 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 44,56% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Karmienie, pielęgnacja i wyprawka

smyk.com uzyskał widoczność 11,89%, babyono.com 8,18%, a canpolbabies.com 6,11%. Na czwartym miejscu znajduje się lionelo.pl z wynikiem 5,14%.

Karmienie, pielęgnacja i wyprawka

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

N = 2800 odpowiedzi w kategorii

Odnotowano 30 z 41 monitorowanych marek i 1729 wystąpień. Na wyprawkę przypada 171 z 272 wystąpień canpolbabies.com, czyli 62,87%. Niższe wyniki procentowe niż w fotelikach nie dowodzą mniejszego zainteresowania zakupami: liczba pytań jest taka sama, a panel marek obejmuje tylko część rynku.

Wyprawka w codziennym użytkowaniu

Pytania w tej kategorii opisują codzienną obsługę produktów. Powtarzają się kwestie mycia, liczby części i wygody użycia. Dobra karta produktu powinna pozwalać znaleźć te informacje bez samodzielnego odgadywania różnic między modelami.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam cichego laktatora elektrycznego do regularnego odciągania pokarmu w domu. Jaki konkretny model jest łatwy do mycia i gdzie kupić go online?”

Warto rozdzielać opis funkcji produktu od obietnic dotyczących zdrowia. Przegląd treści powinien sprawdzać kompletność informacji o składzie zestawu, czyszczeniu i przeznaczeniu zgodnie z dokumentacją. Raport nie ocenia skuteczności produktów ani prawdziwości określeń użytych w pytaniach.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam butelek antykolkowych dla noworodka z niewielką liczbą elementów do mycia. Jaki konkretny zestaw warto kupić i gdzie znaleźć go online?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań użytych w badaniu. Wyniki tej kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 2800 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 30 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	smyk.com	333	11,89%
2	babyono.com	229	8,18%
3	canpolbabies.com	171	6,11%
4	lionelo.pl	144	5,14%
5	tomi.pl	110	3,93%
6	bobowozki.com.pl	105	3,75%
7	saturbaby.pl	81	2,89%
8	kinderkraft.pl	80	2,86%
9	mamajja.pl	78	2,79%
10	jukki.pl	73	2,61%
11	mamabrum.eu	65	2,32%
12	dawidam.pl	58	2,07%
12	babyhit.pl	58	2,07%
14	scandinavianbaby.pl	23	0,82%
15	lamillou.com	18	0,64%
16	ewozki.eu	17	0,61%
17	momi.pl	15	0,54%
18	sklepkiki.pl	14	0,50%
19	sklepkubus.pl	13	0,46%
19	millymally.pl	13	0,46%
21	marko-baby.pl	8	0,29%

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 1729 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 42,39% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Ranking kategorii ciąg dalszy

W kategorii odnotowano 30 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
22	4kidspoint.pl	7	0,25%
23	vexpi.pl	6	0,21%
24	centrumfotelikow.pl	2	0,07%
24	3kiwi.pl	2	0,07%
24	4kids.com.pl	2	0,07%
27	tublu.pl	1	0,04%
27	sklep-tosia.eu	1	0,04%
27	fartlandia.pl	1	0,04%
27	akpolbaby.pl	1	0,04%
31	sklep-smile.pl	0	0,00%
31	osiemgwiazdek.pl	0	0,00%
31	wozki-foteliki.pl	0	0,00%
31	boboland24.pl	0	0,00%
31	supermaluch.com	0	0,00%
31	krainazabawy.pl	0	0,00%
31	sklepurwis.pl	0	0,00%
31	dudus.pl	0	0,00%
31	juniora.pl	0	0,00%
31	swiat-dziecka-24.pl	0	0,00%
31	swiatdziecka.com.pl	0	0,00%

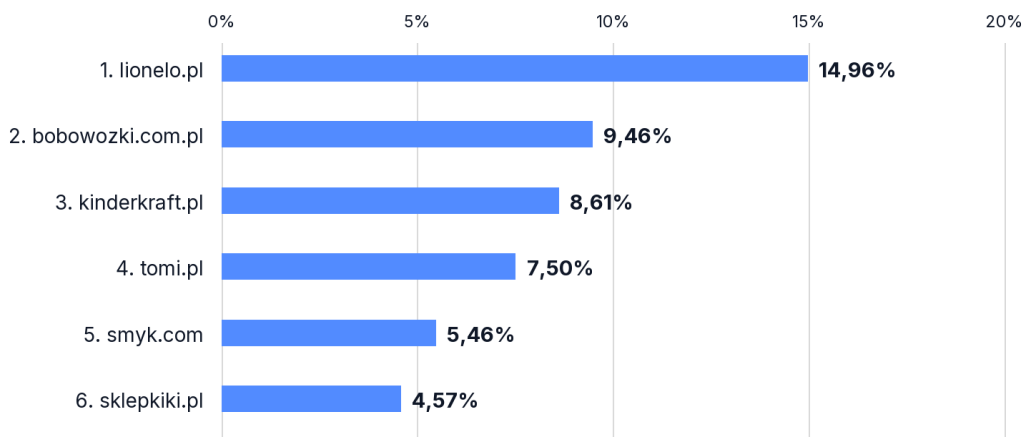
Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 1729 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 42,39% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Sen i pokój dziecka

lionelo.pl zajmuje pierwsze miejsce z widocznością 14,96%. Kolejne wyniki to bobowozki.com.pl 9,46%, kinderkraft.pl 8,61% i tomi.pl 7,50%.

Sen i pokój dziecka

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

N = 2800 odpowiedzi w kategorii

Na sen i pokój dziecka przypada 419 z 1022 wystąpień lionelo.pl, czyli 41,00%. sklepiki.pl uzyskał tu 128 z 247 swoich wystąpień i zajmuje szóste miejsce w kategorii, mimo osiemnastej pozycji ogółem. Obecność w jednym obszarze może więc znacząco odbiegać od wyniku zbiorczego.

Wypożyczenie pokoju w pytaniach

Pytania dotyczą konkretnych cech wyposażenia: regulacji wysokości, wymiarów i sposobu użytkowania. Kategoria pokazuje inną kolejność marek niż zestawienie ogólne. Dla sklepu z ofertą do pokoju dziecka to bliższy punkt odniesienia niż sam ranking całej branży.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam łóżeczka dostawnego dla noworodka z regulacją wysokości i możliwością stabilnego przymocowania do łóżka rodziców. Jaki model warto kupić i gdzie zamówić go online?”

W treściach produktowych warto sprawdzić spójność wymiarów, wariantów i instrukcji. Przy produktach dla niemowląt odpowiedź AI nie powinna być traktowana jako potwierdzenie bezpieczeństwa użytkowania. Raport bada obecność marek, a nie ocenia warunków snu dziecka ani polecanych modeli.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam odpowiednio twardego i przewiewnego materaca do łóżeczka niemowlęcego o standardowym rozmiarze. Jaki konkretny model wybrać i gdzie kupić go online?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań użytych w badaniu. Wyniki tej kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 2800 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 29 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	lionelo.pl	419	14,96%
2	bobowozki.com.pl	265	9,46%
3	kinderkraft.pl	241	8,61%
4	tomi.pl	210	7,50%
5	smyk.com	153	5,46%
6	sklepkiki.pl	128	4,57%
7	babyono.com	108	3,86%
8	mamaija.pl	102	3,64%
9	saturbaby.pl	86	3,07%
10	mamabrum.eu	84	3,00%
11	jukki.pl	71	2,54%
12	moni.pl	44	1,57%
13	ewozki.eu	38	1,36%
14	3kiwi.pl	25	0,89%
15	centrumfotelikow.pl	21	0,75%
16	canpolbabies.com	20	0,71%
17	millymally.pl	17	0,61%
18	scandinavianbaby.pl	16	0,57%
19	babyhit.pl	13	0,46%
19	sklepkubus.pl	13	0,46%
21	marko-baby.pl	9	0,32%

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 2100 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 44,05% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Ranking kategorii ciąg dalszy

W kategorii odnotowano 29 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
22	dawidam.pl	8	0,29%
23	vexpi.pl	2	0,07%
23	tublu.pl	2	0,07%
25	sklep-smile.pl	1	0,04%
25	wozki-foteliki.pl	1	0,04%
25	boboland24.pl	1	0,04%
25	sklep-tosia.eu	1	0,04%
25	4kids.com.pl	1	0,04%
30	osiemgwiazdek.pl	0	0,00%
30	lamillou.com	0	0,00%
30	supermaluch.com	0	0,00%
30	4kidspoint.pl	0	0,00%
30	krainazabawy.pl	0	0,00%
30	fartlandia.pl	0	0,00%
30	sklepurwis.pl	0	0,00%
30	akpolbaby.pl	0	0,00%
30	dudus.pl	0	0,00%
30	juniora.pl	0	0,00%
30	swiat-dziecka-24.pl	0	0,00%
30	swiatdziecka.com.pl	0	0,00%

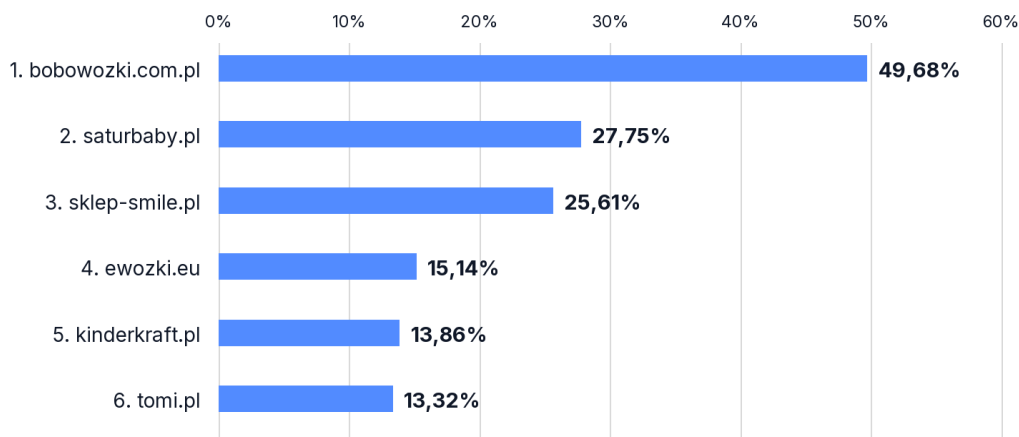
Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 2100 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 44,05% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Wózki i podróż z dzieckiem

bobowozki.com.pl uzyskał widoczność 49,68%, saturbaby.pl 27,75%, a sklep-smile.pl 25,61%. ewozki.eu zajmuje czwarte miejsce z wynikiem 15,14%.

Wózki i podróż z dzieckiem

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

N = 2800 odpowiedzi w kategorii

To kategoria z największą liczbą wystąpień (6444) i największą liczbą obecnych marek (32). Wózki i foteliki dają razem 1197 z 1198 wystąpień sklep-smile.pl. Wysoka czwarta pozycja tej domeny ogółem opiera się zatem niemal w całości na dwóch obszarach oferty.

Podróż jako kontekst zakupu

W pytaniach o wózek liczy się codzienna sytuacja: podróż samolotem, rodzaj nawierzchni czy potrzeba złożenia sprzętu. Użytkownik szuka porównania cech w kontekście zastosowania. Z perspektywy treści oznacza to potrzebę konkretnych parametrów zamiast samego opisu wygody.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam kompaktowej spacerówki na podróż samolotem, która po złożeniu mieści się w limitach bagażu wybranej linii. Jaki model sprawdzić i gdzie mogę kupić go online?”

W audycie warto zweryfikować masę, wymiary po złożeniu i zawartość zestawu dla dokładnego wariantu. Ogólna etykieta typu „do samolotu” nie zastępuje porównania parametrów z warunkami przewoźnika. Pomiar widoczności wskazuje kontekst pytań, ale nie potwierdza dopasowania produktu do każdej podróży.

Przykładowe pytanie z badania

„Potrzebuję wózka 2w1 dla noworodka, który dobrze poradzi sobie na chodnikach, żwirze i leśnych ścieżkach. Który konkretny model polecasz i w jakim sklepie internetowym go zamówić?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań użytych w badaniu. Wyniki tej kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 2800 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 32 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	bobowozki.com.pl	1391	49,68%
2	saturbaby.pl	777	27,75%
3	sklep-smile.pl	717	25,61%
4	ewozki.eu	424	15,14%
5	kinderkraft.pl	388	13,86%
6	tomi.pl	373	13,32%
7	mamaija.pl	344	12,29%
8	smyk.com	248	8,86%
9	dawidam.pl	234	8,36%
10	lionelo.pl	221	7,89%
11	centrumfotelikow.pl	179	6,39%
12	3kiwi.pl	136	4,86%
13	scandinavianbaby.pl	126	4,50%
13	lamillou.com	126	4,50%
15	vexpi.pl	116	4,14%
16	babyono.com	113	4,04%
16	babyhit.pl	113	4,04%
18	wozki-foteliki.pl	83	2,96%
19	mommi.pl	67	2,39%
20	sklepkiki.pl	61	2,18%
21	sklepkubus.pl	56	2,00%

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 6444 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 44,77% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Ranking kategorii ciąg dalszy

W kategorii odnotowano 32 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
22	sklep-tosia.eu	27	0,96%
23	supermaluch.com	26	0,93%
24	boboland24.pl	25	0,89%
25	mamabrum.eu	24	0,86%
26	canpolbabies.com	16	0,57%
27	marko-baby.pl	13	0,46%
28	4kids.com.pl	7	0,25%
29	4kidspoint.pl	5	0,18%
30	jukki.pl	4	0,14%
31	sklepurwis.pl	3	0,11%
32	dudus.pl	1	0,04%
33	osiemgwiazdek.pl	0	0,00%
33	tublu.pl	0	0,00%
33	millymally.pl	0	0,00%
33	krainazabawy.pl	0	0,00%
33	fartlandia.pl	0	0,00%
33	akpolbaby.pl	0	0,00%
33	juniora.pl	0	0,00%
33	swiat-dziecka-24.pl	0	0,00%
33	swiatdziecka.com.pl	0	0,00%

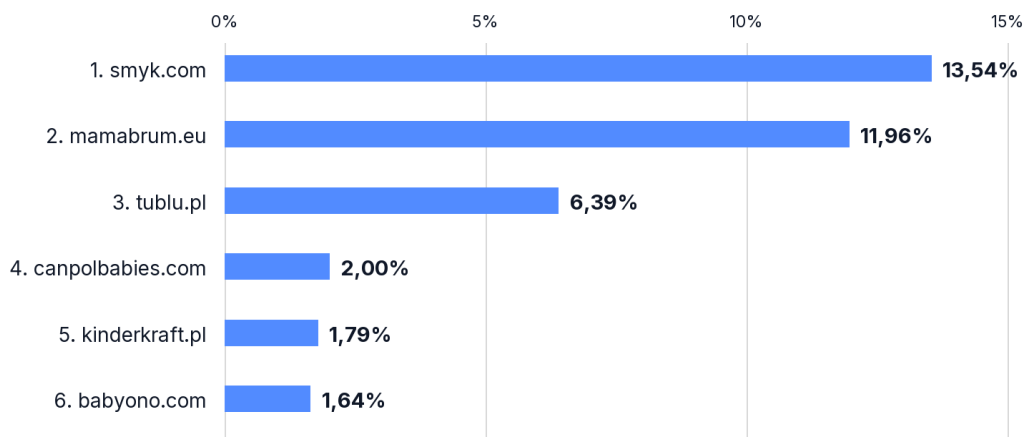
Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 6444 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 44,77% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Zabawki i wspieranie rozwoju

smyk.com prowadzi z widocznością 13,54%. mamabrum.eu uzyskał 11,96%, a tublu.pl 6,39%. canpolbabies.com zajmuje czwarte miejsce z wynikiem 2,00%.

Zabawki i wspieranie rozwoju

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

N = 2800 odpowiedzi w kategorii

Pierwsza trójka skupia 72,31% wystąpień monitorowanych marek w tej kategorii — najwięcej spośród pięciu obszarów. tublu.pl zajmuje 20. miejsce ogółem, ale trzecie w zabawkach. Aż 179 z jego 182 wystąpień przypada na tę kategorię, czyli 98,35%.

Zabawki dopasowane do potrzeb

Pytania wskazują wiek dziecka, sposób zabawy i praktyczne cechy produktu. W przytoczonych przykładach ważne są łatwość chwytania oraz mycia. Ten język potrzeb daje punkt wyjścia do oceny, czy opisy produktów odpowiadają na rzeczywiste kryteria zawarte w badaniu.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam kontrastowej maty z pałkami do leżenia na brzuszku dla niemowlęcia w pierwszych miesiącach życia. Jaki konkretny model wybrać i gdzie kupić go online?”

Wysoka koncentracja dotyczy badanego panelu, nie całego rynku zabawek. W audycie treści warto sprawdzić oznaczenia wieku, sposób użytkowania i informacje producenta. Widoczność nie jest dowodem wpływu zabawki na rozwój dziecka ani niezależną oceną jej jakości.

Przykładowe pytanie z badania

„Potrzebuję lekkiej zabawki sensorycznej dla dziecka w wieku od trzech do sześciu miesięcy, łatwej do chwytania i mycia. Jaki produkt polecasz i gdzie zamówić go przez internet?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań użytych w badaniu. Wyniki tej kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 2800 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 24 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	smyk.com	379	13,54%
2	mamabrum.eu	335	11,96%
3	tublu.pl	179	6,39%
4	canpolbabies.com	56	2,00%
5	kinderkraft.pl	50	1,79%
6	babyono.com	46	1,64%
7	sklepkubus.pl	27	0,96%
8	lionelo.pl	26	0,93%
8	millymally.pl	26	0,93%
10	marko-baby.pl	21	0,75%
11	babyhit.pl	17	0,61%
12	krainazabawy.pl	14	0,50%
13	tomi.pl	11	0,39%
14	mamaija.pl	10	0,36%
15	scandinavianbaby.pl	9	0,32%
16	ewozki.eu	8	0,29%
17	bobowozki.com.pl	6	0,21%
18	4kidspoint.pl	5	0,18%
19	fartlandia.pl	3	0,11%
20	dawidam.pl	2	0,07%
20	jukki.pl	2	0,07%

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 1235 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 72,31% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Ranking kategorii ciąg dalszy

W kategorii odnotowano 24 z 41 marek. Podstawa: 2800 odpowiedzi. Kolejność według liczby wystąpień; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
22	4kids.com.pl	1	0,04%
22	juniora.pl	1	0,04%
22	swiatdziecka.com.pl	1	0,04%
25	saturbaby.pl	0	0,00%
25	sklep-smile.pl	0	0,00%
25	centrumfotelikow.pl	0	0,00%
25	osiemgwiazdek.pl	0	0,00%
25	vexpi.pl	0	0,00%
25	sklepkiki.pl	0	0,00%
25	3kiwi.pl	0	0,00%
25	lamillou.com	0	0,00%
25	moni.pl	0	0,00%
25	wozki-foteliki.pl	0	0,00%
25	boboland24.pl	0	0,00%
25	sklep-tosia.eu	0	0,00%
25	supermaluch.com	0	0,00%
25	sklepurwis.pl	0	0,00%
25	akpolbaby.pl	0	0,00%
25	dudus.pl	0	0,00%
25	swiat-dziecka-24.pl	0	0,00%

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów. Łącznie 1235 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka skupia 72,31% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Pełna mapa kategorii

Widoczność w procentach. Każda kategoria obejmuje 2800 odpowiedzi. Pozycja dotyczy rankingu ogólnego. Tabela przedstawia pierwsze 21 marek.

Poz.	Domena	Foteliki	Wyprawka	Sen	Wózki	Zabawki
1	bobowozki.com.pl	51,32	3,75	9,46	49,68	0,21
2	saturbaby.pl	23,93	2,89	3,07	27,75	0,00
3	smyk.com	4,07	11,89	5,46	8,86	13,54
4	sklep-smile.pl	17,14	0,00	0,04	25,61	0,00
5	lionelo.pl	7,57	5,14	14,96	7,89	0,93
6	mamaija.pl	17,25	2,79	3,64	12,29	0,36
7	kinderkraft.pl	7,86	2,86	8,61	13,86	1,79
8	tomi.pl	8,46	3,93	7,50	13,32	0,39
9	centrumfotelikow.pl	24,96	0,07	0,75	6,39	0,00
10	ewozki.eu	9,71	0,61	1,36	15,14	0,29
11	babyono.com	3,11	8,18	3,86	4,04	1,64
12	mamabrum.eu	0,00	2,32	3,00	0,86	11,96
13	osiemgwiazdek.pl	18,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	dawidam.pl	6,29	2,07	0,29	8,36	0,07
15	vexpi.pl	10,93	0,21	0,07	4,14	0,00
16	babyhit.pl	2,71	2,07	0,46	4,04	0,61
17	canpolbabies.com	0,32	6,11	0,71	0,57	2,00
18	sklepiki.pl	1,57	0,50	4,57	2,18	0,00
19	scandinavianbaby.pl	2,57	0,82	0,57	4,50	0,32
20	tublu.pl	0,00	0,04	0,07	0,00	6,39
21	jukki.pl	0,61	2,61	2,54	0,14	0,07

Źródło: Semly [1]. Skróty odnoszą się do pięciu kategorii omówionych wcześniej. 0,00 oznacza brak odnotowanych wystąpień. Każda kolumna ma osobny mianownik; procentów nie należy sumować.

Pełna mapa kategorii ciąg dalszy

Widoczność w procentach. Każda kategoria obejmuje 2800 odpowiedzi. Pozycja dotyczy rankingu ogólnego. Tabela przedstawia pozostałe 20 marek.

Poz.	Domena	Foteliki	Wyprawka	Sen	Wózki	Zabawki
22	3kiwi.pl	0,11	0,07	0,89	4,86	0,00
23	lamillou.com	0,00	0,64	0,00	4,50	0,00
24	momi.pl	0,04	0,54	1,57	2,39	0,00
25	sklepklubus.pl	0,54	0,46	0,46	2,00	0,96
26	wozki-foteliki.pl	1,21	0,00	0,04	2,96	0,00
27	boboland24.pl	2,21	0,00	0,04	0,89	0,00
28	marko-baby.pl	0,54	0,29	0,32	0,46	0,75
29	millymally.pl	0,00	0,46	0,61	0,00	0,93
30	sklep-tosia.eu	0,75	0,04	0,04	0,96	0,00
31	supermaluch.com	0,61	0,00	0,00	0,93	0,00
32	4kidspoint.pl	0,00	0,25	0,00	0,18	0,18
33	4kids.com.pl	0,11	0,07	0,04	0,25	0,04
33	krainazabawy.pl	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50
35	fartlandia.pl	0,21	0,04	0,00	0,00	0,11
36	sklepurwis.pl	0,14	0,00	0,00	0,11	0,00
37	akpolbaby.pl	0,00	0,04	0,00	0,00	0,00
37	dudus.pl	0,00	0,00	0,00	0,04	0,00
37	juniora.pl	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04
37	swiat-dziecka-24.pl	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00
37	swiatdziecka.com.pl	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04

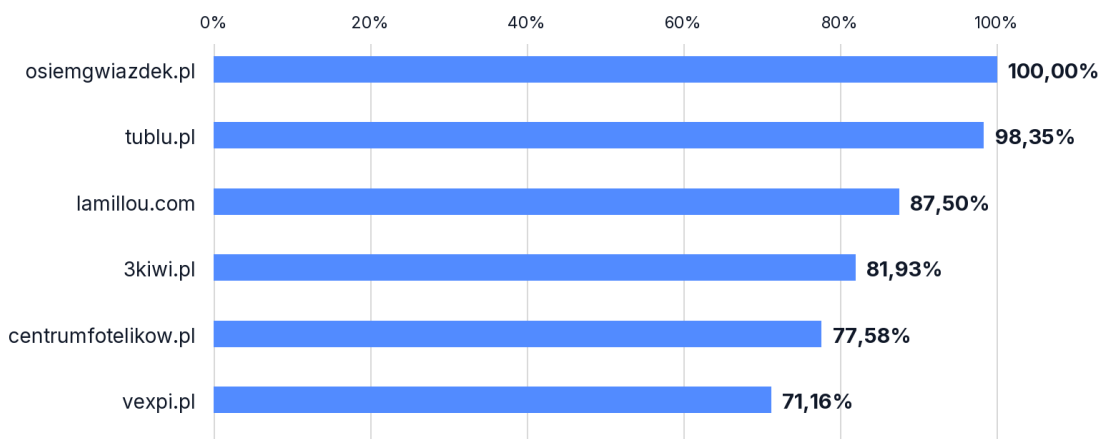
Źródło: Semly [1]. Skróty odnoszą się do pięciu kategorii omówionych wcześniej. 0,00 oznacza brak odnotowanych wystąpień. Każda kolumna ma osobny mianownik; procentów nie należy sumować.

Jak czytać specjalizację marki?

osiemgwiazdek.pl jest obecny wyłącznie w fotelikach, a tublu.pl niemal wyłącznie w zabawkach. Ich pozycja w specjalizacji jest znacznie wyższa niż w zestawieniu ogólnym. Wykres pokazuje sześć przykładów marek z co najmniej 100 wystąpieniami.

Silna obecność w jednej kategorii

Udział najmocniejszej kategorii we wszystkich wystąpieniach marki



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

Podstawa: wszystkie wystąpienia danej marki. To nie jest widoczność w próbie.

Udział 100% dla osiemgwiazdek.pl oznacza, że wszystkie 504 wystąpienia przypadają na foteliki. Widoczność tej domeny w odpowiedziach kategorii wynosi 18,00%. To dwie różne miary: pierwsza opisuje strukturę obecności marki, druga jej częstość w próbie.

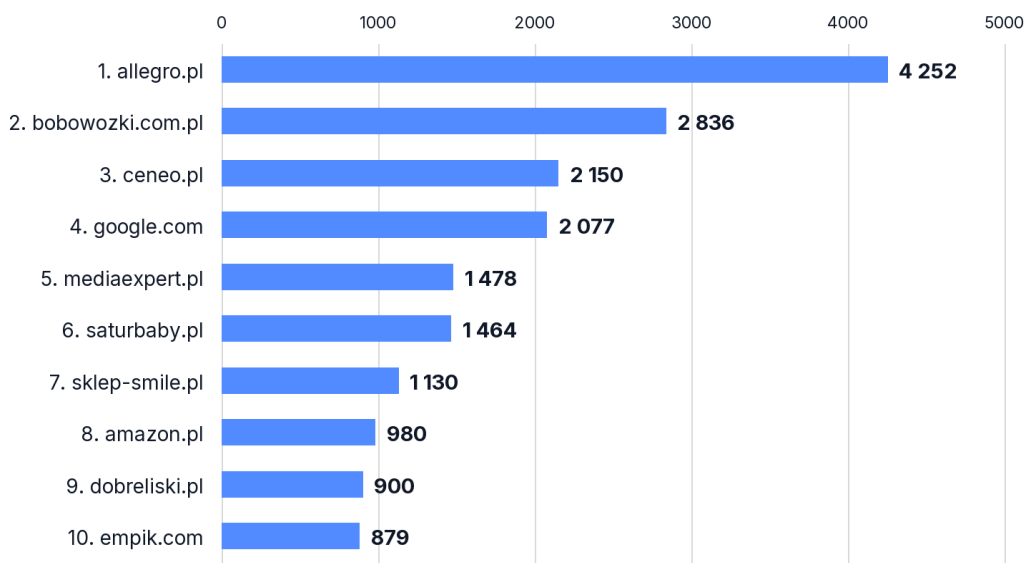
Selekcja przykładów pomija marki z bardzo małą liczbą obserwacji. Pojedyncze wystąpienie w jednej kategorii również dawałoby 100% koncentracji, ale byłoby słabą podstawą do opisu specjalizacji. Pełne dane wszystkich marek znajdują się w tabelach.

Skąd pochodzą źródła odpowiedzi?

W źródłach odpowiedzi najwięcej wystąpień ma allegro.pl (4252), następnie bobowozki.com.pl (2836), ceneo.pl (2150) i google.com (2077). To inny zbiór i inna miara niż ranking 41 monitorowanych marek.

Domeny obecne w źródłach odpowiedzi

Dziesięć domen według pola mentions



Źródło: Semly • stan na 17.09.2026 • 28 dni pomiarów

Wystąpienia domen w zestawieniu źródeł; nie są liczbą wizyt.

Obecność platform spoza panelu jest istotna dla interpretacji raportu. Niski wynik monitorowanych marek w kategorii nie oznacza, że AI nie wskazuje miejsc zakupu. Zestawienie źródeł obejmuje również domeny, których nie ma w rankingu marek, takie jak allegro.pl czy mediaexpert.pl.

Wykres korzysta z pola mentions w eksporcie źródeł. Nie połączono go z osobnym licznikiem occurrences ani z wystąpieniami marki w odpowiedzi. Dane te nie określają liczby wizyt czy zakupów i nie dowodzą, że sama obecność domeny spowodowała rekomendację.

Źródła w poszczególnych kategoriach

Pierwsze trzy domeny źródłowe w każdej kategorii. Miejsca ustalono według liczby wystąpień domen w danym zestawieniu; nie jest to ranking monitorowanych marek.

Foteliki samochodowe i bezpieczeństwo

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	bobowozki.com.pl	1291
2	allegro.pl	705
3	saturbaby.pl	601

Karmienie, pielęgnacja i wyprawka

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	allegro.pl	860
2	mediaexpert.pl	756
3	ceneo.pl	523

Sen i pokój dziecka

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	allegro.pl	820
2	google.com	414
3	ceneo.pl	362

Wózki i podróż z dzieckiem

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	bobowozki.com.pl	1236
2	allegro.pl	769
3	saturbaby.pl	711

Zabawki i wspieranie rozwoju

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	allegro.pl	1098
2	ceneo.pl	558
3	google.com	464

Źródło: Semly [1]. Stan na 17.09.2026 • ostatnie 28 dni. Jedna domena może być obecna w wielu kategoriach. Liczby dotyczą źródeł, nie wizyt ani konwersji.

Co zrobić z wynikami w praktyce?

Najbardziej użyteczne porównanie dotyczy marek z ofertą odpowiadającą na podobne potrzeby. Wyniki pomagają wybrać priorytety audytu GEO, czyli pracy nad widocznością w odpowiedziach AI.

Ocena kategorii zgodnych z ofertą

Wynik ogólny warto zestawić z obszarami ważnymi dla firmy. osiemgwiazdek.pl zajmuje trzynaste miejsce ogółem i czwarte w fotelikach, a tublu.pl dwudzieste ogółem i trzecie w zabawkach. Cele dla tych marek powinny uwzględniać koncentrację ich obecności.

Dokładność informacji o wariantach

Audyt kart produktów powinien objąć nazwy modeli, wymiary, skład zestawu oraz instrukcje. Informacje powinny dotyczyć tego samego wariantu i zgadzać się z dokumentacją producenta. Badanie nie testuje wpływu tych zmian na wynik; wskazuje obszary do weryfikacji.

Analiza odpowiedzi i ich źródeł

Przy ocenie rekomendacji warto sprawdzić rzeczywistą odpowiedź i wskazane strony. Sam licznik wystąpień nie pokazuje trafności dopasowania produktu. Domeny źródłowe spoza panelu mogą pomóc zrozumieć szerszy kontekst zakupowy.

Powtarzalny pomiar efektów

Kolejne porównanie powinno zachować zestaw pytań, panel marek, systemy i sposób liczenia. Zmiana próby może zmienić ranking bez zmiany treści strony. Wnioski z widoczności warto zestawić z danymi o ruchu i konwersji, które mierzą dalsze etapy zakupu.

Rekomendacje Semly są interpretacją danych i propozycją pracy analitycznej. Raport nie ustala przyczyn obecnej kolejności marek.

Jak powstał raport?

Zakres analizy

41 monitorowanych marek i domen, 100 pytań w języku polskim, pięć kategorii po 20 pytań. Próba obejmuje 14 000 odpowiedzi: po 2800 na kategorię. Systemy w eksporcie oznaczono jako AI Mode, ChatGPT, Claude, Gemini i Grok; nie wskazano dokładnych wersji modeli.

Stan danych i okres pomiaru

Stan na 17 września 2026. Analiza obejmuje 28 dni zarejestrowanych pomiarów. Zestawienie zawiera 28 punktów dziennych; liczebność 14 000 odpowiada 100 pytaniom kierowanym do pięciu systemów przez 28 dni. Wyniki dotyczą danych dostępnych w chwili sporządzenia raportu.

Jednakowa miara dla wszystkich marek

Widoczność obliczono jako liczbę wystąpień marki podzieloną przez liczbę odpowiedzi w danym zakresie i pomnożoną przez 100%. Mianownik wynosi 14 000 ogółem lub 2800 w kategorii. W jednej odpowiedzi może wystąpić kilka marek.

Dla 40 konkurentów wykorzystano porównawcze liczniki wystąpień. Brak marki w zestawieniu danej kategorii oznaczono jako zero odnotowanych wystąpień. Sumy pięciu kategorii zgadzają się z wynikami ogólnymi wszystkich 41 marek. Łącznie odnotowano 17 805 wystąpień.

Pozycje ustalono przed zaokrągleniem procentów. Przy remisie marki otrzymują tę samą pozycję; następne miejsce uwzględnia liczbę poprzedzających je marek. Ranking kategorii wykorzystuje 20 pytań, a dwa cytowane przykłady ilustrują jego zakres.

Domeny źródłowe

Zestawienie źródeł przygotowano według pola mentions. Jest odrębne od licznika occurrences i rankingu marek. Jedna domena może wystąpić w kilku kategoriach. Panel marek i zestaw domen źródłowych mają różny zakres.

Granice interpretacji wyników

Co można wnioskować?

Raport porównuje monitorowane marki przy określonym zestawie pytań. Nie obejmuje całej branży ani reprezentatywnej próby zachowań konsumentów. Kategorie mają równą liczbę pytań, co nie musi odpowiadać strukturze popytu. Wyniki nie są udziałami w rynku.

Panel łączy sklepy wielomarkowe i marki produktów. Różnice asortymentu wpływają na zasadność porównania: zero odnotowanych wystąpień w kategorii nie musi oznaczać problemu firmy, która nie kieruje do niej swojej oferty.

Powtarzane odpowiedzi nie są niezależnymi deklaracjami klientów. Raport nie zawiera testów istotności ani przedziałów ufności. Niewielkie różnice oraz pojedyncze wystąpienia nie pozwalają stwierdzić trwałej przewagi.

Widoczność nie mierzy sprzedaży, jakości ani bezpieczeństwa produktów. Cytaty są przykładami pytań badawczych, nie poradami dotyczącymi opieki nad dzieckiem. Raport nie weryfikuje prawdziwości rekomendacji produktowych w odpowiedziach AI.

Źródło i opracowanie

[1] Semly, raport branży Dla Dzieci, stan na 17 września 2026. Wszystkie rankingi, wykresy i cytaty pytań pochodzą z tego zestawu danych. Opracowanie Semly.

Dariusz Januszkiewicz

CAIO Semly.ai

Podpis przy publikacji: Źródło: Semly, Widoczność marek z branży Dla Dzieci w odpowiedziach AI, stan na 17 września 2026, 28 dni pomiarów, 14 000 odpowiedzi, 41 monitorowanych marek. Dla kategorii należy podać jej nazwę i podstawę 2800 odpowiedzi.