

Widoczność marek z sektora zdrowia w odpowiedziach AI

Liderzy kategorii, specjalizacje marek
i wnioski dla strategii GEO

Stan na 22 września 2026 • Polska

Zdrowie Raport 2026

Widoczność marek w AI

30 marek • 5 kategorii



30 marek / 18 500 odpowiedzi / 5 systemów AI

Opracowanie Semly

Dariusz Januszkiewicz • CAIO Semly.ai

Badanie widoczności marek z ostatnich 37 dni.

Spis treści

Raport obejmuje analizę branżową i pełne rankingi 30 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

06 / Kolagen, stawy, skóra, włosy i paznokcie

09 / Odporność i codzienna energia

12 / Sen, stres i koncentracja

15 / Trawienie, mikrobiota i kwasy omega

18 / Witaminy i minerały

21 / Pełna mapa kategorii

22 / Specjalizacja marek

23 / Domeny źródłowe i porównanie kategorii

25 / Rekomendacje GEO

26 / Metodologia oraz uzgodnienie zakresów

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?

Doz.pl prowadzi w rankingu ogólnym oraz w czterech z pięciu kategorii. W obszarze trawienia, mikrobioty i kwasów omega pierwsze miejsce zajmuje drmax.pl. Niżej w zestawieniu widać marki, których obecność wyraźnie koncentruje się wokół wybranych potrzeb zakupowych.

Raport Semly porównuje 30 monitorowanych marek i domen w 18 500 odpowiedziach AI. Zakres obejmuje pytania o suplementy i produkty związane ze zdrowiem, między innymi witaminy, minerały, kolagen i probiotyki. Jest to obraz badanego segmentu zakupowego, a nie całego rynku ochrony zdrowia.

Pytania opisują konkretne warunki zakupu: formę produktu, skład, ilość składnika w porcji czy możliwość zamówienia kilku preparatów w jednym miejscu. Analiza pokazuje, które marki pojawiają się w takich sytuacjach. Nie ocenia skuteczności produktów ani trafności ich doboru.

Jak czytać te wyniki?

Widoczność 10% oznacza 10 odnotowanych wystąpień marki na 100 odpowiedzi w danym zakresie. Jedna odpowiedź może wymienić kilka marek. Każda kategoria ma tę samą podstawę 3700 odpowiedzi, co ułatwia porównanie wyników. Widoczność nie jest udziałem w sprzedaży.

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.

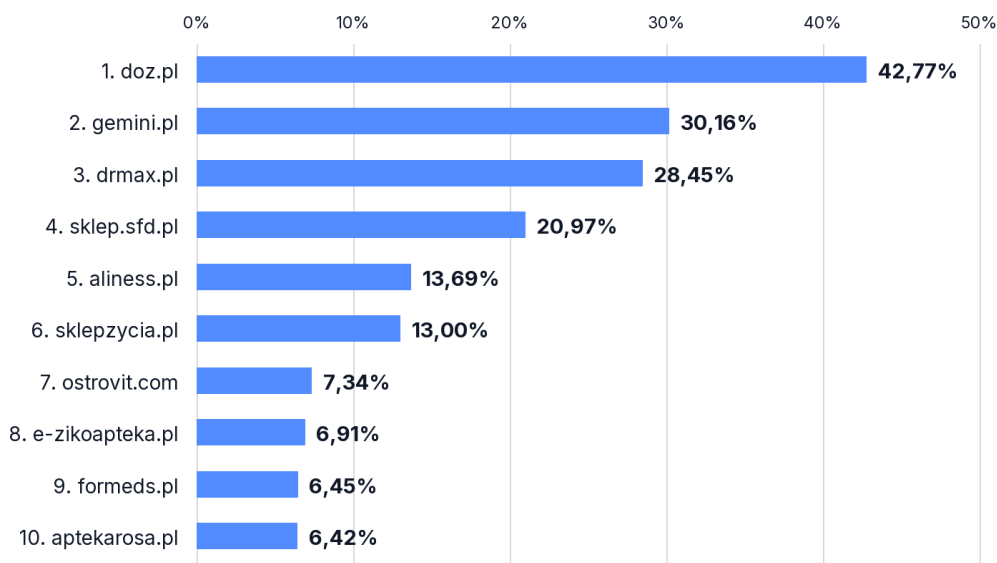
[Dariusz Januszkiewicz na LinkedIn](#)

Widoczność w badanym segmencie

Doz.pl uzyskał 7913 wystąpień i widoczność 42,77%. gemini.pl odnotowano 5580 razy (30,16%), a drmax.pl 5263 razy (28,45%). Czwarte miejsce zajmuje sklep.sfd.pl z 3879 wystąpieniami (20,97%).

Najczęściej obecne marki

Widoczność w odpowiedziach AI • pierwsze 10 miejsc



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 18 500 odpowiedzi. Jedna odpowiedź może zawierać kilka marek.

Pierwsze trzy marki skupiają 44,97% wszystkich 41 705 wystąpień badanego zestawu. Jest to udział we wzmiankach. W całej próbie przypada średnio 2,25 wystąpienia monitorowanych marek na odpowiedź; suma procentów różnych marek przekracza więc 100%.

Między gemini.pl a drmax.pl jest 317 wystąpień, czyli 1,71 punktu procentowego. aliness.pl i sklepszycia.pl zajmują piąte i szóste miejsce, z widocznością odpowiednio 13,69% i 13,00%. Zestawienie kategorii pokazuje, gdzie ta ogólna kolejność się zmienia.

Wyniki wszystkich 30 marek

Widoczność w całej próbie 18 500 odpowiedzi. Marki uporządkowano według liczby wystąpień, przed zaokrągleniem procentów.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	doz.pl	7 913	42,77%
2	gemini.pl	5 580	30,16%
3	drmax.pl	5 263	28,45%
4	sklep.sfd.pl	3 879	20,97%
5	aliness.pl	2 533	13,69%
6	sklepszycia.pl	2 405	13,00%
7	ostrovit.com	1 358	7,34%
8	e-zikoapteka.pl	1 278	6,91%
9	formeds.pl	1 194	6,45%
10	aptekarosa.pl	1 188	6,42%
11	yango.pl	1 136	6,14%
12	auraherbals.pl	941	5,09%
13	olimpstore.pl	902	4,88%
14	strefamocy.pl	648	3,50%
15	aptekazawiszy.pl	646	3,49%
16	i-apteka.pl	564	3,05%
17	sklep.kfd.pl	496	2,68%
18	wapteka.pl	464	2,51%
19	bodypak.pl	442	2,39%
20	apteka.superpharm.pl	431	2,33%
21	aptekaolmed.pl	430	2,32%
22	healthlabs.care	387	2,09%
23	trec.pl	365	1,97%
24	melisa.pl	335	1,81%
25	marketbio.pl	304	1,64%
26	biogo.pl	289	1,56%
27	muscle-zone.pl	137	0,74%
28	musclepower.pl	97	0,52%
29	recepta.pl	79	0,43%
30	sportfuel.pl	21	0,11%

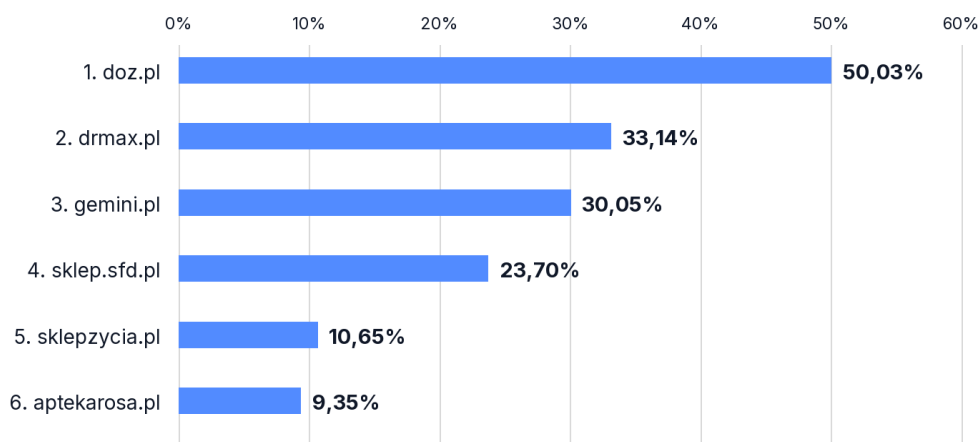
Źródło: Semly [1]. Stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów. Wszystkie 100 pytań przypisano do pięciu kategorii. Procenty obliczono na podstawie 18 500 odpowiedzi.

Kolagen, stawy, skóra, włosy i paznokcie

Doz.pl osiągnął widoczność 50,03%. Kolejne miejsca zajmują drmax.pl (33,14%) i gemini.pl (30,05%). sklep.sfd.pl uzyskał 23,70%.

Kolagen, stawy, skóra, włosy i paznokcie

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

To jedyna kategoria, w której lider przekracza 50% widoczności. Odnotowano 29 marek i 8400 wystąpień; pierwsza trójka skupia 49,87% tych wzmianek. aptekarosa.pl zajmuje tu szóste miejsce, przy dziesiątej pozycji w zestawieniu ogólnym.

Opis produktu zaczyna się od konkretów

W pytaniach o kolagen ważne są informacje możliwe do porównania przed zakupem: postać produktu, pochodzenie surowca oraz ilość składnika w porcji. Nie wystarczy jedna ogólna strona o całej linii. Czytelnik szuka danych o konkretnym wariantcie.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić hydrolizowany kolagen w proszku z dokładnie podaną ilością kolagenu w porcji. Jakie produkty i sklepy warto porównać?”

Dla audytu GEO warto zestawzić treść karty produktu z etykietą i sprawdzić, czy ilości odnoszą się do tej samej porcji. Raport nie porównuje właściwości poszczególnych rodzajów kolagenu. Poniższe pytania pokazują kryteria użyte w badaniu, a nie ocenę medyczną.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić kolagen wołowy bez dodatku cukru i sztucznych aromatów. Jakie produkty mają prosty skład i gdzie je zamówić?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań z badania. Wyniki kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 3700 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 29 z 30 marek. Podstawa: 3700 odpowiedzi. Pozycja wynika z liczby wystąpień w tej kategorii; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	doz.pl	1851	50,03%
2	drmax.pl	1226	33,14%
3	gemini.pl	1112	30,05%
4	sklep.sfd.pl	877	23,70%
5	sklepzycia.pl	394	10,65%
6	aptekarosa.pl	346	9,35%
7	ostrovit.com	303	8,19%
8	yango.pl	283	7,65%
9	auraherbals.pl	269	7,27%
10	e-zikoapteka.pl	239	6,46%
11	aliness.pl	215	5,81%
12	bodypak.pl	180	4,86%
13	formeds.pl	175	4,73%
14	aptekazawiszy.pl	112	3,03%
15	sklep.kfd.pl	98	2,65%
16	olimpstore.pl	95	2,57%
16	biogo.pl	95	2,57%
18	i-apteka.pl	94	2,54%
19	strefamocy.pl	88	2,38%
20	wapteka.pl	63	1,70%
21	trec.pl	57	1,54%
22	apteka.superpharm.pl	51	1,38%
23	melisa.pl	50	1,35%
24	healthlabs.care	44	1,19%
25	muscle-zone.pl	25	0,68%
26	marketbio.pl	24	0,65%
27	aptekaolmed.pl	19	0,51%
28	recepta.pl	9	0,24%
29	musclepower.pl	6	0,16%
30	sportfuel.pl	0	0,00%

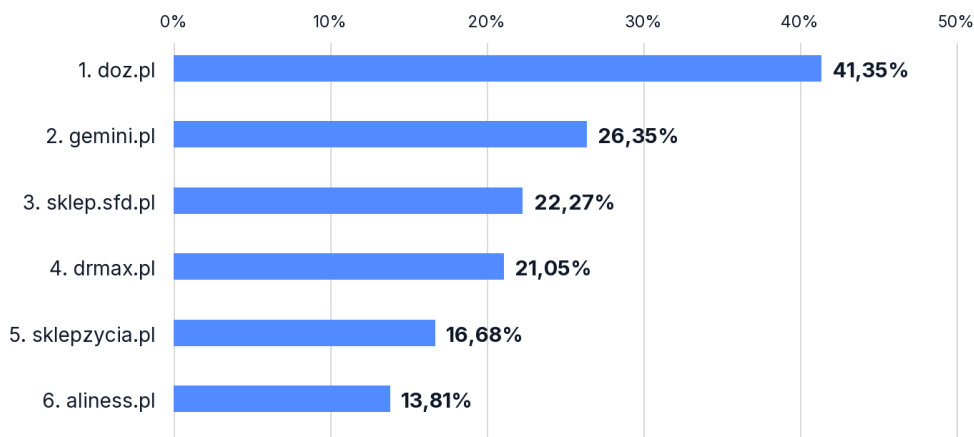
Źródło: Semly [1]. Stan na 22.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 8400 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 49,87% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Odporność i codzienna energia

doz.pl uzyskał 41,35%, gemini.pl 26,35%, a sklep.sfd.pl 22,27%. W tej kategorii sklep.sfd.pl wyprzedza drmax.pl, który ma 21,05%.

Odporność i codzienna energia

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

Odnutowano wszystkie 30 marek i 8076 wystąpień. sklep.sfd.pl wyprzedza drmax.pl o 45 wystąpień, czyli 1,22 punktu procentowego. Dla trec.pl ta kategoria odpowiada za 187 z 365 wystąpień ogółem (51,23%), chociaż marka zajmuje w niej jedenaste miejsce.

Pojedynczy preparat i całe zamówienie

Część pytań dotyczy pojedynczego preparatu, inne opisują zakup kilku produktów w jednym zamówieniu. Ten drugi kontekst łączy informację o składzie z porównaniem oferty sklepu. Sama obecność pojedynczego produktu nie opisuje całego takiego zadania zakupowego.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić jednoskładnikową witaminę C jako uzupełnienie codziennej diety. Jakie produkty mają prosty skład i gdzie je zamówić?”

Warto sprawdzić, czy kategorie i karty produktów jasno rozróżniają warianty, wielkość opakowania i skład. Określenia „odporność” oraz „energia” są nazwą obszaru pytań. Wyniki nie potwierdzają działania produktów przedstawionych w odpowiedziach AI.

Przykładowe pytanie z badania

„Po konsultacji ze specjalistą chcę skompletować witaminę D, witaminę C i cynk. Gdzie kupię produkty z przejrzystymi etykietami w jednym zamówieniu?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań z badania. Wyniki kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 3700 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 30 z 30 marek. Podstawa: 3700 odpowiedzi. Pozycja wynika z liczby wystąpień w tej kategorii; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	doz.pl	1530	41,35%
2	gemini.pl	975	26,35%
3	sklep.sfd.pl	824	22,27%
4	drmax.pl	779	21,05%
5	sklepzycia.pl	617	16,68%
6	aliness.pl	511	13,81%
7	olimpstore.pl	326	8,81%
8	formeds.pl	323	8,73%
9	ostrovit.com	271	7,32%
10	e-zikoapтека.pl	269	7,27%
11	trec.pl	187	5,05%
12	auraherbals.pl	181	4,89%
13	yango.pl	169	4,57%
14	aptekarosa.pl	135	3,65%
15	bodypak.pl	130	3,51%
16	sklep.kfd.pl	122	3,30%
17	aptekazawiszy.pl	109	2,95%
18	apteka.superpharm.pl	108	2,92%
19	strefamocy.pl	90	2,43%
20	i-apteka.pl	79	2,14%
21	aptekaolmed.pl	71	1,92%
22	biogo.pl	58	1,57%
23	healthlabs.care	44	1,19%
24	wapteka.pl	37	1,00%
25	melisa.pl	31	0,84%
25	musclepower.pl	31	0,84%
27	marketbio.pl	28	0,76%
28	sportfuel.pl	18	0,49%
29	recepta.pl	14	0,38%
30	muscle-zone.pl	9	0,24%

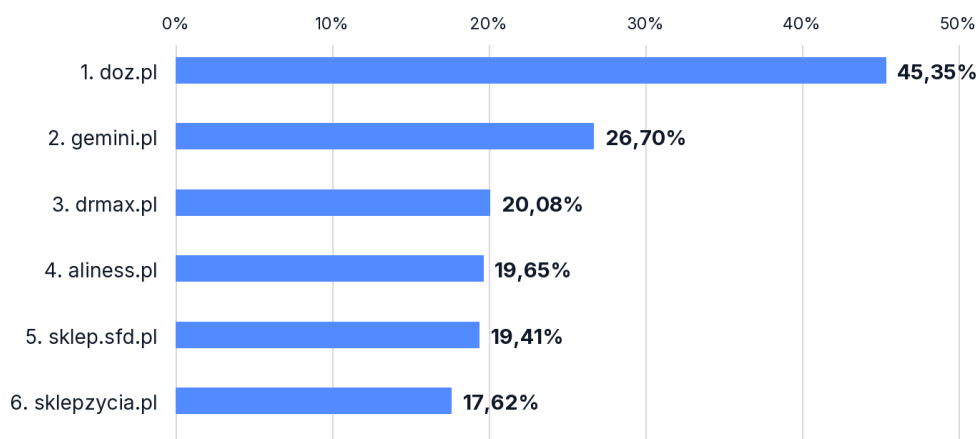
Źródło: Semly [1]. Stan na 22.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 8076 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 41,22% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Sen, stres i koncentracja

doz.pl osiągnął 45,35%, a gemini.pl 26,70%. Za nimi znajdują się drmax.pl (20,08%), aliness.pl (19,65%) oraz sklep.sfd.pl (19,41%).

Sen, stres i koncentracja

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

Między trzecim a piątym miejscem są tylko 25 wystąpień. drmax.pl ma ich 743, aliness.pl 727, a sklep.sfd.pl 718. Łącznie odnotowano 8541 wystąpień 29 marek. Pierwsza trójka skupia 39,91% wzmianek, najmniej spośród pięciu kategorii.

Małe różnice między miejscami

Pytania w tej kategorii odnoszą się między innymi do formy preparatu oraz dokładności opisu składników. Użytkownik może wskazywać wcześniejszą konsultację ze specjalistą. Obecność takiego warunku w pytaniu nie oznacza, że odpowiedź AI została zweryfikowana przez specjalistę.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić magnez do stosowania wieczorem w formie zaleconej przez specjalistę. Jakie preparaty i sklepy warto porównać?”

Małe odległości w rankingu przemawiają za oceną pełnych odpowiedzi, a nie samego numeru miejsca. Audyt może sprawdzić zgodność informacji o składzie i ograniczeniach stosowania z dokumentacją produktu. Zestawienie nie pozwala przypisać różnicy wyników konkretnej zmianie treści.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić preparat z kozłkiem lekarskim, ale zależy mi na dokładnym opisie składników i przeciwwskazań. Gdzie go zamówić?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań z badania. Wyniki kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 3700 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 29 z 30 marek. Podstawa: 3700 odpowiedzi. Pozycja wynika z liczby wystąpień w tej kategorii; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	doz.pl	1678	45,35%
2	gemini.pl	988	26,70%
3	drmax.pl	743	20,08%
4	aliness.pl	727	19,65%
5	sklep.sfd.pl	718	19,41%
6	sklepszycia.pl	652	17,62%
7	e-zikoapтека.pl	393	10,62%
8	ostrovit.com	334	9,03%
9	yango.pl	282	7,62%
10	auraherbals.pl	196	5,30%
11	aptekazawiszy.pl	191	5,16%
12	strefamocy.pl	179	4,84%
13	formeds.pl	160	4,32%
14	olimpstore.pl	154	4,16%
15	aptekarosa.pl	147	3,97%
16	melisa.pl	132	3,57%
17	i-apтека.pl	129	3,49%
18	wapteka.pl	111	3,00%
19	sklep.kfd.pl	101	2,73%
20	bodypak.pl	98	2,65%
21	apteka.superpharm.pl	86	2,32%
22	aptekaolmed.pl	85	2,30%
23	trec.pl	73	1,97%
24	muscle-zone.pl	58	1,57%
25	healthlabs.care	48	1,30%
26	recepta.pl	27	0,73%
27	musclepower.pl	22	0,59%
28	marketbio.pl	19	0,51%
29	biogo.pl	10	0,27%
30	sportfuel.pl	0	0,00%

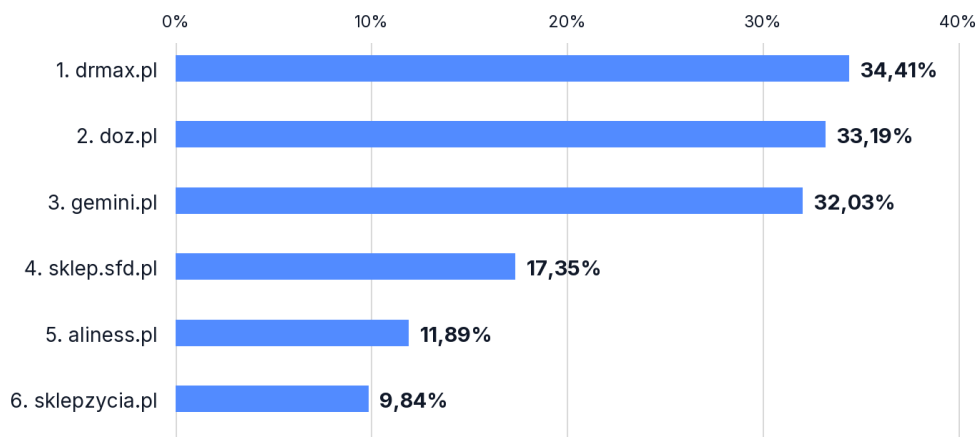
Źródło: Semly [1]. Stan na 22.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 8541 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 39,91% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Trawienie, mikrobiota i kwasy omega

drmax.pl zajmuje pierwsze miejsce z widocznością 34,41%. doz.pl uzyskał 33,19%, a gemini.pl 32,03%. Trzy marki dzieli łącznie 88 wystąpień.

Trawienie, mikrobiota i kwasy omega

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

drmax.pl uzyskał 1273 wystąpienia, doz.pl 1228, a gemini.pl 1185. Przewaga pierwszej marki nad drugą wynosi 45 wystąpień, czyli 1,22 punktu procentowego. marketbio.pl jest dziewiąta w kategorii, przy dwudziestej piątej pozycji ogółem. Na ten obszar przypada 179 z jej 304 wystąpień (58,88%).

Dokładność informacji przed zakupem

Przykładowe pytania o probiotyki wskazują dokładny opis szczepów i sposób przechowywania. To konkretne pola informacji, które można sprawdzić na stronie produktu. Kategoria zawiera także pytania o kwasy omega, więc nie należy utożsamiać jej wyników z samym rynkiem probiotyków.

Przykładowe pytanie z badania

„Po konsultacji ze specjalistą chcę kupić probiotyk z dokładnie opisanymi szczepami bakterii. Jakie produkty i sklepy warto sprawdzić?”

W audycie warto sprawdzić, czy informacje o składzie i przechowywaniu dotyczą właściwego wariantu i są podane w jednym, spójnym opisie. Raport nie rozstrzyga zasadności wyboru konkretnego preparatu ani tego, czy odpowiedź AI prawidłowo odczytała wszystkie warunki pytania.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić probiotyk w wygodnych saszetkach. Jakie produkty mają jasno opisane szczepy i sposób przechowywania?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań z badania. Wyniki kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 3700 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 29 z 30 marek. Podstawa: 3700 odpowiedzi. Pozycja wynika z liczby wystąpień w tej kategorii; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	drmax.pl	1273	34,41%
2	doz.pl	1228	33,19%
3	gemini.pl	1185	32,03%
4	sklep.sfd.pl	642	17,35%
5	aliness.pl	440	11,89%
6	sklepszycia.pl	364	9,84%
7	aptekarosa.pl	230	6,22%
8	strefamocy.pl	191	5,16%
9	marketbio.pl	179	4,84%
10	e-zikoapteka.pl	170	4,59%
11	wapteka.pl	136	3,68%
12	ostrovit.com	134	3,62%
13	auraherbals.pl	128	3,46%
14	yango.pl	127	3,43%
15	healthlabs.care	126	3,41%
16	olimpstore.pl	105	2,84%
17	biogo.pl	101	2,73%
18	apteka.superpharm.pl	93	2,51%
19	aptekazawiszy.pl	86	2,32%
20	sklep.kfd.pl	78	2,11%
21	aptekaolmed.pl	77	2,08%
22	i-apteka.pl	49	1,32%
23	melisa.pl	41	1,11%
24	formeds.pl	30	0,81%
25	trec.pl	21	0,57%
26	recepta.pl	18	0,49%
27	muscle-zone.pl	17	0,46%
28	bodypak.pl	11	0,30%
29	musclepower.pl	5	0,14%
30	sportfuel.pl	0	0,00%

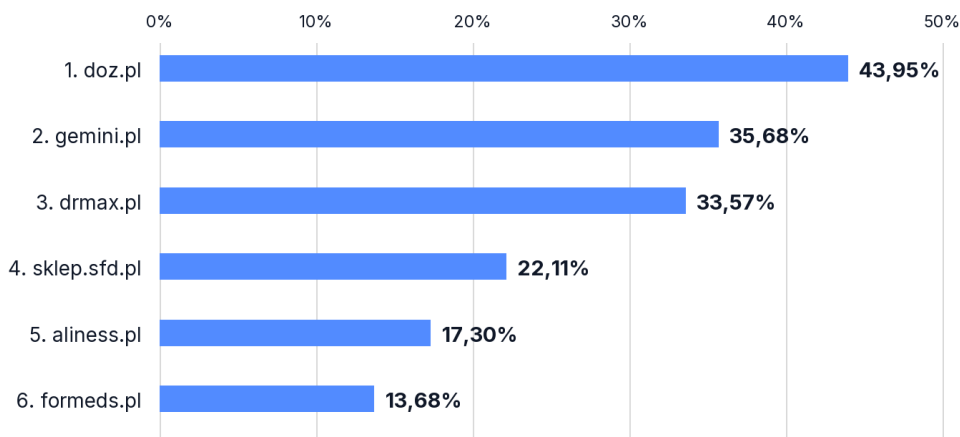
Źródło: Semly [1]. Stan na 22.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 7285 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 50,60% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Witaminy i minerały

doz.pl ma widoczność 43,95%, gemini.pl 35,68%, a drmax.pl 33,57%. Dalej znajdują się sklep.sfd.pl (22,11%), aliness.pl (17,30%) oraz formeds.pl (13,68%).

Witaminy i minerały

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

W tej kategorii odnotowano 9403 wystąpienia, najwięcej w badaniu. Przy takiej samej liczbie odpowiedzi to o 2118 więcej niż w trawieniu, mikrobiocie i kwasach omega. formeds.pl zajmuje szóste miejsce; 506 z 1194 wystąpień tej marki przypada na witaminy i minerały (42,38%).

Porównywanie składu i formy

Pytania rozróżniają postać preparatu, skład oraz formę chemiczną minerału. Część odwołuje się do dawki zalecanej wcześniej na podstawie badań. To opis sytuacji zakupowej w badaniu, a nie propozycja samodzielnego ustalania suplementacji.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić witaminę D w dawce zalecanej na podstawie wyników badań. Jakie preparaty mają przejrzysty skład i gdzie można je zamówić?”

Przy porównaniu treści warto oddzielić ilość składnika w kapsułce od ilości w opisanej porcji i zachować spójne nazewnictwo wariantów. Większa liczba wzmianek w tej kategorii nie świadczy o większym popycie. Kategorie otrzymały równą liczbę pytań według konstrukcji badania.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić magnez w dobrze opisanej formie chemicznej, bez zbędnych dodatków. Jakie preparaty i sklepy warto sprawdzić?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań z badania. Wyniki kategorii obejmują cały zestaw 20 pytań i 3700 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 30 z 30 marek. Podstawa: 3700 odpowiedzi. Pozycja wynika z liczby wystąpień w tej kategorii; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	doz.pl	1626	43,95%
2	gemini.pl	1320	35,68%
3	drmax.pl	1242	33,57%
4	sklep.sfd.pl	818	22,11%
5	aliness.pl	640	17,30%
6	formeds.pl	506	13,68%
7	sklepzycia.pl	378	10,22%
8	aptekarosa.pl	330	8,92%
9	ostrovit.com	316	8,54%
10	yango.pl	275	7,43%
11	olimpstore.pl	222	6,00%
12	i-apteka.pl	213	5,76%
13	e-zikoapteka.pl	207	5,59%
14	aptekaolmed.pl	178	4,81%
15	auraherbals.pl	167	4,51%
16	aptekazawiszy.pl	148	4,00%
17	healthlabs.care	125	3,38%
18	wapteka.pl	117	3,16%
19	strefamocy.pl	100	2,70%
20	sklep.kfd.pl	97	2,62%
21	apteka.superpharm.pl	93	2,51%
22	melisa.pl	81	2,19%
23	marketbio.pl	54	1,46%
24	musclepower.pl	33	0,89%
25	muscle-zone.pl	28	0,76%
26	trec.pl	27	0,73%
27	biogo.pl	25	0,68%
28	bodypak.pl	23	0,62%
29	recepta.pl	11	0,30%
30	sportfuel.pl	3	0,08%

Źródło: Semly [1]. Stan na 22.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 9403 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 44,54% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Pełna mapa kategorii

Widoczność w procentach. Podstawa każdej kategorii wynosi 3700 odpowiedzi. Pozycja dotyczy rankingu ogólnego. Skróty kolumn objaśniono pod tabelą.

Poz.	Domena	Kolagen	Energia	Sen	Trawienie	Witaminy
1	doz.pl	50,03	41,35	45,35	33,19	43,95
2	gemini.pl	30,05	26,35	26,70	32,03	35,68
3	drmax.pl	33,14	21,05	20,08	34,41	33,57
4	sklep.sfd.pl	23,70	22,27	19,41	17,35	22,11
5	aliness.pl	5,81	13,81	19,65	11,89	17,30
6	sklepzycia.pl	10,65	16,68	17,62	9,84	10,22
7	ostrovit.com	8,19	7,32	9,03	3,62	8,54
8	e-zikoapteka.pl	6,46	7,27	10,62	4,59	5,59
9	formeds.pl	4,73	8,73	4,32	0,81	13,68
10	aptekarosa.pl	9,35	3,65	3,97	6,22	8,92
11	yango.pl	7,65	4,57	7,62	3,43	7,43
12	auraherbals.pl	7,27	4,89	5,30	3,46	4,51
13	olimpstore.pl	2,57	8,81	4,16	2,84	6,00
14	strefamocy.pl	2,38	2,43	4,84	5,16	2,70
15	aptekazawiszy.pl	3,03	2,95	5,16	2,32	4,00
16	i-apteka.pl	2,54	2,14	3,49	1,32	5,76
17	sklep.kfd.pl	2,65	3,30	2,73	2,11	2,62
18	wapteka.pl	1,70	1,00	3,00	3,68	3,16
19	bodypak.pl	4,86	3,51	2,65	0,30	0,62
20	apteka.superpharm.pl	1,38	2,92	2,32	2,51	2,51
21	aptekaolmed.pl	0,51	1,92	2,30	2,08	4,81
22	healthlabs.care	1,19	1,19	1,30	3,41	3,38
23	trec.pl	1,54	5,05	1,97	0,57	0,73
24	melisa.pl	1,35	0,84	3,57	1,11	2,19
25	marketbio.pl	0,65	0,76	0,51	4,84	1,46
26	biogo.pl	2,57	1,57	0,27	2,73	0,68
27	muscle-zone.pl	0,68	0,24	1,57	0,46	0,76
28	musclepower.pl	0,16	0,84	0,59	0,14	0,89
29	recepta.pl	0,24	0,38	0,73	0,49	0,30
30	sportfuel.pl	0,00	0,49	0,00	0,00	0,08

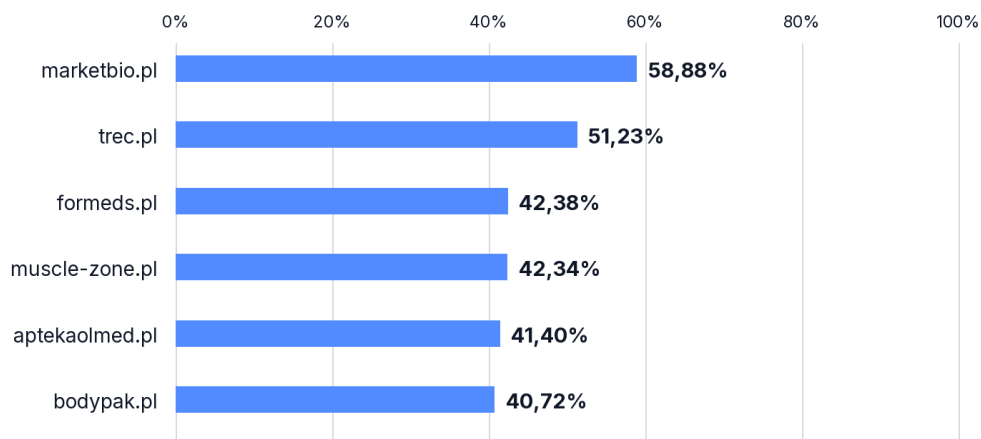
Źródło: Semly [1]. Skróty oznaczają pełne kategorie z rozdziałów 04–08: kolagen i obszary powiązane; odporność i energia; sen, stres i koncentracja; trawienie, mikrobiota i kwasy omega; witaminy i minerały. 0,00 oznacza brak odnotowanych wystąpień.

Jak czytać specjalizację marki?

marketbio.pl skupia 58,88% swoich wystąpień w trawieniu, mikrobiocie i kwasach omega. Dla trec.pl udział odporności i codziennej energii wynosi 51,23%. Wykres pokazuje sześć marek o najwyższym udziale jednej kategorii, spośród marek z co najmniej 100 wystąpieniami ogółem.

Silna obecność w jednej kategorii

Udział najmocniejszej kategorii we wszystkich wystąpieniach marki



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

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

58,88% dla marketbio.pl opisuje strukturę jej 304 wystąpień. Widoczność tej domeny w odpowiedziach kategorii wynosi 4,84%. Pierwsza miara wskazuje, gdzie marka jest obecna; druga pozwala porównać ją z konkurentami w tym obszarze.

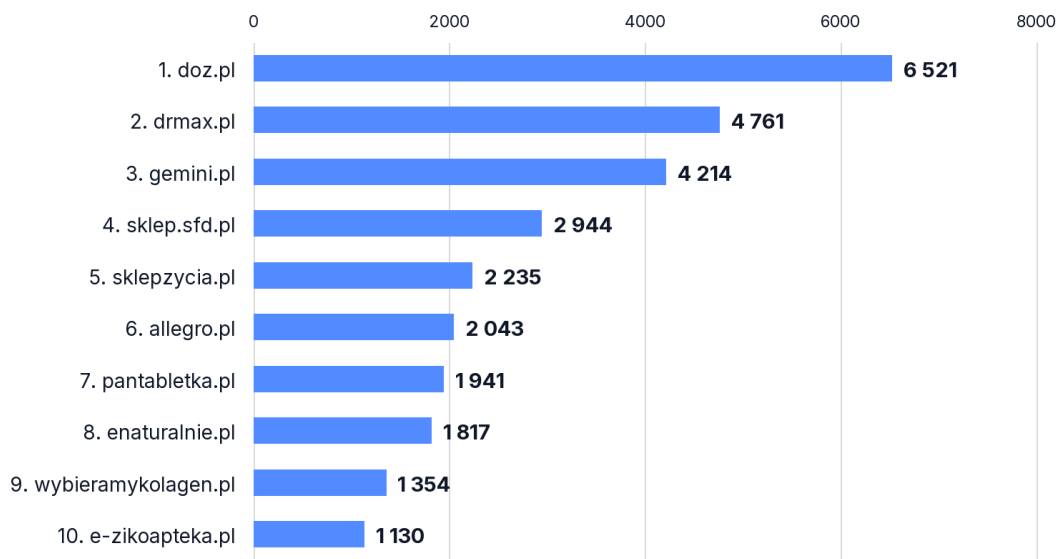
Pozostałe przykłady to formeds.pl, muscle-zone.pl, aptekaolmed.pl i bodypak.pl. Próg 100 wystąpień ogranicza wpływ najmniejszych liczników. sportfuel.pl ma 18 z 21 wystąpień w jednej kategorii, lecz przy tak małej liczbie obserwacji wysoki udział łatwo przecenić.

Skąd pochodzą źródła odpowiedzi?

W zestawieniu domen źródłowych najwyższe liczniki mają doz.pl (6521), drmax.pl (4761) i gemini.pl (4214). Kolejne są sklep.sfd.pl (2944) oraz sklepzycia.pl (2235).

Domeny obecne w źródłach odpowiedzi

Dziesięć domen według pola mentions



Źródło: Semly • stan na 22.09.2026 • 37 dni pomiarów

Wystąpienia domen w zestawieniu źródeł; nie są liczbą wizyt.

W pierwszej dziesiątce są również allegro.pl, pantabletka.pl, enaturalnie.pl oraz wybieramykolagen.pl, których nie ma w panelu 30 monitorowanych marek. Zestawienie źródeł pokazuje więc szerszy zbiór stron niż ranking marek.

Kolejność drmax.pl i gemini.pl w źródłach jest odwrotna niż w rankingu widoczności. To dwie różne miary. Wykres korzysta z pola mentions dla domen źródłowych; nie utożsamia go z polem occurrences, wystąpieniami marki ani liczbą odwiedzin witryny.

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.

Kolagen, stawy, skóra, włosy i paznokcie

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	doz.pl	1650
2	drmax.pl	1106
3	gemini.pl	880

Odporność i codzienna energia

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	doz.pl	1242
2	gemini.pl	723
3	drmax.pl	695

Sen, stres i koncentracja

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	doz.pl	1429
2	gemini.pl	782
3	drmax.pl	656

Trawienie, mikrobiota i kwasy omega

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	drmax.pl	1178
2	doz.pl	965
3	gemini.pl	893

Witaminy i minerały

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	doz.pl	1235
2	drmax.pl	1126
3	gemini.pl	936

Źródło: Semly [1]. Stan na 22.09.2026 • ostatnie 37 dni. Jedna domena może być obecna w wielu kategoriach. Liczby dotyczą źródeł, nie wizyt ani konwersji.

Co zrobić z wynikami w praktyce?

Raport pozwala wybrać obszary do audytu GEO, czyli pracy nad widocznością marki w odpowiedziach AI. Priorytet powinien wynikać z kategorii istotnej dla oferty i z treści pytań, przy których firma chce być obecna.

Porównanie w obrębie właściwej kategorii

marketbio.pl zajmuje 25. miejsce ogółem i dziewiąte w trawieniu, mikrobiocie i kwasach omega. Dla marki z węższą ofertą wynik kategorii może być bardziej użytecznym punktem odniesienia. Należy go jednak czytać razem z wielkością próby i liczbą wystąpień.

Dokładne informacje o wariancie produktu

Warto sprawdzić skład, postać preparatu, ilość składnika w porcji oraz zgodność nazwy z etykietą. Treść powinna pozwalać odróżnić warianty bez domyślania się ich cech. Jest to rekomendacja dotycząca jakości informacji, a nie dowiedziony w badaniu sposób na wzrost widoczności.

Kontrola kontekstu i domen źródłowych

Sama wzmianka nie pokazuje, czy produkt został opisany prawidłowo. W kolejnym etapie analizy warto przejrzeć pełne odpowiedzi i strony, do których odsyłają. W badanym segmencie szczególnie ważne jest rozróżnienie informacji o produkcie od oceny jego działania.

Stały zestaw pytań w kolejnym pomiarze

Należy zachować porównywalne pytania, kategorie i systemy, a zmiany konfiguracji opisać. Różnica 25 wystąpień między trzecią a piątą marką w kategorii snu pokazuje, jak bliskie mogą być miejsca w tabeli. Sam awans nie wyjaśnia jego przyczyny.

Rekomendacje Semly są interpretacją wyników i propozycją dalszej analizy.

Jak powstał raport?

Zakres analizy

30 monitorowanych marek i domen, 100 pytań po polsku i 18 500 odpowiedzi. Systemy oznaczono jako AI Mode, ChatGPT, Claude, Gemini i Grok. Każda z pięciu kategorii zawiera 20 pytań i 3700 odpowiedzi.

Stan danych i okres pomiaru

Stan na 22 września 2026. Szereg danych zawiera 37 punktów dziennych. Raport obejmuje 37 dni zarejestrowanych pomiarów.

Jednakowa definicja widoczności

Widoczność to liczba wystąpień marki podzielona przez liczbę odpowiedzi i pomnożona przez 100%. Mianownik wynosi 18 500 ogółem oraz 3700 w każdej kategorii. Dla 29 konkurentów wykorzystano liczniki porównawcze, a dla doz.pl zsumowano liczniki wystąpień w statystykach pytań.

Wszystkie marki przeliczono tą samą metodą. Stąd dla doz.pl wynik ogólny wynosi 42,77%. W kategorii kolagenu analogiczne wartości to 50,03% i 50,05%.

Pozycje ustalono przed zaokrągleniem procentów. Równe liczniki oznaczają remis. Brak marki w zestawieniu kategorii zapisano jako zero odnotowanych wystąpień. Po dwa cytaty w każdym rozdziale ilustrują pytania; wyniki obejmują cały ich zestaw.

Domeny źródłowe

Zestawienie źródeł wykorzystuje pole mentions. Jest to odrębna miara od occurrences i od liczby wystąpień marki. Lista domen źródłowych nie jest tożsama z panelem monitorowanych marek.

Spójność danych i porównań

Wszystkie 100 pytań należy do pięciu kategorii. Każda ma po 20 pytań i 3700 odpowiedzi. Suma kategorii odpowiada zakresowi ogólnemu.

Zakres	Pytania	Odpowiedzi
Kolagen, stawy, skóra, włosy i paznokcie	20	3700
Odporność i codzienna energia	20	3700
Sen, stres i koncentracja	20	3700
Trawienie, mikrobiota i kwasy omega	20	3700
Witaminy i minerały	20	3700
Łącznie	100	18500

Zgodność liczników

Łącznie odnotowano 41 705 wystąpień monitorowanych marek. Dla każdej z 30 domen suma pięciu kategorii jest równa jej licznikowi ogólnemu. Dla doz.pl wartości 1851, 1530, 1678, 1228 i 1626 dają 7913 wystąpień. Nie ma pytań bez kategorii ani różnicy wymagającej dopisania obserwacji.

Co porównują poszczególne miary?

Widoczność marki ma w mianowniku odpowiedzi AI. Udział pierwszej trójki ma w mianowniku wszystkie wystąpienia 30 monitorowanych marek. Specjalizacja oznacza udział jednej kategorii w wystąpieniach konkretnej marki. Te wartości odpowiadają na różne pytania i nie powinny być stosowane zamiennie.

Co oznacza równa liczebność kategorii?

Każdy obszar ma taką samą liczbę odpowiedzi, ale nie taką samą liczbę wystąpień marek. Witaminy i minerały mają 9403 wystąpienia, a trawienie, mikrobiota i kwasy omega 7285. To cecha odpowiedzi w badanej próbie, a nie miara wielkości rynku tych produktów.

Źródło: Semly [1]. Zgodność 18 500 odpowiedzi z iloczynem 100 pytań, 5 systemów i 37 dni nie zastępuje audytu pojedynczych uruchomień.

Granice interpretacji wyników

Co można wnioskować?

Raport opisuje widoczność w monitorowanym zestawie marek i pytań zakupowych. Nie jest reprezentatywnym badaniem konsumentów ani analizą całego rynku zdrowia. Wyniki nie mierzą udziałów w sprzedaży. Liczba pytań w kategorii wynika z konstrukcji badania, nie ze struktury popytu.

Odpowiedzi na powtarzane pytania nie są niezależnymi deklaracjami klientów. Nie obliczono testów istotności ani przedziałów ufności. Małe różnice w licznikach nie dowodzą trwałej przewagi, a dane nie wskazują przyczyn wyboru marki przez system AI.

Widoczność nie potwierdza skuteczności, bezpieczeństwa ani zasadności stosowania preparatu. Pytania przytoczono jako przykłady z badania. Raport nie zawiera zaleceń medycznych ani rekomendacji zakupu konkretnych produktów.

Źródło i opracowanie

[1] Semly, raport segmentu Zdrowie, stan na 22 września 2026. 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 sektora zdrowia w odpowiedziach AI, stan na 22 września 2026, 37 dni pomiarów, 18 500 odpowiedzi, 30 monitorowanych marek. Podstawa każdej kategorii: 3700 odpowiedzi.