

Widoczność marek z branży zoologicznej w odpowiedziach AI

Liderzy kategorii, specjalizacje marek
i wnioski dla strategii GEO

Stan na 20 września 2026 • Polska

Zoologia Raport 2026

Widoczność marek w AI

30 marek • 5 kategorii



30 marek / 18 485 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 / Akcesoria, zabawki i transport

09 / Higiena, pielęgnacja i utrzymanie czystości

12 / Karma dla kotów

15 / Karma dla psów

18 / Przysmaki i suplementy dla psów i kotów

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?

zooplus.pl prowadzi w rankingu ogólnym i czterech z pięciu kategorii. W karmie dla psów pierwsze miejsce zajmuje krakvet.pl, ale oba sklepy dzieli tylko jedno wystąpienie. Ten wynik dobrze pokazuje, dlaczego sam numer pozycji nie wystarcza do oceny konkurencji.

Raport Semly porównuje widoczność 30 monitorowanych marek i domen z branży zoologicznej w 18 485 odpowiedziach AI. Pytania dotyczą zakupów dla psów i kotów: od karmy po żwirek, legowisko i przysmaki. Wyniki opisują ten zakres potrzeb, nie wszystkie segmenty rynku zoologicznego.

Użytkownik może pytać o konkretny produkt albo opisać warunki, które ma on spełnić. W badaniu pojawiają się między innymi pranie pokrowca legowiska, ograniczenie pylenia żwirku i wybór karmy do codziennego żywienia. Widoczność pokazuje, które sklepy są wymieniane w takich kontekstach.

Jak czytać te wyniki?

Widoczność 10% oznacza 10 odnotowanych wystąpień marki na 100 odpowiedzi w danym zakresie. Jedna odpowiedź może wymienić wiele sklepów. To nie jest udział w sprzedaży. Kategorie mają różne liczby odpowiedzi, dlatego procenty obliczono osobno dla każdej z nich.

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.

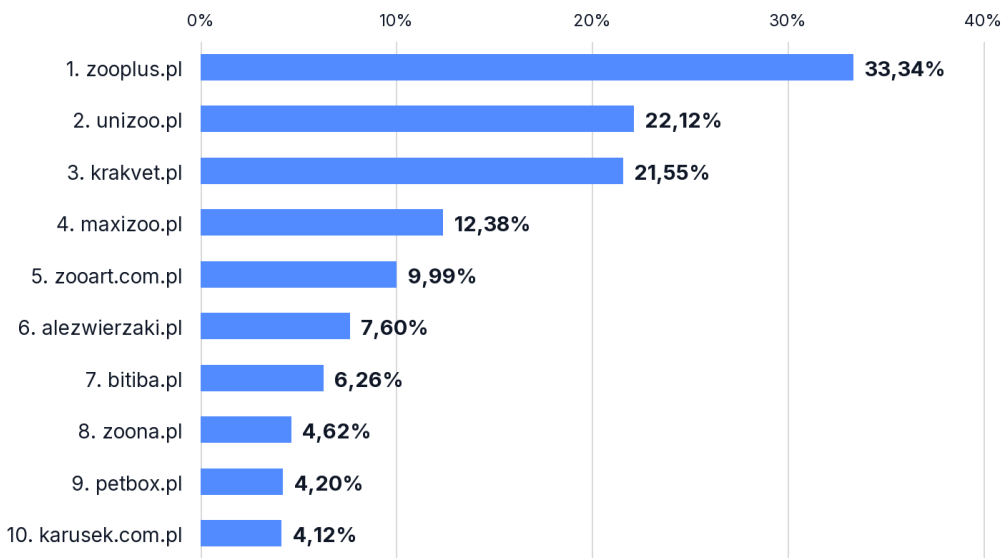
[Dariusz Januszkiewicz na LinkedIn](#)

Obraz całej branży

zooplus.pl uzyskał 6162 wystąpienia i widoczność 33,34%. unizoo.pl odnotowano 4088 razy (22,12%), a krakvet.pl 3984 razy (21,55%). maxizoo.pl zajmuje czwarte miejsce z 2289 wystąpieniami (12,38%).

Najczęściej obecne marki

Widoczność w odpowiedziach AI • pierwsze 10 miejsc



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 18 485 odpowiedzi. Jedna odpowiedź może zawierać kilka marek.

Pierwsze trzy marki skupiają 49,84% wszystkich 28 558 wystąpień monitorowanego zestawu. Ten udział dotyczy wzmianek, a nie odsetka odpowiedzi. Nie oznacza też, że sklepy odpowiadają za podobną część sprzedaży branży.

Między drugim a trzecim miejscem są 104 wystąpienia, czyli około 0,56 punktu procentowego. Kolejność zmienia się w poszczególnych kategoriach. W karmie dla psów krakvet.pl wyprzedza zarówno unizoo.pl, jak i zooplus.pl; przewaga nad zooplus.pl jest jednak minimalna.

Wyniki wszystkich 30 marek

Widoczność w całej próbie 18 485 odpowiedzi. Marki uporządkowano według liczby wystąpień, przed zaokrągleniem procentów.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	zooplus.pl	6 162	33,34%
2	unizoo.pl	4 088	22,12%
3	krakvet.pl	3 984	21,55%
4	maxizoo.pl	2 289	12,38%
5	zooart.com.pl	1 847	9,99%
6	alezwierzaki.pl	1 405	7,60%
7	bitiba.pl	1 158	6,26%
8	zoona.pl	854	4,62%
9	petbox.pl	776	4,20%
10	karusek.com.pl	761	4,12%
11	kuchniapupila.pl	696	3,77%
12	zooexpress.pl	635	3,44%
13	fera.pl	590	3,19%
14	keko.pl	528	2,86%
15	bazarpupila.pl	491	2,66%
16	e-pazur.com	415	2,25%
17	aquaelzoo.pl	351	1,90%
18	allezoo.com.pl	305	1,65%
19	animalia.pl	254	1,37%
20	sklep.zoo-imperium.pl	218	1,18%
21	telekarma.pl	167	0,90%
22	apetete.pl	162	0,88%
23	zoozone.pl	158	0,85%
24	wszystkodlapupila.pl	84	0,45%
25	zoopers.pl	81	0,44%
26	animalcity.pl	41	0,22%
27	otozoo.pl	21	0,11%
28	petissimo.pl	19	0,10%
29	superzoo.com.pl	12	0,06%
30	petkarma.pl	6	0,03%

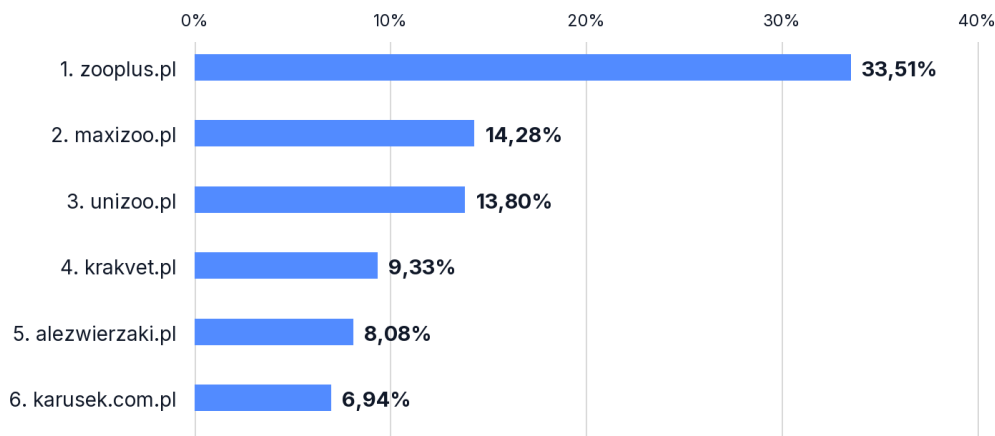
Źródło: Semly [1]. Stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów. Ranking uwzględnia również dwa pytania bez przypisanej kategorii. Procenty obliczono na podstawie 18 485 odpowiedzi.

Akcesoria, zabawki i transport

zooplus.pl prowadzi z widocznością 33,51%. maxizoo.pl uzyskał 14,28%, a unizoo.pl 13,80%. Różnica między drugim i trzecim miejscem to 17 wystąpień.

Akcesoria, zabawki i transport

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3515 odpowiedzi • 19 pytań

Odnotowano 28 z 30 marek i 4072 wystąpienia. Pierwsza trójka skupia 53,17% wzmianek. karusek.com.pl zajmuje szóste miejsce w tej kategorii przy dziesiątej pozycji ogółem. Próba obejmuje 19 pytań i 3515 odpowiedzi.

Akcesoria dopasowane do warunków użycia

Pytania o akcesoria odnoszą się do wymiarów, wygody użytkowania i utrzymania produktu w czystości. W przypadku szelek ważne jest dopasowanie do obwodu klatki piersiowej, a w legowisku możliwość wyprania pokrowca. To konkretne informacje, które można sprawdzić na karcie produktu.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić wygodne szelki spacerowe dla psa, które można dobrze dopasować do obwodu klatki piersiowej. Jakie modele i sklepy polecasz?”

Przy audycie treści warto sprawdzić, czy rozmiary i sposób mierzenia są opisane jednoznacznie, a cechy dotyczą właściwego wariantu. Sam przymiotnik „wygodny” nie odpowiada na pytanie o dopasowanie. Badanie wskazuje kontekst do analizy, ale nie dowodzi wpływu konkretnych opisów na rekomendację.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę zamówić legowisko dla dużego psa ze zdejmowanym pokrowcem, który można prać. Jakie modele warto sprawdzić?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań z badania. Wyniki kategorii obejmują cały zestaw 19 pytań i 3515 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 28 z 30 marek. Podstawa: 3515 odpowiedzi. Pozycja wynika z liczby wystąpień w tej kategorii; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	zooplus.pl	1178	33,51%
2	maxizoo.pl	502	14,28%
3	unizoo.pl	485	13,80%
4	krakvet.pl	328	9,33%
5	alezwierzaki.pl	284	8,08%
6	karusek.com.pl	244	6,94%
7	bitiba.pl	216	6,15%
8	zooart.com.pl	176	5,01%
9	keko.pl	136	3,87%
10	fera.pl	135	3,84%
11	petbox.pl	105	2,99%
12	kuchniapupila.pl	58	1,65%
13	apetete.pl	40	1,14%
14	allezoo.com.pl	29	0,83%
15	animalia.pl	27	0,77%
16	zoozone.pl	23	0,65%
17	aquaelzoo.pl	20	0,57%
18	otozoo.pl	19	0,54%
19	zoopers.pl	17	0,48%
20	e-pazur.com	14	0,40%
21	zooexpress.pl	12	0,34%
22	zoona.pl	5	0,14%
22	telekarma.pl	5	0,14%
24	wszystkodlapupila.pl	4	0,11%
24	animalcity.pl	4	0,11%
24	petkarma.pl	4	0,11%
27	petissimo.pl	1	0,03%
27	superzoo.com.pl	1	0,03%
29	bazarpupila.pl	0	0,00%
29	sklep.zoo-imperium.pl	0	0,00%

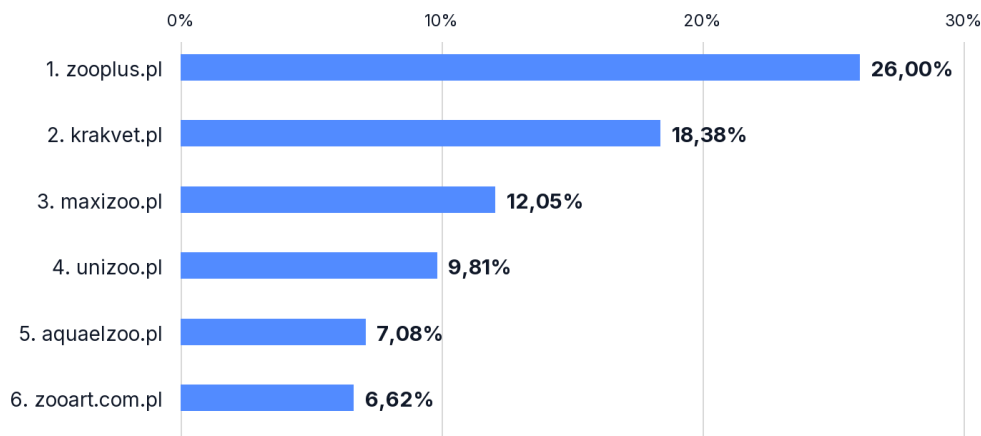
Źródło: Semly [1]. Stan na 20.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 4072 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 53,17% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Higiena, pielęgnacja i utrzymanie czystości

zooplus.pl osiągnął widoczność 26,00%, krakvet.pl 18,38%, a maxizoo.pl 12,05%. unizoo.pl zajmuje czwarte miejsce z wynikiem 9,81%.

Higiena, pielęgnacja i utrzymanie czystości

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

aquaelzoo.pl zajmuje piąte miejsce w kategorii, choć ogółem jest siedemnasty. Na higienę przypadają 262 z 351 wystąpień tej domeny, czyli 74,64%. To jeden z najbardziej wyraźnych przykładów koncentracji widoczności w badaniu.

Codzienna pielęgnacja w pytaniach

W pytaniach o żwirek użytkownik opisuje codzienny problem: pylenie, sprzątanie kuwety albo zakup większego opakowania. Informacje o materiale, sposobie użycia i dostępnych pojemnościach odpowiadają na inne potrzeby niż ogólna obietnica czystości.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić dobrze zbrylający żwirek dla kota, który ogranicza pylenie i łatwo usuwa się z kuwety. Jakie produkty i sklepy polecasz?”

W audycie warto zweryfikować spójność opisów wariantów i rozmiarów opakowań. Właściwości deklarowane w treści powinny mieć oparcie w informacjach producenta. Raport nie sprawdza skuteczności produktów ani prawdziwości ocen użytych w odpowiedziach AI.

Przykładowe pytanie z badania

„Szukam roślinnego żwirku dla kota, który można wygodnie zamówić w większym opakowaniu. Co warto kupić i gdzie?”

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	zooplus.pl	962	26,00%
2	krakvet.pl	680	18,38%
3	maxizoo.pl	446	12,05%
4	unizoo.pl	363	9,81%
5	aquaelzoo.pl	262	7,08%
6	zooart.com.pl	245	6,62%
7	zoona.pl	188	5,08%
8	bitiba.pl	177	4,78%
9	alezwierzaki.pl	163	4,41%
10	zooexpress.pl	127	3,43%
11	keko.pl	120	3,24%
12	allezoo.com.pl	96	2,59%
13	karusek.com.pl	90	2,43%
14	zoozone.pl	78	2,11%
15	animalia.pl	56	1,51%
16	fera.pl	52	1,41%
17	wszystkodlapupila.pl	49	1,32%
18	kuchniapupila.pl	48	1,30%
19	e-pazur.com	44	1,19%
20	apetete.pl	26	0,70%
21	bazarpupila.pl	11	0,30%
21	sklep.zoo-imperium.pl	11	0,30%
23	petbox.pl	9	0,24%
23	telekarma.pl	9	0,24%
23	zoopers.pl	9	0,24%
26	animalcity.pl	3	0,08%
27	petissimo.pl	2	0,05%
27	superzoo.com.pl	2	0,05%
29	petkarma.pl	1	0,03%
30	otozoo.pl	0	0,00%

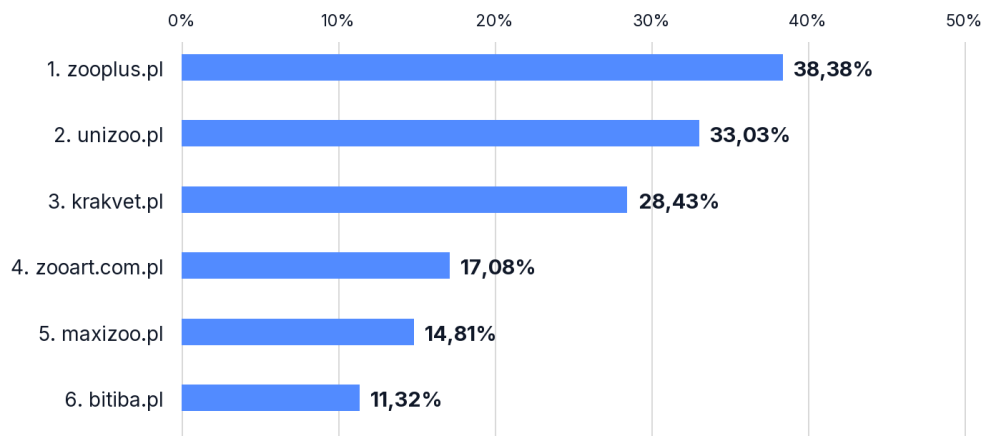
Źródło: Semly [1]. Stan na 20.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 4329 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 48,23% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Karma dla kotów

zooplus.pl uzyskał widoczność 38,38%, unizoo.pl 33,03%, a krakvet.pl 28,43%. zooart.com.pl zajmuje czwarte miejsce z wynikiem 17,08%.

Karma dla kotów

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

Kategoria ma 7380 wystąpień - najwięcej spośród pięciu obszarów, choć tylko o 16 więcej niż karma dla psów. Na karmę dla kotów przypada 632 z 1847 wystąpień zooart.com.pl oraz 325 z 761 wystąpień karusek.com.pl. Pierwsza trójka skupia 50,05% wzmianek.

Codzienne żywienie kota w pytaniach

Pytania rozróżniają etap życia kota, rodzaj karmy i sposób codziennego żywienia. Dla opisu oferty oznacza to potrzebę jasnego wskazania przeznaczenia produktu. Nazwa linii bez informacji o konkretnym wariantcie może nie wystarczyć do porównania.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić pełnoporcjową mokrą karmę dla kociaka. Jakie produkty mają dobry skład i w którym sklepie internetowym je zamówić?”

Warto sprawdzić zgodność nazw, składu i deklarowanego przeznaczenia z dokumentacją produktu. Pytanie o „dobry skład” jest elementem badania, a nie kryterium jakości zweryfikowanym w raporcie. Obecność sklepu w AI nie oznacza potwierdzenia, że wskazana karma odpowiada potrzebom konkretnego zwierzęcia.

Przykładowe pytanie z badania

„Jaką mokrą karmę dla dorosłego kota po sterylizacji warto zamówić do codziennego żywienia?”

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

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	zooplus.pl	1420	38,38%
2	unizoo.pl	1222	33,03%
3	krakvet.pl	1052	28,43%
4	zooart.com.pl	632	17,08%
5	maxizoo.pl	548	14,81%
6	bitiba.pl	419	11,32%
7	karusek.com.pl	325	8,78%
8	alezwierzaki.pl	299	8,08%
9	zoona.pl	262	7,08%
10	kuchniapupila.pl	185	5,00%
11	bazarpupila.pl	175	4,73%
12	fera.pl	153	4,14%
13	zooexpress.pl	110	2,97%
14	animalia.pl	99	2,68%
15	sklep.zoo-imperium.pl	94	2,54%
16	petbox.pl	90	2,43%
17	telekarma.pl	70	1,89%
18	allezoo.com.pl	45	1,22%
19	keko.pl	42	1,14%
20	apetete.pl	40	1,08%
21	animalcity.pl	30	0,81%
22	e-pazur.com	25	0,68%
23	zoozone.pl	21	0,57%
24	aquaelzoo.pl	11	0,30%
25	petissimo.pl	4	0,11%
26	wszystkodlapupila.pl	3	0,08%
26	superzoo.com.pl	3	0,08%
28	zoopers.pl	1	0,03%
29	otozoo.pl	0	0,00%
29	petkarma.pl	0	0,00%

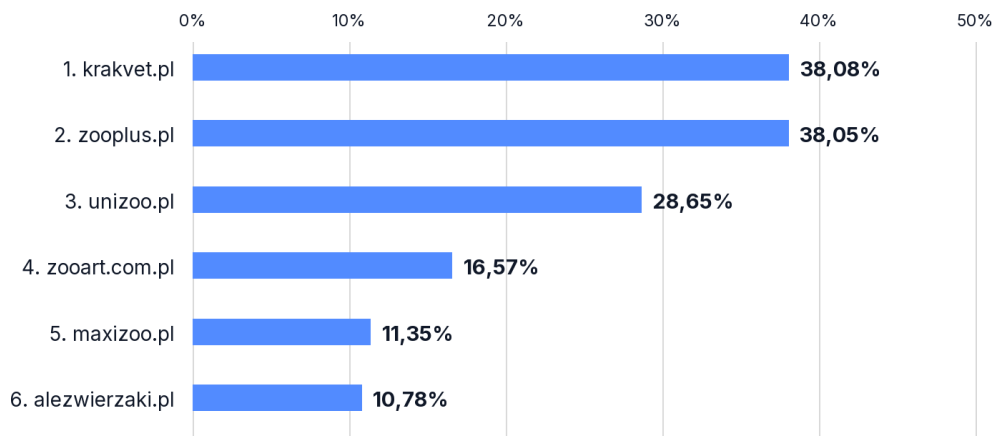
Źródło: Semly [1]. Stan na 20.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 7380 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 50,05% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Karma dla psów

krakvet.pl ma 1409 wystąpień i widoczność 38,08%. zooplus.pl uzyskał 1408 wystąpień i 38,05%. Jedno wystąpienie decyduje o kolejności dwóch pierwszych marek.

Karma dla psów

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3700 odpowiedzi • 20 pytań

unizoo.pl zajmuje trzecie miejsce z wynikiem 28,65%, a zooart.com.pl czwarte z 16,57%. Niżej alezwierzaki.pl ma 399 wystąpień, a petbox.pl 398. W dwóch różnych częściach tabeli różnica jednego wystąpienia zmienia pozycję w rankingu.

Karma dla psa i dokładność porównania

Pytania łączą etap życia psa, jego wielkość i codzienny sposób żywienia. To warunki, które powinny być czytelne w opisie wariantu. Analiza widoczności pozwala ustalić obecność sklepu przy takim pytaniu; nie ocenia samego doboru karmy.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić pełnoporcjową karmę dla szczeniaka małej rasy. Jakie produkty warto wybrać i w którym sklepie zoologicznym online je zamówić?”

Tak niewielkich różnic nie należy przedstawiać jako dowodu trwałej przewagi. Przy ocenie treści warto sprawdzić dokładność informacji o produkcie, a przy kolejnym pomiarze zachować porównywalny zestaw pytań. Pytania dotyczące problemów zdrowotnych nie zastępują oceny weterynaryjnej.

Przykładowe pytanie z badania

„Jaką suchą karmę dla dorosłego psa średniej wielkości warto kupić do codziennego żywienia? Podaj konkretne produkty i sklepy internetowe.”

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

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	krakvet.pl	1409	38,08%
2	zooplus.pl	1408	38,05%
3	unizoo.pl	1060	28,65%
4	zooart.com.pl	613	16,57%
5	maxizoo.pl	420	11,35%
6	alezwierzaki.pl	399	10,78%
7	petbox.pl	398	10,76%
8	bitiba.pl	261	7,05%
9	zooexpress.pl	242	6,54%
10	e-pazur.com	213	5,76%
11	fera.pl	166	4,49%
12	bazarpupila.pl	159	4,30%
13	keko.pl	144	3,89%
14	sklep.zoo-imperium.pl	81	2,19%
15	telekarma.pl	79	2,14%
16	zoona.pl	54	1,46%
17	karusek.com.pl	47	1,27%
18	zoopers.pl	44	1,19%
19	apetete.pl	30	0,81%
20	allezoo.com.pl	27	0,73%
21	aquaelzoo.pl	26	0,70%
22	kuchniapupila.pl	22	0,59%
23	animalia.pl	20	0,54%
24	zoozone.pl	15	0,41%
25	wszystkodlapupila.pl	14	0,38%
26	petissimo.pl	8	0,22%
27	superzoo.com.pl	4	0,11%
28	petkarma.pl	1	0,03%
29	animalcity.pl	0	0,00%
29	otozoo.pl	0	0,00%

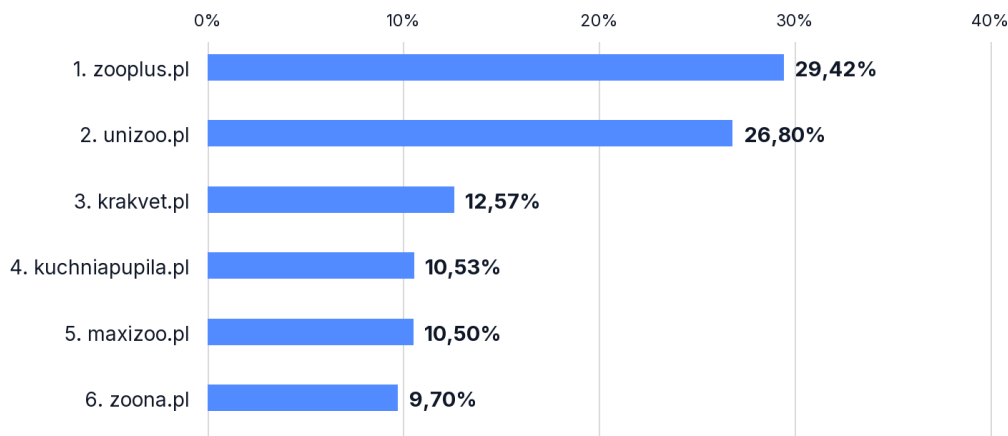
Źródło: Semly [1]. Stan na 20.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 7364 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 52,65% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Przysmaki i suplementy dla psów i kotów

zooplus.pl uzyskał widoczność 29,42%, unizoo.pl 26,80%, a krakvet.pl 12,57%. kuchniapupila.pl ma 370 wystąpień (10,53%), a maxizoo.pl 369 (10,50%).

Przysmaki i suplementy dla psów i kotów

Sześć marek o najwyższej widoczności w kategorii



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

N = 3515 odpowiedzi • 19 pytań

kuchniapupila.pl zajmuje jedenaste miejsce ogółem, a czwarte w tej kategorii. Przysmaki i suplementy odpowiadają za 370 z 696 wystąpień tej domeny, czyli 53,16%. zoona.pl uzyskała tu 341 wystąpień - najwięcej spośród swoich pięciu kategorii.

Przysmaki w kontekście potrzeb

W przykładach pytań pojawiają się prosty skład i przeznaczenie produktu dla szczeniaka. Kategoria obejmuje zarówno przysmaki, jak i suplementy, dlatego jej wyniku nie należy traktować jako osobnego rankingu rynku suplementów.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę kupić naturalne gryzaki dla psa z prostym składem. Jakie produkty warto wybrać i gdzie je zamówić?”

W treściach warto jasno rozróżniać rodzaj produktu i jego deklarowane zastosowanie. Widoczność sklepu nie jest dowodem skuteczności suplementu. Różnica jednego wystąpienia między kuchniapupila.pl a maxizoo.pl wymaga takiej samej ostrożności jak niemal równy wynik liderów karmy dla psów.

Przykładowe pytanie z badania

„Chcę zamówić delikatne przysmaki przeznaczone dla szczeniaka. Jakie produkty i sklepy internetowe warto sprawdzić?”

Cytaty przedstawiają dwa przykłady pytań z badania. Wyniki kategorii obejmują cały zestaw 19 pytań i 3515 odpowiedzi. Źródło: Semly [1].

Ranking kategorii

W kategorii odnotowano 29 z 30 marek. Podstawa: 3515 odpowiedzi. Pozycja wynika z liczby wystąpień w tej kategorii; równe liczniki oznaczają remis.

Poz.	Domena marki	Wystąpienia	Widoczność
1	zooplus.pl	1034	29,42%
2	unizoo.pl	942	26,80%
3	krakvet.pl	442	12,57%
4	kuchniapupila.pl	370	10,53%
5	maxizoo.pl	369	10,50%
6	zoona.pl	341	9,70%
7	alezwierzaki.pl	233	6,63%
8	zooart.com.pl	170	4,84%
9	petbox.pl	140	3,98%
10	zooexpress.pl	117	3,33%
11	allezoo.com.pl	108	3,07%
12	e-pazur.com	107	3,04%
13	bazarpupila.pl	94	2,67%
14	keko.pl	84	2,39%
15	fera.pl	81	2,30%
16	bitiba.pl	80	2,28%
17	karusek.com.pl	55	1,56%
18	animalia.pl	51	1,45%
19	aquaelzoo.pl	32	0,91%
19	sklep.zoo-imperium.pl	32	0,91%
21	apetete.pl	20	0,57%
22	zoozone.pl	19	0,54%
23	wszystkodlapupila.pl	14	0,40%
24	zoopers.pl	9	0,26%
25	telekarma.pl	4	0,11%
25	animalcity.pl	4	0,11%
25	petissimo.pl	4	0,11%
28	otozoo.pl	2	0,06%
28	superzoo.com.pl	2	0,06%
30	petkarma.pl	0	0,00%

Źródło: Semly [1]. Stan na 20.09.2026 • ostatnie 37 dni. Łącznie 4960 wystąpień monitorowanych marek. Pierwsza trójka odpowiada za 48,75% tych wystąpień. To udział we wzmiankach, nie odsetek odpowiedzi.

Pełna mapa kategorii

Widoczność w procentach. Podstawa dla akcesoriów oraz przysmaków wynosi 3515 odpowiedzi, a dla pozostałych kategorii 3700. Pozycja dotyczy rankingu ogólnego.

Poz.	Domena	Akcesoria	Higiena	Koty	Psy	Przysmaki
1	zooplus.pl	33,51	26,00	38,38	38,05	29,42
2	unizoo.pl	13,80	9,81	33,03	28,65	26,80
3	krakvet.pl	9,33	18,38	28,43	38,08	12,57
4	maxizoo.pl	14,28	12,05	14,81	11,35	10,50
5	zooart.com.pl	5,01	6,62	17,08	16,57	4,84
6	alezwierzaki.pl	8,08	4,41	8,08	10,78	6,63
7	bitiba.pl	6,15	4,78	11,32	7,05	2,28
8	zoona.pl	0,14	5,08	7,08	1,46	9,70
9	petbox.pl	2,99	0,24	2,43	10,76	3,98
10	karusek.com.pl	6,94	2,43	8,78	1,27	1,56
11	kuchniapupila.pl	1,65	1,30	5,00	0,59	10,53
12	zooexpress.pl	0,34	3,43	2,97	6,54	3,33
13	fera.pl	3,84	1,41	4,14	4,49	2,30
14	keko.pl	3,87	3,24	1,14	3,89	2,39
15	bazarpupila.pl	0,00	0,30	4,73	4,30	2,67
16	e-pazur.com	0,40	1,19	0,68	5,76	3,04
17	aquaelzoo.pl	0,57	7,08	0,30	0,70	0,91
18	allezoo.com.pl	0,83	2,59	1,22	0,73	3,07
19	animalia.pl	0,77	1,51	2,68	0,54	1,45
20	sklep.zoo-imperium.pl	0,00	0,30	2,54	2,19	0,91
21	telekarma.pl	0,14	0,24	1,89	2,14	0,11
22	apetete.pl	1,14	0,70	1,08	0,81	0,57
23	zoozone.pl	0,65	2,11	0,57	0,41	0,54
24	wszystkodlapupila.pl	0,11	1,32	0,08	0,38	0,40
25	zoopers.pl	0,48	0,24	0,03	1,19	0,26
26	animalcity.pl	0,11	0,08	0,81	0,00	0,11
27	otozoo.pl	0,54	0,00	0,00	0,00	0,06
28	petissimo.pl	0,03	0,05	0,11	0,22	0,11
29	superzoo.com.pl	0,03	0,05	0,08	0,11	0,06
30	petkarma.pl	0,11	0,03	0,00	0,03	0,00

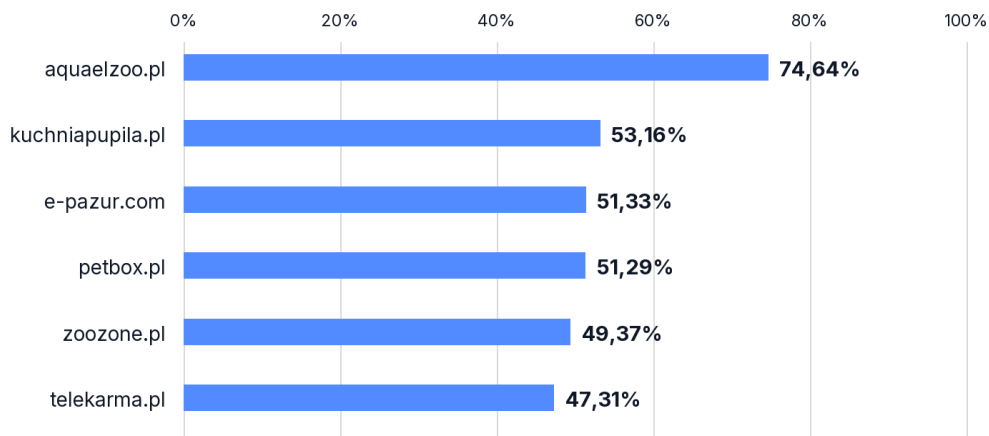
Źródło: Semly [1]. Koty i Psy oznaczają kategorie karm. Przysmaki obejmują także suplementy. 0,00 oznacza brak odnotowanych wystąpień. Procentów nie należy sumować. Dwa pytania bez kategorii uwzględnia tylko ranking ogólny.

Jak czytać specjalizację marki?

aquaelzoo.pl skupia 74,64% swoich wystąpień w higienie, a kuchniapupila.pl 53,16% w przysmakach i suplementach. Wykres przedstawia sześć przykładów marek z co najmniej 100 wystąpieniami ogółem.

Silna obecność w jednej kategorii

Udział najmocniejszej kategorii we wszystkich wystąpieniach marki



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

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

Wartość 74,64% dla aquaelzoo.pl opisuje strukturę wystąpień tej marki. Jej widoczność w odpowiedziach kategorii higieny wynosi 7,08%. Te miary odpowiadają na różne pytania: gdzie koncentruje się obecność oraz jak często marka występuje w badanej próbie.

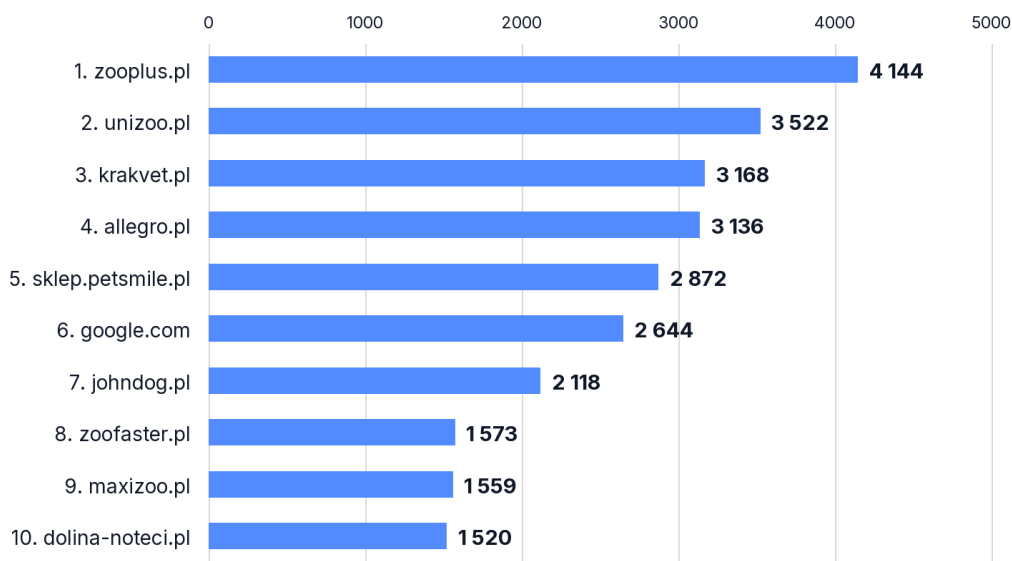
Podstawą jest pełna liczba wystąpień danej marki, także z pytań bez przypisanej kategorii. Wykres nie obejmuje podmiotów z bardzo małą liczbą obserwacji, dla których pojedyncza wzmianka mogłaby pozornie wskazywać silną specjalizację.

Skąd pochodzą źródła odpowiedzi?

W źródłach odpowiedzi najwyższe liczniki mają **zooplus.pl (4144)**, **unizoo.pl (3522)**, **krakvet.pl (3168)** i **allegro.pl (3136)**. **sklep.petsmile.pl** uzyskał 2872 wystąpienia, choć nie należy do panelu 30 monitorowanych marek.

Domeny obecne w źródłach odpowiedzi

Dziesięć domen według pola mentions



Źródło: Semly • stan na 20.09.2026 • 37 dni pomiarów

Wystąpienia domen w zestawieniu źródeł; nie są liczbą wizyt.

Zestawienie źródeł pokazuje szersze otoczenie niż ranking marek. Obecne są w nim również platformy i domeny spoza panelu, między innymi **allegro.pl**, **johndog.pl** czy **dolina-noteci.pl**. Nie należy dopisywać ich do rankingu marek na podstawie samej liczby cytowań.

Wykres korzysta z pola mentions w zestawieniu źródeł. Jest to odrębna miara od wystąpień marki oraz od pola occurrences. Dane nie oznaczają liczby wizyt ani sprzedaży; nie wyjaśniają też, dlaczego system AI wybrał daną stronę.

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.

Akcesoria, zabawki i transport

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	zooplus.pl	784
2	sklep.petsmile.pl	622
3	allegro.pl	589

Higiena, pielęgnacja i utrzymanie czystości

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	allegro.pl	1089
2	groomershop.pl	972
3	zooplus.pl	726

Karma dla kotów

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	unizoo.pl	1043
2	zooplus.pl	879
3	krakvet.pl	849

Karma dla psów

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	krakvet.pl	1079
2	zooplus.pl	900
3	unizoo.pl	838

Przysmaki i suplementy dla psów i kotów

Poz.	Domena źródłowa	Wystąpienia
1	johndog.pl	990
2	sklep.petsmile.pl	925
3	unizoo.pl	857

Źródło: Semly [1]. Stan na 20.09.2026 • ostatnie 37 dni. Jedna domena może być obecna w wielu kategoriach. Liczby dotyczą źródeł, nie wizyt ani konwersji.

Co zrobić z wynikami w praktyce?

Wyniki pomagają wybrać priorytety audytu GEO, czyli pracy nad widocznością w odpowiedziach AI. Najbardziej użyteczne porównanie uwzględnia asortyment firmy i konkretne potrzeby zakupowe.

Ocena różnicy zamiast samego miejsca

krakvet.pl i zooplus.pl dzieli w karmie dla psów jedno wystąpienie. Taką sytuację warto opisać jako niemal równy wynik. Niewielka zmiana kolejności w kolejnym pomiarze nie musi oznaczać istotnej zmiany pozycji biznesowej.

Treści odpowiadające na warunki zakupu

Audyt kart produktów powinien objąć rozmiary, warianty i deklarowane przeznaczenie. Przy karmach ważne jest jednoznaczne powiązanie opisu z konkretnym produktem, a przy akcesoriach łatwe porównanie wymiarów i sposobu użytkowania.

Weryfikacja odpowiedzi i źródeł

Sam licznik nie pokazuje, czy rekomendacja była trafna. Warto przejrzeć odpowiedzi oraz wskazane strony, także spoza panelu monitorowanych marek. Pozwala to oddzielić obecność marki od jakości kontekstu, w którym się pojawia.

Porównywalna próba w kolejnych pomiarach

W tym eksporcie dwa pytania nie mają kategorii, a liczebności kategorii są różne. Kolejne porównanie powinno zachować lub jawnie uwzględnić te warunki. Wyniki widoczności warto zestawzić z ruchem i konwersją, które opisują dalsze etapy zakupu.

Rekomendacje Semly są interpretacją danych i propozycją dalszej analizy. Badanie nie testuje przyczyn aktualnej kolejności marek.

Jak powstał raport?

Zakres analizy

30 monitorowanych marek i domen, 100 pytań w języku polskim, 18 485 odpowiedzi. Systemy oznaczono w eksporcie jako AI Mode, ChatGPT, Claude, Gemini i Grok; nie wskazano dokładnych wersji modeli. Zakres pytań dotyczy przede wszystkim zakupów dla psów i kotów.

Stan danych i okres pomiaru

Stan na 20 września 2026. Raport zawiera 37 punktów dziennych. Analiza obejmuje 37 dni zarejestrowanych pomiarów i rzeczywistą liczebność 18 485 odpowiedzi; nie zakłada kompletnego przebiegu każdej kombinacji pytania i systemu.

Jednakowa definicja widoczności

Widoczność to liczba wystąpień marki podzielona przez liczbę odpowiedzi w danym zakresie i pomnożona przez 100%. Mianownik wynosi 18 485 ogółem, 3515 dla akcesoriów oraz przysmaków i suplementów, a 3700 dla pozostałych trzech kategorii.

Dla 29 konkurentów wykorzystano porównawcze liczniki wystąpień. Dla marki głównej zsumowano liczniki wszystkich 100 pytań, także dwóch bez kategorii. Brak marki w zestawieniu kategorii oznaczono jako zero odnotowanych wystąpień. Łącznie odnotowano 28 558 wystąpień.

Pozycje ustalono przed zaokrągleniem procentów. Równe liczniki oznaczają remis. Kategorie zawierają po 19 lub 20 pytań; cytaty przedstawiają tylko po dwa przykłady. Szczegóły uzgodnienia zakresów znajdują się na kolejnej stronie.

Domeny źródłowe

Zestawienie źródeł wykorzystuje pole mentions. Nie utożsamiono go z occurrences ani liczbą wystąpień marki. Panel marek i lista domen źródłowych mają różny zakres.

Jak łączą się wyniki kategorii?

Ranking ogólny obejmuje 100 pytań, a pięć kategorii łącznie 98. Dwa pytania bez przypisanej kategorii pozostały w wyniku ogólnym. Nie przypisano ich do kategorii na podstawie samego brzmienia.

Zakres	Pytania	Odpowiedzi
Akcesoria, zabawki i transport	19	3515
Higiena, pielęgnacja i utrzymanie czystości	20	3700
Karma dla kotów	20	3700
Karma dla psów	20	3700
Przysmaki i suplementy dla psów i kotów	19	3515
Bez kategorii	2	355
łącznie	100	18485

Dlaczego sumy są różne?

Pięć kategorii obejmuje 18 130 odpowiedzi. Różnica względem 18 485 ogółem wynosi 355 odpowiedzi i dotyczy dwóch pytań bez kategorii. Odrębnie, 100 pytań $\times$ 5 systemów $\times$ 37 dni dawałoby 18 500 odpowiedzi. Dane mają o 15 mniej; do obliczeń wykorzystano rzeczywistą liczebność, bez uzupełniania braków.

Uzgodnienie wystąpień marek

W kategoriach odnotowano 28 105 wystąpień marek, a ogółem 28 558. Różnica wynosi 453. Dla każdego sklepu zachowano jego licznik ogólny oraz odrębne liczniki kategorii. Dla maxizoo.pl 2285 wystąpień w kategoriach i cztery w pytaniach bez kategorii dają 2289 ogółem.

Porównywanie kategorii

Akcesoria oraz przysmaki i suplementy mają po 19 pytań i 3515 odpowiedzi. Pozostałe kategorie mają po 20 pytań i 3700 odpowiedzi. Do porównania częstości służą procenty z właściwym mianownikiem; same liczniki wymagają uwzględnienia wielkości próby.

Źródło: Semly [1]. Różnice zakresów nie zostały wyrównane przez dopisywanie lub usuwanie obserwacji.

Granice interpretacji wyników

Co można wnioskować?

Raport opisuje monitorowany zestaw marek i określone pytania. Nie obejmuje całej branży zoologicznej ani reprezentatywnej próby zachowań konsumentów. Wyniki nie są udziałami w rynku, a liczba pytań nie odzwierciedla struktury popytu.

Odpowiedzi na powtarzane pytania nie są niezależnymi deklaracjami klientów. Raport nie zawiera testów istotności ani przedziałów ufności. Małe różnice, zwłaszcza pojedynczych wystąpień, nie dowodzą trwałej przewagi.

Widoczność nie mierzy jakości karm, skuteczności suplementów ani zasadności doboru produktu dla zwierzęcia. Cytaty pytań ilustrują zakres badania, a nie stanowią zaleceń żywieniowych lub weterynaryjnych.

Źródło i opracowanie

[1] Semly, raport branży zoologicznej, stan na 20 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 branży zoologicznej w odpowiedziach AI, stan na 20 września 2026, 37 dni pomiarów, 18 485 odpowiedzi, 30 monitorowanych marek. Dla kategorii należy podać jej nazwę i właściwą podstawę: 3515 lub 3700 odpowiedzi.