

Ako radite na sadržaju za web ili digitalnim marketingom, jedno od ključnih pitanja je:

Kako saznati koja su najčešća pitanja korisnika vezana uz moju temu?

Odgovor nije trivijalan jer korisnici danas ne traže samo ključne riječi, već koriste prirodan, konverzacijski jezik koji razumiju AI sustavi i tražilice. U ovom tekstu objašnjavamo kako iskoristiti modernu tehnologiju i alate poput **Google** pretraživanja, AI answer enginea i koncept semantičkog razumijevanja za pronalazak i strukturiranje pitanja korisnika.

Zašto su pitanja korisnika važna?

Definicija: **Pitanja korisnika** su upiti ili fraze koje korisnici unose u tražilice da bi pronašli informacije, rješenja ili savjete vezane uz određenu temu.

Razumijevanje **namjere korisnika** ključno je za kreiranje relevantnog sadržaja koji pogađa njihove potrebe i time poboljšava vidljivost i autoritet vašeg weba.

1. Prvi korak: Analiza korisničke namjere i konverzacijska pretraga

Google je evoluirao od pukog pronalaska ključnih riječi do sofisticiranih AI mehanizama koji razumiju **namjeru korisnika** i kontekst koji stoji iza upita.

- **Namjera korisnika** može biti informacijska (želim saznati više), navigacijska (tražim specifičnu web stranicu) ili transakcijska (namjeravam kupiti proizvod ili uslugu).
- **Konverzacijska pretraga**

Google danas koristi ove principe u svojem *Prati na Google* alatu i AI modelima koji pružaju izravne odgovore kroz "People also ask" i slične značajke.

Alati za analizu namjere korisnika

- **Google Pretraživanje** – istražite sekciju "People also ask" i srodne pojmove.
- **Google Trends**
- **AI answer engines**

2. Kako koristiti AI i generativnu pretragu za prepoznavanje pitanja korisnika

AI sustavi sve bolje razumiju semantiku i kontekst, omogućujući identifikaciju pitanja koja korisnici postavljaju oko vaše teme. Primjerice, ICT Business koristi AI generativnu pretragu za kreiranje sadržaja koji prati najnovije upite stvarnih korisnika.

AI alati funkcioniraju tako da analiziraju milijune upita i proizvode sadržaj ili prijedloge na temelju najčešćih ili najvažnijih pitanja.

- **Generativni AI**
- **Answer engines potiču stvaranje sadržaja s jasnim odgovorima koji se lako mogu isčitati i indeksirati.**

Primjena u praksi

1. Definirajte temu o kojoj radite (npr. digitalni marketing SaaS rješenja).
2. Unesite osnovne pojmove u Google ili AI alat (npr. "pitanja korisnika za SaaS marketing").
3. Analizirajte ponuđena pitanja u "People also ask" i AI predloge.
4. Koristite alate poput Depositphotos da dodate relevantne slike koje vizualno podupiru pitanja i odgovore.
5. Izradite sadržaj strukturiran po pitanju i odgovoru za lakšu navigaciju i bolje razumijevanje.

3. Semantičko razumijevanje i važnost strukture sadržaja

Semantičko razumijevanje znači da tražilice ne gledaju samo slova i riječi već i kontekst u kojem su upiti postavljeni. Zato vaše pitanje mora biti jasno i direktno, a sadržaj strukturiran tako da ističe bitne dijelove.

Struktura koristi:

- **Naslovi i podnaslovi (**

,

,

) – jasno razgraničavaju teme i podteme.

- **Popisi (**

,

) – olakšavaju pregled i čitljivost.

1. **Tablice () – prikazuju usporedbe ili sažete informacije.**

Google AI i answer engines jednostavnije pronalaze relevantne dijelove teksta ako je sadržaj jasno strukturiran. <https://www.ictbusiness.info/kolumne/kako-postici-bolju-vidljivost-u-rezultatima-ai-pretrage> Zato kod pronalaska pitanja korisnika, sadržaj oblikujte tako da svaki odlomak odgovara na jedno pitanje.

4. Specifični alati i metode za pronalazak pitanja korisnika

Alat / Metoda Opis Najbolje za Google "People also ask" Prikazuje srodna pitanja vezana za upit. Najčešća pitanja s popisom odgovora. Brzi uvid u popularna pitanja i proširivanje ključnih tema Google Trends Analiziranje popularnosti i sezonalnosti upita. Praćenje trendova i prilagodba sadržaja u vremenu AI generativni alati (npr. GPT modeli) Stvaraju prijedloge pitanja i odgovora temeljene na velikim skupovima podataka. Dobivanje ideja za dublji i raznovrsniji sadržaj Analiza konkurencije (SEO alati) Proučavanje pitanja i sadržaja koje koristi konkurencija. Inspiracija i pronalazak praznina u sadržaju

5. Kako strukturirati sadržaj za lakšu obradu AI sustava i korisnika

Da bi vaš tekst lako razumjeli i Google i korisnici, pratite sljedeće smjernice:



- Kratki i jasni naslovi koji ukazuju na pitanje (npr.

Kako pronaći najčešća pitanja korisnika?

).

- Svaki odgovor u zasebnom odlomku, izbjegavajte dugačke blokove teksta.
- Koristite **ključne riječi prirodno**, a ne forsirano.
- Uvrstite vizualne elemente poput ilustracija s Depositphotos za dodatnu vrijednost i jasnoću.
- Linkajte pouzdane izvore i označite autorstvo – korisnici i tražilice cijene transparentnost.

Zaključak

Pronalazak i razumijevanje **pitanja korisnika** važno je za svaku digitalnu strategiju i razvoj sadržaja. Korištenjem **Google** alata, **AI answer enginea** te fokusom na **semantičko razumijevanje** i prirodni jezik moguće je stvoriti kvalitetan, relevantan sadržaj. Također, jasna struktura sadržaja značajno pomaže obradi i interpretaciji vašeg sadržaja kako od strane tražilica, tako i samih korisnika.



ICT Business i drugi lideri na tržištu već koriste ove metode kako bi bili ispred svojih konkurenata. Dok vizualni sadržaj s **Depositphotos** doprinosi atraktivnosti i razumijevanju, AI i Google alati osiguravaju da vaš sadržaj stvarno zadovoljava potrebe korisnika.

Slijedeći ove smjernice i razumijevanje **namjere korisnika i konverzijske pretrage** možete efikasno kreirati sadržaj koji donosi rezultate bez praznih marketing fraza i forsiranja ključnih riječi.