

U eri kada AI sistemi kao što su **ChatGPT**, **Gemini**, **Perplexity** i **Claude** preuzimaju snažnu ulogu u digitalnoj vidljivosti, mnogi digitalni marketari i vlasnici biznisa postavljaju pitanje: *Kako da pravilno raspodelim **budžet** između tradicionalnog SEO-a na **Google Search** i nove AI vidljivosti, a da pri tome ne izgubim organski saobraćaj?*

U ovom blogu detaljno ćemo razložiti praktične korake za efikasnu **budžet raspodelu**, uz profesionalna iskustva kompanija kao što su **The Burnward**, **Four Dots** i **FAI.ai**. Takođe, osvrnućemo se na ključne tehničke aspekte kao što su GEO prema AEO, važnost ugovornih definicija i kako graditi **brand signale i autoritet** koji su danas vredniji od starih backlink strategija.

1. Zašto AI vidljivost nije isto što i Google rangiranje?

Mnogi greškom misle da je AI vidljivost samo evolucija SEO-a. Istina je da je **AI vidljivost** potpuno drugačiji kanal koji se oslanja na citate, reference i relevantnost unutar AI modela, a ne samo na tradicionalne rang liste koje vidite na Google Search.

- **Google Search** i dalje koristi linkove, on-page SEO i tehničke faktore za rangiranje.
- **AI sistemi** kao što su ChatGPT ili Claude pozajmljuju informacije iz velikog broja izvora, ali te informacije se sortiraju kroz različite modele vrednovanja — tzv. *AI citati* rast postaje ključan.
- AI vidljivost podrazumeva da vaši podaci i sadržaji budu citirani kao autoritativni izvori, što je posebna disciplina koja zahteva potpuno drugačiju strategiju nego klasični SEO.

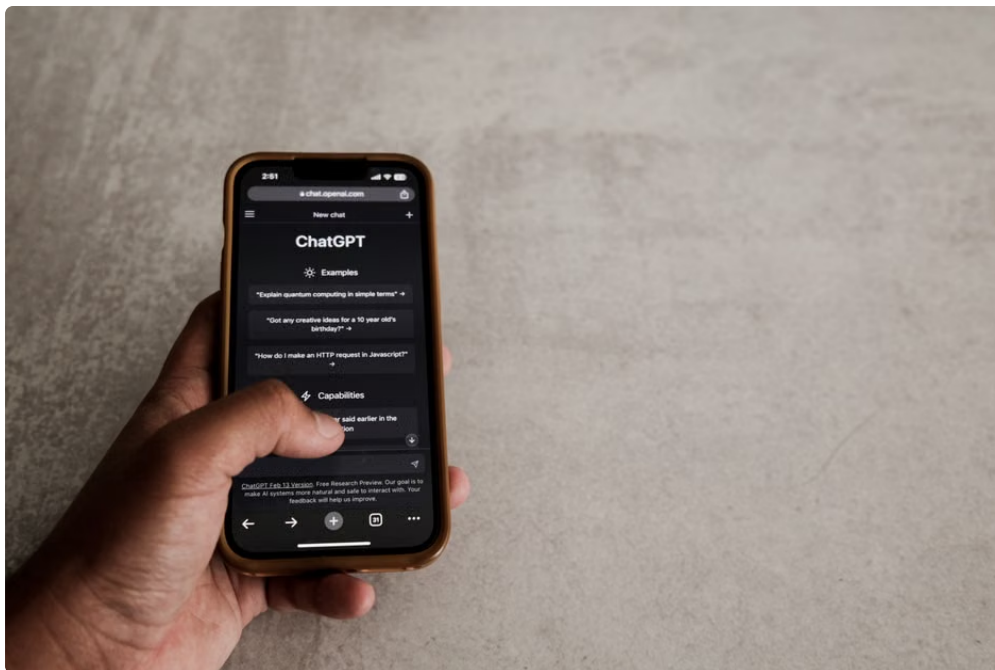
Prema podacima iz kompanije **Four Dots**, klijenti koji su optimizovali strategije posebno prema AI sistemima zabeležili su porast vidljivosti bez gubljenja organskog saobraćaja, zahvaljujući preciznoj *budžet raspodeli*.

2. GEO vs AEO: Tehnički razlika koja menja pristup

Obično se SEO oslanja na GEO — *Google Engine Optimization* — gde je fokus na optimizaciji za Google pretragu. Sa pojavom AI vidljivosti, pojavljuje se novi termin: **AEO** — *AI Engine Optimization*.

Aspekt GEO (Google) AEO (AI) Fokus Klasični linkovi, ključne reči, meta podaci AI citati, autoritet na osnovu izvora, povratne reference Algoritam Indeksiranje i rangiranje na osnovu povezanosti sa sadržajem Mašinsko učenje, upotreba modela velikih jezičkih mreža Merljivi rezultati Ranking pozicije, organski saobraćaj Broj AI citata, relevantni izvori koji AI koristi

Ključna lekcija dolazi od **The Burnward**, digitalne agencije koja već godinama pomaže firmama da zahtevno balansiraju između GEO i AEO. Preporuka je da se budžet kreira tako da se pokriju oba spektra, ali sa jasno definisanim ciljevima i merilima uspeha — inače postoji rizik da izgubite organski saobraćaj dok pokušavate "da osvojite AI".



3. Ugovori koji definišu jasne deliverable-e i metrike

Jedan od najčešćih problema u saradnji sa agencijama ili freelance stručnjacima jeste nejasnoća u ugovornim obavezama i merenju uspeha. Ovde morate insistirati na sledećem:

1. **Jasno definisani deliverable-i:** Nije dovoljno reći "optimizacija za AI i SEO". Mora da stoji šta konkretno znači optimizacija — broj citata, poboljšanje autoriteta, tehničke promene na sajtu itd.
2. **Mjerenje efekata:** Zamolite odgovor na pitanje "OK, kako merimo da li ide bolje?" Svaki dobavljač treba da iznese konkretne metrike kao što su organski saobraćaj, broj AI citata, rang u AEO sistemu ili povećanje brand signala.
3. **Transparentni izveštaji:** Izbegavajte klijente koji vam serviraju samo pozicije ključnih reči, ili obećanja o "overnight" boost-u u AI rangiranju.

Fail.ai, kao platforma za merenje AI vidljivosti, savetuje klijentima da imaju potpisane sporazume koji jasno razgraničavaju odgovornost i rezultate za SEO i AI komponente.

4. Zašto brand signali i autoritet vrede više od linkova

Pre nekoliko godina backlinkovi su bili kraljevi SEO optimizacije. Danas je situacija promenjena, pogotovo sa AI vidljivošću:



- **Brand signali** (pomeni vašeg brenda na društvenim mrežama, u medijima, kao i unutar relevantnih industrijskih izvora) direktno utiču na to kako AI modeli vrednuju informacije.
- **Autentičnost i autoritet** je važniji nego ikada — AI modeli favorizuju izvore za koje imaju poverenje da su tačni i posebno relevantni.
- Firma **The Burnward** ističe da danas pravljenje "ogromnog broja backlinkova" čak može dovesti do pada autoriteta ako nisu od kvalitetnih izvora i ako nisu povezani sa realnim brand signalima.

Naprotiv, ako imate jasno izgrađen autoritet na svojim društvenim kanalima, kroz recenzije i partnerska pomena, AI sistemi će te signale koristiti kao faktor pri odabiru izvora, što direktno podiže vašu *AI citati rast*.

5. Kako pametno raspodeliti budžet

Praksa kompanija poput **Four Dots** pokazala je sledeći predlog proporcija za budžet koji obuhvata oba kanala:

Kanal Procenat ukupnog budžeta Glavni fokus
SEO (GEO) 60% Ključne reči, tehnička optimizacija, backlinkovi
kvalitetni AI vidljivost (AEO) 40% Izgradnja autoriteta, AI citati, verifikirani izvori, sadržaj za AI modele

Bez obzira na industriju, ovaj balans može varirati, ali je ključno da se ne fokusirate isključivo ni na jedan kanal. Budite svesni da **AI vidljivost nije instant rezultat** i da zahteva dugoročni rad na kvalitetu sadržaja i kredibilitetu izvora.

Zaključak

Balansiranje između SEO i AI vidljivosti predstavlja ozbiljan izazov, ali je i neophodno za očuvanje i rast organskog saobraćaja u modernom digitalnom okruženju. Sve manje funkcionišu staromodne strategije zasnovane samo na linkovima i klasičnoj optimizaciji. **Budžet raspodela** mora biti promišljena i zasnovana na činjenicama:

- Razumevanje razlike između GEO i AEO optimizacije
- Potpisivanje jasnih ugovora sa definisanim deliverable-ima i metrike uspeha
- Fokus na *brand signale i autoritet* kao ključne elemente za rast vidljivosti
- Korišćenje alata i preporuka kompanija kao **The Burnward**, **Four Dots** i **FAIL.ai** kao stratezijskih partnera u ovom procesu

Ukoliko želite da izbegnete klasične SEO zamke i istovremeno ne "izgubite saobraćaj" dok osvajate AI pretraživače, ema.theburnward.com pažljivo pratite gore navedene savete. Uz jasno merenje i primenu oba sistema, vaš brend će izgraditi relevantnu i trajnu digitalnu vidljivost.