

Audyt widoczności marki w ChatGPT – arkusz 30 promptów

Sprawdź, dla jakich pytań Twoja marka pojawia się w odpowiedziach ChatGPT, czy jej domena jest cytowana i jakie firmy konkurencyjne są widoczne dla tych samych intencji.

Jak przygotować audyt? Wybierz kilka ważnych biznesowo intencji i przygotuj dla nich naturalne warianty pytań. Nie traktuj 30 wierszy jako 30 przypadkowych tematów. Powiązane prompty pozwolą sprawdzić, czy widoczność utrzymuje się również po zmianie sposobu sformułowania pytania.

Marka: _____

Rynek / obszar: _____

Okres pomiaru: _____

Prompty 1–15

Zacznij od pytań informacyjnych, porównawczych i rekomendacyjnych, które mogą pojawić się przed wyborem konkretnej marki lub rozwiązania.

Nr	Prompt	Marka?	Cytowanie?	Sposób ekspozycji marki	Konkurenci	Źródła wskazane przez ChatGPT	Data
INTENCJA INFORMACYJNA – pytania o problem, rozwiązanie lub sposób działania							
1		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
2		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
3		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
4		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
5		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
6		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
INTENCJA PORÓWNAWCZA – pytania zestawiające rozwiązania, produkty lub marki							
7		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
8		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
9		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
10		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
11		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
12		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
INTENCJA REKOMENDACYJNA – pytania o wybór, polecenie lub najlepsze rozwiązanie							
13		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
14		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
15		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				

Marka? Zaznacz każdą wyraźną wzmiankę o badanej marce.

Cytowanie? Zaznacz, gdy ChatGPT wskazał URL z badanej domeny.

Sposób ekspozycji. Zapisz np. pierwsza rekomendacja, jedna z kilku, wzmianka w dalszej części.

Prompty 16–30 i podsumowanie audytu

Uzupełnij pomiar o dalsze pytania rekomendacyjne oraz intencje produktowe, usługowe i brandowe. Przy kolejnym audycie zachowaj ten sam zestaw promptów i sposób zapisu wyników.

Nr	Prompt	Marka?	Cytowanie?	Sposób ekspozycji marki	Konkurenci	Źródła wskazane przez ChatGPT	Data
INTENCJA REKOMENDACYJNA – dalsze warianty pytań o wybór							
16		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
17		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
18		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
INTENCJA PRODUKTOWA / USŁUGOWA – pytania związane z konkretną potrzebą lub rozwiązaniem							
19		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
20		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
21		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
22		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
23		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
24		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
INTENCJA BRANDOWA – pytania bezpośrednio dotyczące marki, jej oferty lub opinii							
25		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
26		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
27		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
28		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
29		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				
30		☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie				

Podsumowanie pomiaru

Prompty ze wzmianką o marce

Prompty z cytowaniem domeny

Najczęściej widoczny konkurent

Intencja z najsłabszą widocznością

Dla jakich intencji marka jest najczęściej widoczna?

Które źródła i konkurenci pojawiają się najczęściej?

Który obszar wymaga poprawy w pierwszej kolejności?

Nie wyciągaj wniosków z jednego wykonania. Powtórz audyt z wykorzystaniem tego samego zestawu promptów i porównaj wyniki. Szukaj zmian w częstotliwości wzmianek, cytowaniach domeny, sposobie ekspozycji marki, źródłach oraz obecności konkurencji. Dopiero seria pomiarów pozwala ocenić kierunek zmian.