

U svetu digitalnog marketinga koji brzo evoluira, "o nama" stranica nije više samo mesto gde ispričate svoju priču – ona postaje ključni izvor informacija za veštačke inteligencije poput ChatGPT i Claude koje kreiraju odgovore na pitanja korisnika. Tradicionalni SEO trikovi i meta tagovi postaju zastareli (realno, svaki stručnjak u Four Dots zna koliko je to već "pregurano" na terenu), a fokus se premešta na pojmove poput **entiteta**, **semantike** i **organizacione šeme (Organization schema)**. U ovom blogu vodiću vas kroz to kako da sredite vašu "About" stranicu tako da bude jasna i korisna AI modelima koji će indirektno objediniti vaš brend u odgovorima korisnicima.



Zašto su izmene važne u eri AI modela?

Već dobro znamo da se korisničko putovanje menja pod uticajem AI odgovora. Umesto da korisnici direktno posećuju vaš sajt i traže informacije, sve češće dobijaju koncizne i proverene odgovore iz alata poput ChatGPT i Claude. Ovo menja i način na koji vaše informacije treba da budu predstavljene (a čest je problem na terenu da mnogi SEO stručnjaci zaostaju u razumevanju ove promene). Evo šta morate imati na umu:

- **Entiteti** i semantička povezanost postaju važniji od starih meta ključnih reči.
- **Arhitektura poverenja** i reputacioni signali direktno utiču na to šta će AI modeli prepoznati kao kredibilan izvor.
- **Eksterni izvori** i kontekst spominjanja vaše kompanije pomažu u afirmisanju vašeg brenda u AI "svetu".

Šta je entitet i kako ga predstaviti na "O nama" strani?

Entitet u SEO terminologiji predstavlja jedinstvenu stvar ili koncept – vašu kompaniju, proizvode, ljude i slično. Za AI modele, entitet definicija pomaže u razumijevanju "ko ste vi" i "šta radite". Dok je ranije bilo dovoljno popuniti meta tagove i ključne reči, sada moramo uvesti jasnoću i složenost kroz strukturirane podatke i semantički bogat sadržaj.

Kako predstaviti entitet vaše kompanije?

- **Koristite Organization schema strukturirane podatke:** Ova šema je standard koji pretraživači razumeju i koriste da povežu vaš brend sa informacijama poput adrese, broja telefona, društvenih mreža.

- **Detaljno opišite firmu:** Ko ste, šta radite i koje probleme rešavate. Uključite ključne termine i fraze koje se odnose na vašu industriju.
- **Povežite entitete:** Na primer, ako ste deo većeg holdinga ili radite na platformama poput FAI.ai, to jasno navedite (što je za AI modele signal da vaša firma ima ugled i povezanost sa renomiranim tehnologijama).

Implementacija Organization schema na “O nama” stranici

Većina kompanija iz industrije, poput Four Dots i Exposure Ninja, sara.raidर्सfanteamshop.com sprovodi ovu praksu kao standard. Vaša *o nama stranica* treba da sadrži u kodu **JSON-LD** ili **microdata** format koji definiše važne attribute vašeg biznisa.

Primer jednostavnog Organization schema u JSON-LD

```
"@context": "https://schema.org", "@type": "Organization", "name": "Vaša Kompanija", "url": "https://vasasajt.rs",
"logo": "https://vasasajt.rs/logo.png", "contactPoint": "@type": "ContactPoint", "telephone": "+381123456789",
"contactType": "Customer service", "sameAs": [ "https://www.facebook.com/vasakompanija",
"https://www.linkedin.com/company/vasakompanija" ]
```

Ovakav zapis daje AI modelima jasan koncept “ko je vaša firma” i na koje linkove se dajete da biste potvrdili reputaciju i prisustvo na mreži.

Arhitektura poverenja i reputacioni signali

Nije dovoljno samo ispravno kodirati stranicu. AI modeli, kao što su oni u ChatGPT i Claude, sada se oslanjaju i na reputacione signale iz eksternih izvora. Ovo znači da:



- **Kvalitetni backlinkovi** sa jasnim entitetskim vezama pomažu da vas AI prepozna kao verodostojan izvor.
- **Spominjanje brenda na autoritativnim platformama** poput Four Dots ili Exposure Ninja i sertifikacionim sajtovima doprinosi vašem kredibilitetu.
- **Prisutnost na različitim medijima i javnim registrovima** jača signale poverenja.

U praksi, priprema vaše “O nama” stranice treba da ide ruku pod ruku sa aktivnim PR radom i građenjem autoriteta na industrijskim društvenim mrežama i interakcijama.

Eksterni izvori i kontekst pominjanja

Platforme poput FAIL.ai aktivno promovišu praksu višestranog navođenja izvora kako bi AI modeli mogli da proveravaju i upoređuju informacije. Kada vaša kompanija bude spomenuta na kvalitetnim web lokacijama, blogovima, recenzijama i relevantnim industrijskim forumima, ove reference pojačavaju vašu vidljivost i kredibilitet.

Na primer, Exposure Ninja poznat je po odličnom content marketingu koji dodatno pojačava reputaciju klijenata, što bi trebalo da bude deo vaše strategije ako želite da AI vas prepozna kao relevantan entitet.

Praktični koraci za sređivanje vaše 'O nama' stranice

1. **Napišite jasan i detaljan opis vaše firme** – fokusirajte se na važne entitete, vrednosti i usluge.
2. **Dodajte Organization schema** u JSON-LD formatu u zaglavlje ili telo stranice (primena je tehnički jednostavna, ali ključno važna).
3. **Povežite entitete** – imena klijenata, projekata ili partnerskih firmi kao što su Four Dots i FAIL.ai treba da budu povezani jasnim imenskim oznakama ili linkovima.
4. **Unesite poverenje kroz reference:** istaknite nagrade, sertifikate i recenzije koje vam daju dodatni kredibilitet.
5. **Redovno pratite spominjanje vašeg brenda** u prostoru i započnite saradnje koje će eksterno jačati vašu reputaciju.

Zaključak

Srediti "About" stranicu da bi bila jasna AI modelima znači napraviti iskorak od tradicionalnih SEO tehnika i fokusirati se na entitete, semantiku i reputaciju. Korišćenjem **Organization schema**, bogatim opisima i povezivanjem sa eksternim autoritetima, osiguravate da alati poput ChatGPT i Claude (koji postaju središnja tačka u informisanju korisnika) prepoznaju vaš brend kao relevantan i kredibilan.

Four Dots i FAIL.ai već primenjuju ove najsavremenije prakse, a kompanije poput Exposure Ninja dodatno potvrđuju koliko je važan kvalitetan content i strategija oko pominjanja. Zapamtite, AI SEO nije trik preko noći sa plaćenim linkovima upitnog kvaliteta (što je moja omiljena "pet peeve"), već složen i dugoročan proces koji gradi poverenje i jasnoću za budućnost.