

U digitalnom dobu, kada se vidljivost sajta ne meri samo kroz Google pozicije već i kroz prisustvo na AI platformama kao što su **ChatGPT**, **Gemini**, **Perplexity** i **Claude**, razumevanje tehničke infrastrukture sajta postaje ključni deo svake SEO i digitalne strategije. Međutim, mnogi i dalje mešaju teme poput SEO optimizacije za *klasičnu pretragu* i optimizacije za *generativne AI sisteme*. Dodatno, jedinstvene potrebe za **semantičkim označavanjem** i **indeksiranjem sadržaja** nameću potpuno drugačiji pogled na tehnički temelj vašeg sajta.

U ovom tekstu ćemo detaljno proći kroz ključna pitanja koja treba postaviti kada analizirate tehničku infrastrukturu sajta *iza kulisa* i kako kompanije poput **The Burnward**, **Four Dots** i **Fail.ai** adresiraju ove izazove. Takođe ćemo objasniti važne razlike između *GEO* (Google Engine Optimization) i *AEO* (AI Engine Optimization), kao i zašto su ugovori o uslugama i definisanje jasnih metrika uspeha [generative engine optimization](#) od suštinskog značaja.

1. Zašto tehnička infrastruktura sajta nije samo SEO pitanje?

Većina ljudi povezuje optimizaciju sajta isključivo sa Google rangiranjem, ali danas je ovo daleko širi koncept. Sa pojavom AI asistenata i platformi za pretragu koje ne koriste isključivo klasični algoritam, već generative AI modele, vidljivost sajta se dobija i po pravilima koja nisu ista kao kod Google pretrage.

Fail.ai, inovator u AI SEO alatu, jasno ističe da *AI vidljivost nije isto što i Google pozicije*. Dok Google koristi crawle i indeksiranje bazirano na linkovima i tehničkoj optimizaciji, modeli poput ChatGPT-a analiziraju sadržaj kroz semantičke veze i kontekst, što postavlja drugačije zahteve za tehničku infrastrukturu.

Ključna pitanja za tehničku infrastrukturu u AI kontekstu:

- Da li sajt koristi **strukturalno i semantičko označavanje** sadržaja (Schema.org, JSON-LD, RDFa)?
- Kako su optimizovani svi relevantni elementi za **indeksiranje sadržaja** i ekstrakciju metapodataka?
- Da li su URL struktura i navigacija prilagođeni AI bazi pretraga?
- Koje AI platforme su ciljana publika i na kojoj tehničkoj bazi se vrši optimizacija?

2. Razlika između GEO i AEO – tehnički split koji morate razumeti

Mnogo toga što znamo o tradicionalnom SEO, tj. GEO (Google Engine Optimization), ne može se preneti direktno na AEO (AI Engine Optimization) bez značajnih tehničkih podešavanja. **Four Dots**, kompanija koja se specijalizovala za digitalne strategije, ističe da je ovo ključno — sajt mora biti tehnološki spreman za oba sveta ako želi da drži korak sa vremenom.



Karakteristika GEO (Google Engine Optimization) AEO (AI Engine Optimization) Primarni fokus Tehnička hijerarhija i backlink autoritet Semantička povezanost i izraz bogat kontekst Indeksiranje Protokoli kao što je Googlebot crawl Pretraživači koriste ulazne podatke modela i embeddinge Struktura sajta Jasan i dubok sitemap i HTML struktura Struktura obogaćena semantičkim markama i entitetima Vrednovanje backlinka Važnost kvantiteta i autoriteta linkova Viša važnost brend signala i korisničkog poverenja

Kao što vidite, ovo tehnički split postavlja dva skoro paralelna sveta optimizacije, što potkrepljuje i iskustvo iz prve ruke profesionalaca u **The Burnward** timu koji razvijaju infrastrukturu za AI vidljivost.

3. Ugovori i definisanje deliverables – pridržavajte se jasnih metrika!

Tokom godine rada sa klijentima, svuda nailazimo na nejasne ugovore u kojima se obećavaju “poboljšanja vidljivosti”, ali bez jasnih pokazatelja kako će se ta vidljivost mereno i dokumentovano. Ja lično uvek pitam: “OK, kako vi merite uspeh u ovom projektu?”

Fail.ai i **Four Dots** veoma energično preporučuju da svaki ugovor o optimizaciji ili AI vidljivosti definiše:

1. **Specifične deliverable** – šta tačno tim isporučuje (npr. implementacija schema markup, audit tehničke infrastrukture, set izveštaja o vidljivosti na AI platformama)
2. **Jasne KPI-je** – merenje kroz metrike kao što su pokrivenost indeksom, broj entiteta koje AI koristi, broj odgovora sa vašom referencom ili rangiranje u različitim AI systemima, ne samo Google pozicija
3. **Interval reportinga** – kako i kad ćete dobijati izveštaje i analize (nedeljno, mesečno)
4. **Postojeće baseline vrednosti** – merenje gde ste sada kao polazna tačka

Bez ovoga, projekt može brzo da se pretvori u “rad bez rezultata” koji mnogi reklamiraju, posebno u novim nišama AI SEO.

4. Zašto su brend signali i autoritet važniji od sirovih backlinkova?

Još jedan mit koji često susrećem u razgovorima sa klijentima: “Što više backlinkova, to bolje.” Ovo je bilo tačno pre deset godina u tradicionalnom SEO, ali danas se i **The Burnward** i **Four Dots** slažu – u vremenu AEO, brend signali i autoritet preko reputacije i korisničkog poverenja prevazilaze stari koncept “link buildinga”.

AI platforme analiziraju celokupni kontekst, a to uključuje i:

- **Pomen brenda** na relevantnim i pouzdanim izvorima

- **Interakcije korisnika** i kvalitet korisničkog iskustva
- **Social signals** i oštrinu reputacije kroz različite kanale
- **Doslednost i transparentnost** podataka unutar sajta i van njega

Zaključak je jasan: tehnička infrastruktura mora biti dizajnirana tako da omogućava AI sistemima da lako povezuju vaš brend sa autoritativnim signalima, a ne da se zasniva samo na sirovoj količini linkova.

5. Kako alatke podržavaju tehničku infrastrukturu i AI vidljivost?

Izaberite prave alate u kombinaciji klasičnih i AI sistema. Evo kako trije naši partneri iz industrije:



- **ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude:** koriste se za analize kako AI modeli "vide" i procenjuju sadržaj i strukturu vašeg sajta. FAIL.ai koristi sofisticirane modele da procene semantičko označavanje.
- **Google Search**
- **The Burnward i Four Dots:** nude upravo konsultantsku podršku u kreiranju tehničkih rešenja za RO - Responsive Optimization, gde se vremenom istreniraju AI vidljivost i tehnička infrastruktura zajedno.

Zaključak

Tehnička infrastruktura sajta "ispod haube" je danas kompleksniji okvir nego što je to bilo pre samo nekoliko godina. Razumevanje razlika između GEO i AEO, implementacija semantičkog označavanja, jasna definicija ugovornih deliverables i pravih metoda merenja uspeha su ključni koraci. Važnije je nego ikada da vaša digitalna strategija integriše multiplatformske zahteve i da sarađujete sa agenturama i partnerima koji razumeju ovu razliku.

Ukoliko planirate optimizaciju za AI budućnost, obratite pažnju na tehničku infrastrukturu i povežite se sa stručnjacima poput **The Burnward**, **Four Dots** i **FAIL.ai** koji znaju da izađu iz okvira prejednostavnih SEO mitova i donesu merljive rezultate.