Boråsbyrån KLOTA lanserar gratis analys av e-handlares synlighet i AI-tjänster

AI-Synlighetsanalysen testar 17 AI-robotar var för sig, mäter JavaScript och kontrollerar om butiken faktiskt nämns när någon frågar en AI.



BORÅS, SWEDEN, September 15, 2026 /EINPresswire.com/ -- Den svenska digitala marknadsföringsbyrån KLOTA AB släpper AI-Synlighetsanalysen, ett kostnadsfritt verktyg som mäter hur en webbutik uppfattas av AI-tjänster som ChatGPT, Perplexity, Claude och Google AI Overviews.

Analysen svarar på tre frågor i följd: kommer AI-tjänsterna tekniskt åt sajten, kan de tolka det de hittar, och nämns butiken faktiskt när någon ställer en köpfråga. Resultatet blir två separata betyg på skalan 0 till 100, ett för den enskilda sidan och ett för hela domänen, med varje delpoäng redovisad för sig.

"De flesta verktyg som mäter AI-synlighet låter en språkmodell titta på sajten och sätta ett betyg. Det betyget är en åsikt formaterad som en siffra, och kör du samma sajt två gånger får du två olika resultat", säger Anders "AndersIvar" Karlsson, grundare och VD på KLOTA.

"Vi byggde först ett liknande verktyg. När vi hade fått ett större antal som testat det konstaterade jag att två poängblock delade ut gratispoäng till varenda testad sajt, helt utan koppling till om den blev citerad. Då rev vi det och byggde om från grunden. Nu kommenterar modellen bara, och varje poäng räknas fram ur ett värde vi faktiskt har mätt."

"De tekniska mätvärdena ger samma resultat varje gång. Citeringstestet gör det inte, eftersom både frågorna och AI:ns svar varierar mellan körningar. Ett verktyg som inte talar om vilka delar av sitt eget betyg som är stabila är inte värt att lita på. Det står i rapporten."

Hämtar sidan som varje robot

Verktyget nöjer sig inte med att läsa robots.txt. Det hämtar sidan som varje enskild botsignatur och jämför serverns svar mot vad en vanlig webbläsare får.

De 17 robotarna redovisas i två grupper. Åtta hämtar innehåll i realtid när någon ställer en fråga: OAI-SearchBot, ChatGPT-User, PerplexityBot, Perplexity-User, Claude-SearchBot, Claude-User, Googlebot och Bingbot. Nio samlar material för träning av framtida modeller: GPTBot, ClaudeBot, Google-Extended, CCBot, Applebot-Extended, meta-externalagent, Amazonbot, Bytespider och cohere-ai. Den första gruppen avgör om butiken kan nämnas idag, den andra vad modellerna kommer att känna till om ett år.

Mäter vad som går att läsa och tolka

Sidanalysen kontrollerar hur många av sidans ord som finns i HTML-koden utan att JavaScript körs, eftersom en del AI-robotar inte kör JavaScript alls. Den granskar blockerande direktiv i meta robots och X-Robots-Tag, rubrikstruktur och hopp i rubriknivåer, förekomst av listor och tabeller, titelns längd, vilka schematyper som finns, om kontaktuppgifter går att utläsa och om det finns något datum som säger när innehållet senast uppdaterades.

Verktyget identifierar automatiskt bransch och sidtyp och viktar poängen därefter, så att en startsida inte bedöms efter samma mall som en kategorisida eller en produktsida. Rapporten redovisar även sitemapens storlek och ålder, språkattribut, LIX-värde och serverns svarstid.

Visar vilka konkurrenter som nämns istället

Citeringstestet ställer 3 köpnära frågor inom butikens bransch till en AI-tjänst med websökning påslagen, utan att nämna butikens namn. För varje fråga redovisas utfallet, ett ordagrant utdrag ur AI:ns svar och en lista över vilka konkurrenter som kom upp. Utdragen gör att varje bedömning går att kontrollera och att man faktiskt ser svaret som man fick från AI:n.

Rapporten avslutas med tre prioriterade åtgärder, där varje förslag kopplas till vilket poängblock det lyfter och från vilken nivå.

"Det vanligaste mönstret vi ser är butiker som släpper in alla robotar utan problem, men ändå inte nämns. Innehållet går att läsa, men det saknas signaler om vem avsändaren är, trovärdighet såsom kundrecensioner och andra externa signaler. Modellen vet inte vilket företag den tittar på, och då rekommenderar den någon annan istället", säger Anders Karlsson.

Verktyget är idag kostnadsfritt, öppet för alla och befinner sig i betaversion. Det finns på https://www.klota.se/analyser/ai-synlighet/

Om KLOTA

KLOTA AB är en digital marknadsföringsbyrå specialiserad på Google Ads och SEO för e-handel, med kontor på Katrinedalsgatan 13A i Borås. Byrån grundades 2017 av Anders "AndersIvar" Karlsson, som med 20 års erfarenhet av e-handel, sökmotoroptimering och Google Ads driver den som grundare och VD. KLOTA är Google Premier Partner 2024 och medlem i E-handelsstaden Borås, och arbetar med Google Ads, Google Shopping, CSS, sökmotoroptimering och konverteringsoptimering för svenska och nordiska webbutiker.

Mer information finns på https://www.klota.se/

Anders Karlsson
KLOTA AB
+46 31 27 77 40
info@klota.se
Visit us on social media:
LinkedIn
X

This press release can be viewed online at: https://www.einpresswire.com/article/942526255

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.
© 1995-2026 Newsmatics Inc. All Right Reserved.