

• ISTRAŽIVANJE AI VIDLJIVOSTI • 3. OKTOBAR 2026.

Sajber bezbjednost u AI odgovorima

Ko dospijeva u odgovore AI asistenata, u poređenju sa prihodom, marketinškim budžetom i vidljivošću u pretrazi. Tri nezavisna sloja podataka: finansijski izvještaji, pretraga i AI odgovori.

82.814 citiranja

68 proizvođača

6 AI asistenata

17 javnih kompanija

Globalno • septembar 2026

×23

raspon troškova prodaje i marketinga po jednom AI citiranju kod 17 javnih proizvođača

Sažetak

Za tržište sajber bezbjednosti postavili smo jedan pored drugog tri nezavisna sloja podataka: koliko kompanije zarađuju i troše (finansijski izvještaji), koliko su vidljive u pretrazi i koliko ih često citira šest AI asistenata. Pitanje je jednostavno: da li se leaderska pozicija na tržištu prenosi u AI odgovore?

Ne prenosi se, bar ne automatski. Najveći proizvođač po prihodu dobija svega trećinu udjela u citiranjima koji bi odgovarao njegovom prihodu, dok kompanija srednje veličine sakuplja trećinu svih citiranja javnih proizvođača. Marketinški budžeti pretvaraju se u citiranja sa 23 puta različitom efikasnošću. Citiranje najbolje ne predviđaju ni prihod ni budžet, već trag u pretrazi: za koliko ključnih riječi se kompanija rangira, koliko ih je među prva tri rezultata i koliko organskog saobraćaja to donosi.

×23

raspon marketinškog budžeta po jednom citiranju

0,89

korelacija citiranja sa brojem ključnih riječi u pretrazi (sa prihodom: 0,69)

62%

citiranja odlazi na prvih deset od 68 proizvođača

38%

citiranja u niši odlazi na četiri potrošačka antivirusna brenda

Ključni nalazi

1

Udio u odgovorima ne prati tržišni udio

Palo Alto Networks ostvaruje 24,0% prihoda 17 javnih proizvođača, ali samo 8,1% njihovih citiranja u AI odgovorima. Kod kompanije Cloudflare je obrnuto: 4,5% prihoda i 34,0% citiranja.

2

Marketinški budžet se pretvara u vidljivost uz 23 puta različitu efikasnost

Cloudflare po jednom citiranju troši 55.000 \$ godišnjeg budžeta za prodaju i marketing, a Zscaler 1,26 mil. \$. Medijana za 17 kompanija je 531.000 \$.

3

Presuđuje trag u pretrazi

Citiranje je najjače povezano sa tragom u pretrazi: ključnim riječima među prva tri rezultata (0,90), svim ključnim riječima za koje se sajt rangira (0,89) i organskim saobraćajem (0,88). Prihod, budžet i linkovi povrh toga ne daju značajan doprinos.

4

Male kompanije nadmašuju velike po učinku

Na hiljadu posjeta iz pretrage UpGuard dobija 25,9 citiranja, a Okta i HackerOne po 0,8. To je razlika od 32 puta; medijana je 5,5.

5

Većina proizvođača gotovo da se ne citira

Prvih deset sakuplja 62% citiranja, dok 32 od 68 proizvođača pojedinačno dobijaju manje od 0,5%. U ChatGPT-u samo na Cloudflare otpada 39,7% svih linkova u niši.

68

proizvođača u 6 segmenata, od toga 17 javnih

47,8 mlrd \$

prihod javnih proizvođača u posljednjoj finansijskoj godini

16,7 mlrd \$

njihovi troškovi prodaje i marketinga za godinu

24,5 mil.

posjeta iz pretrage mjesečno kod 68 proizvođača

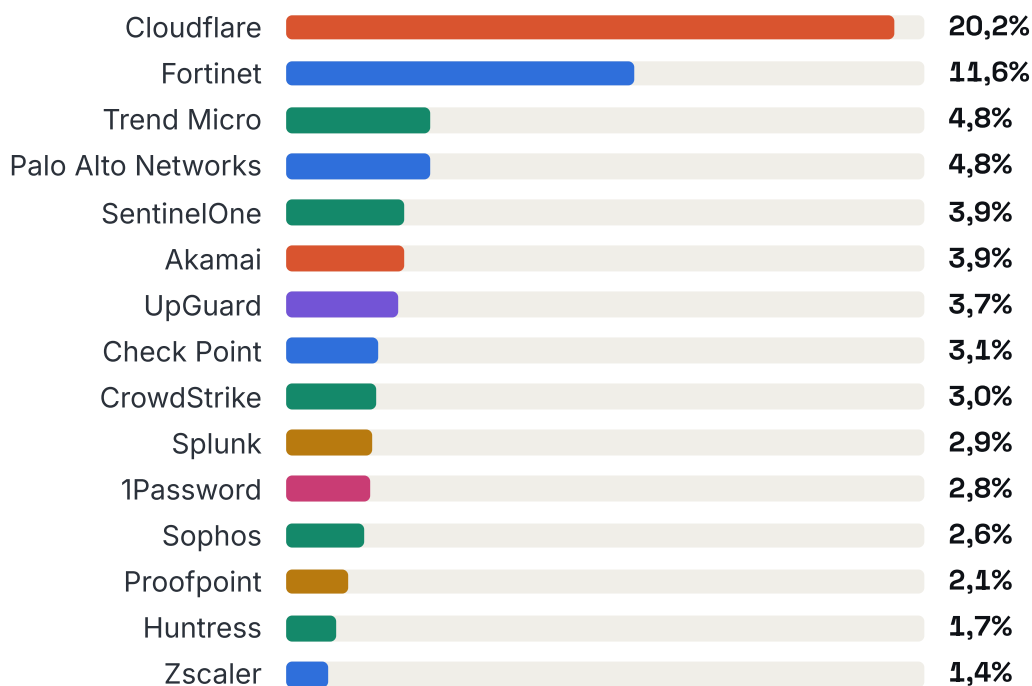
Kako su raspoređena citiranja

Citiranja su raspoređena vrlo neravnomjerno: Cloudflare uzima svaki peti link u niši, dok većina od 68 proizvođača ostaje ispod jednog procenta. Grafikon prikazuje 15 vodećih kompanija među 82.814 linkova prikupljenih iz šest asistenata.

Udio u citiranjima AI asistenata

ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot, Google AI pregledi, Google AI režim · septembar 2026

- Mreža i pristup
- Zaštita sajtova i aplikacija
- Krajnji uređaji i MDR
- Ranjivosti i cloud
- Podaci, e-pošta i monitoring
- Upravljanje pristupom



Izvor: Ahrefs

Udio prvih pet proizvođača u svakom asistentu

Cloudflare je prvi u svih šest asistenata



Izvor: Ahrefs

Koncentracija odgovora zavisi od asistenta. Najjača je u ChatGPT-u: prvih pet proizvođača uzima 64% linkova, od čega 39,7% otpada samo na Cloudflare. Ostala 63 proizvođača dijele preostalih 36%.

U Gemini-ju i Perplexity-ju raspodjela je ravnomjernija: prvih pet uzima 38,2%, odnosno 41,9%, krug izvora je širi, a proizvođači iz drugog ešalona češće dopijevaju u odgovore.

Više od trećine niše pripada potrošačkim brendovima

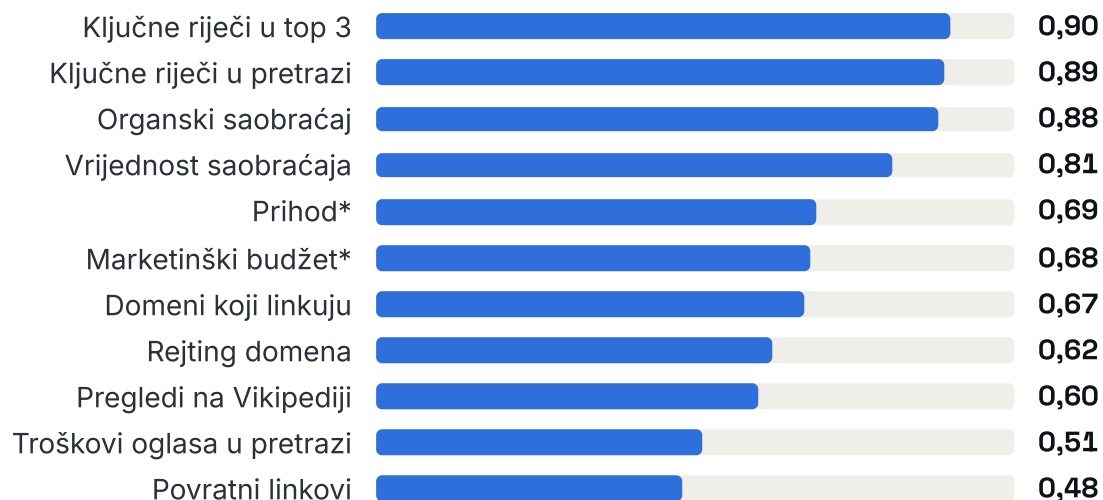
Četiri potrošačka antivirusna brenda (Kaspersky, Bitdefender, Malwarebytes i ESET) sakupila su 51.462 citiranja, odnosno 38% svih linkova u proširenom uzorku od 72 kompanije. To su proizvodi za individualne korisnike, ali ih u odgovorima dobijaju i firme koje postavljaju pitanja u istoj niši. Nisu dio osnovnog uzorka od 68 proizvođača.

Šta predviđa citiranje

Korelacija rangova između broja citiranja i svakog signala: 1 znači da se redoslijed proizvođača potpuno poklapa, 0 da veze nema. Zvezdicom su označene mjere dostupne samo za 17 javnih kompanija.

Veza svakog signala sa citiranjem u AI odgovorima

Spearmanov koeficijent, 68 proizvođača (označeno sa *: 17)



Izvori: Ahrefs, SEC EDGAR, Wikimedia

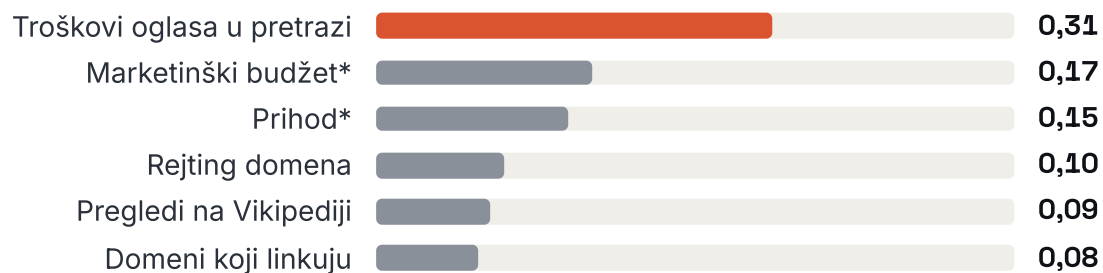
Šta doprinosi citiranju povrh traga u pretrazi

Velike kompanije su jake u svemu odjednom, pa visoka korelacija ne dokazuje da signal ima sopstveni efekat. Da bismo razdvojili efekte, uklonili smo dio citiranja koji objašnjava broj ključnih riječi, a ostatak provjerili u odnosu na ostale signale.

Veza svakog signala sa citiranjem povrh traga u pretrazi

Korelacija sa ostatkom (rezidualom); statistički značajni su samo troškovi oglasa u pretrazi (p manje od 0,01)

■ Statistički značajno ■ Nije značajno



Izvori: Ahrefs, SEC EDGAR, Wikimedia

Vidljivost u AI odgovorima određuje pretraga: linkovi, prepoznatljivost u referentnim izvorima i veličina budžeta utiču na nju samo kroz stranice koje se dobro rangiraju.

Jedini signal koji ostaje značajan povrh traga u pretrazi su troškovi oglasa u pretrazi. Čak i ta veza vjerovatno odražava ukupnu aktivnost kompanije: ko ulaže u plaćenu pretragu, obično je vidljiv i u organskoj.

Tržišni udio i udio u odgovorima se razilaze

Za 17 javnih proizvođača poredimo dva udjela: u ukupnom prihodu (47,8 mlrd \$ u posljednjoj finansijskoj godini) i u citiranjima u odgovorima AI asistenata. Posljednja kolona prikazuje razliku u procentnim poenima.

KOMPANIJA	PRIHOD, MLRD \$	PRODAJA I MARKETING, MLRD \$	POSJETE IZ PRETRA
Cloudflare	2,17	0,92	
Fortinet	6,80	2,35	
SentinelOne	1,00	0,53	
Radware	0,30	0,13	
Tenable	1,00	0,42	
Varonis	0,62	0,30	
Rapid7	0,86	0,32	
Netskope	0,71	0,39	
Check Point	2,73	0,95	
Qualys	0,67	0,14	
SailPoint	1,07	0,57	
Akamai	4,21	0,57	
Okta	2,92	1,02	
Zscaler	3,35	1,50	
CrowdStrike	4,81	1,83	
F5	3,09	0,86	
Palo Alto Networks	11,48	3,93	

Sortirano po razlici između udjela u odgovorima i udjela u prihodu; udjeli su izračunati unutar grupe od 17 kompanija, posjete su mjesečne. Izvori: SEC EDGAR (10-K, 20-F), posljednja puna finansijska godina; Ahrefs, sve zemlje, septembar 2026.

Četiri kompanije imaju veći udio u AI odgovorima nego u prihodu. Najveći jaz imaju Cloudflare (+29,5 p.p.), Fortinet (+5,2) i SentinelOne (+4,6). Najveći igrač, s druge strane, dobija manje nego što bi mu po prihodu pripadalo: Palo Alto

Networks ima 24,0% prihoda u uzorku i samo 8,1% citiranja.

Tržišni udio se ne prenosi automatski u AI odgovore: leaderska pozicija izgrađena na prodaji i partnerima pojavljuje se tamo samo ako je kompanija vidljiva u pretrazi.

Koliko budžeta odlazi na jedno citiranje

Godišnji troškovi prodaje i marketinga podijeljeni brojem citiranja u AI odgovorima. Mjera odražava efikasnost marketinga: što je niža, to kompanija dobija više linkova za isti budžet.

55.000 \$

Cloudflare, minimum

531.000 \$

medijana za 17 kompanija

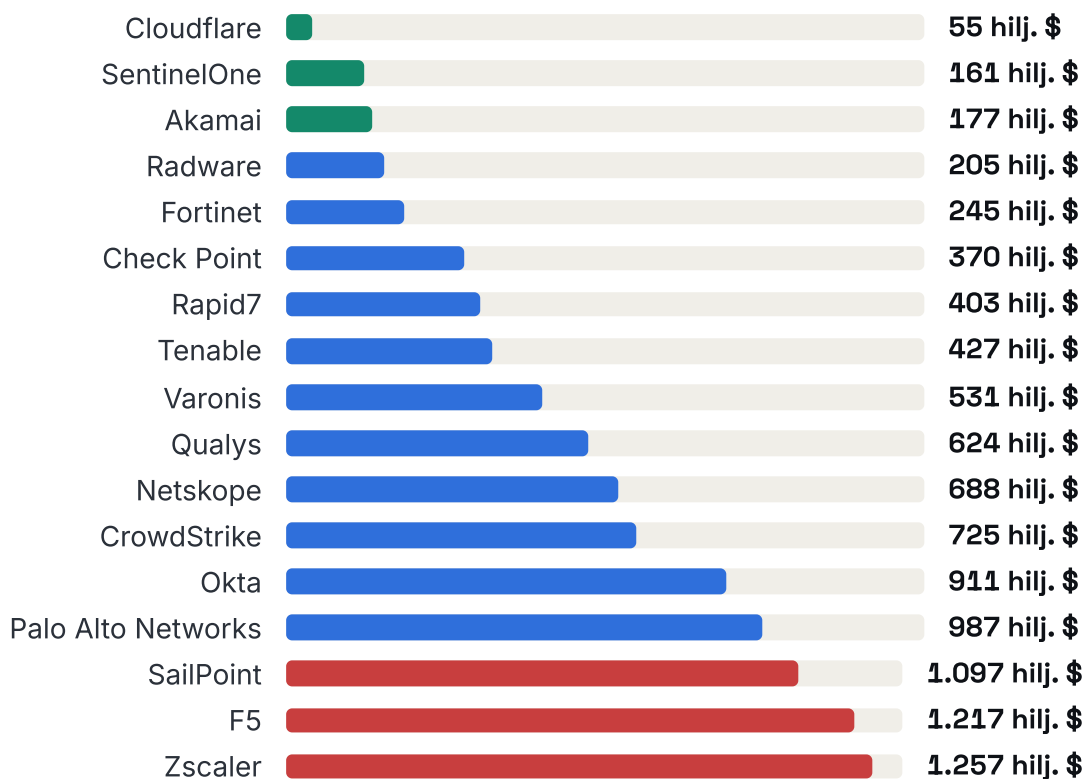
1,26 mil. \$

Zscaler, maksimum

Budžet za prodaju i marketing po jednom citiranju

U hiljadama američkih dolara · posljednja finansijska godina · 17 javnih proizvođača

■ Ispod 200 hilj. \$ ■ Od 200 hilj. \$ do 1 mil. \$ ■ Preko 1 mil. \$



Izvori: SEC EDGAR, Ahrefs

Najjeftinije citiranje imaju Cloudflare, SentinelOne i Akamai (ispod 200.000 \$), a najskuplje Zscaler, F5 i SailPoint, kod kojih jedno citiranje košta više od 1 mil. \$.

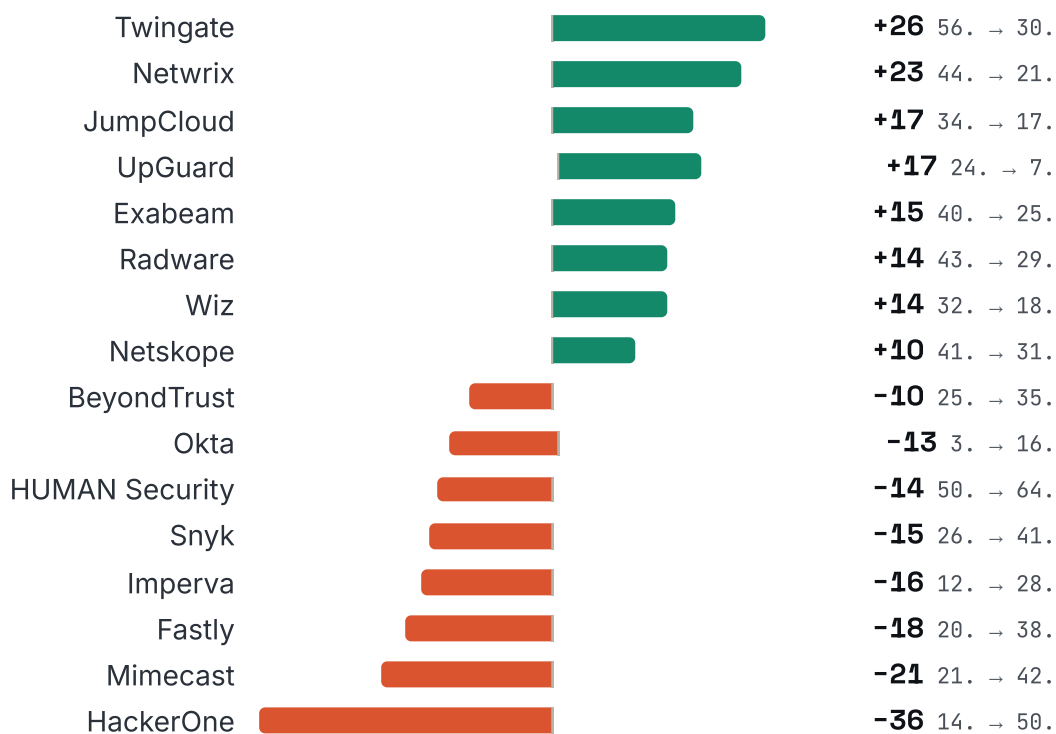
Poređenja radi: saobraćaj koji ovih 17 kompanija dobija iz organske pretrage koštao bi 251 mil. \$ godišnje u plaćenom oglašavanju, odnosno svega 1,5% njihovog budžeta za prodaju i marketing (16,7 mlrd \$). Ipak, upravo taj kanal utiče na vidljivost u AI odgovorima više od bilo kog drugog.

Mjesto u odgovorima naspram mjesta u pretrazi

Svaki proizvođač ima dva mjesta: po saobraćaju iz pretrage i po broju citiranja u AI odgovorima. Grafikon prikazuje razliku za najveće raskorake među 68 kompanija; pozitivna vrijednost znači da je proizvođač bolje plasiran u odgovorima nego u pretrazi.

Razlika u plasmanu: pretraga naspram AI odgovora

Osam najvećih raskoraka u svakom smjeru · napomena: mjesto u pretrazi → mjesto u odgovorima

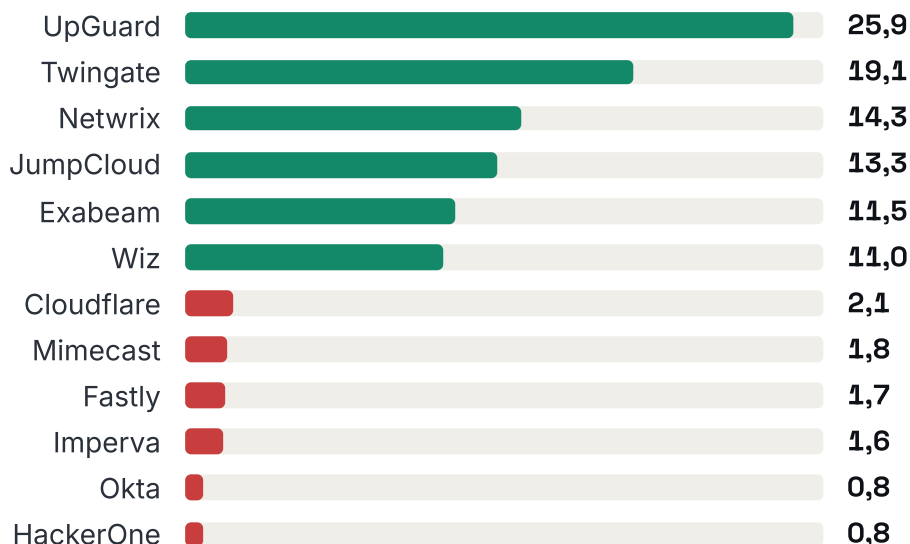


Izvor: Ahrefs

Citiranja na 1.000 posjeta iz pretrage

Šest najboljih i šest najslabijih od 65 proizvođača sa najmanje 10.000 posjeta mjesečno · medijana 5,5

■ Iznad medijane ■ Ispod medijane



Izvor: Ahrefs

Manje kompanije izbijaju naprijed. Twingate se penje sa 56. mjesta u pretrazi na 30. u odgovorima, a Netwrix sa 44. na 21.

HackerOne pokazuje suprotnu sliku: 14. je po saobraćaju, a tek 50. po citiranjima, dok je Okta treća po saobraćaju, a tek 16. u odgovorima. Saobraćaj na stranice koje AI ne citira ne donosi ništa u odgovorima.

Udio u odgovorima mijenja se brže od tržišta

Udio glasa mjeri koliko se često brend pominje među odgovorima koji navode bar jedan od praćenih brendova, ponderisano učestalošću pitanja. Zbir udjela prelazi 100%, jer jedan odgovor može navesti više brendova. Pratili smo ga iz mjeseca u mjesec za pitanja koja sadrže bezbjednosne termine (security, firewall, ransomware, zero trust i druge) u ChatGPT-u, Google AI pregledima i Google AI režimu.

BREND	SEPTEMBAR 2025	SEPTEMBAR 2026	PROMJENA, P.P.
Palo Alto Networks	25,8%	34,1%	+8,3
Fortinet	40,1%	33,4%	-6,7
SentinelOne	27,1%	12,6%	-14,5

Mjesečni prosjek. CrowdStrike je period završio sa 32,2%. Izvor: Ahrefs Brand Radar, Ahrefs baza upita.

Najveći pad tokom godine imao je SentinelOne, sa 27,1% na 12,6%. U istom periodu Palo Alto Networks je porastao sa 25,8% na 34,1%, dok je Fortinet pao sa 40,1% na 33,4%.

Skok u februaru poklopio se sa naglim povećanjem broja upita u Ahrefs bazi: Palo Alto Networks je nakratko porastao na 80%, a Check Point na 77%. To je najvjerovatnije posljedica prestrukturiranja baze, a ne promjene na tržištu, pa su poređenja pouzdanija na fiksnom skupu pitanja nego na apsolutnim brojevima iz baze.

Cloudflare se ne pominje zbog bezbjednosti

Od 2.670 pominjanja kompanije Cloudflare u Ahrefs bazi, samo 148 se odnosi na bezbjednost. Među svim upitima njen udio glasa je 52,9%, a među onima koji se tiču bezbjednosti svega 13,3%.

Šta ovo znači za rukovodstvo

MJERENJE

Udio u odgovorima nije vezan za tržišni udio

Razlika između njih dostiže +29,5 p.p. kod jednih kompanija i -15,9 p.p. kod drugih, a uobičajeni izvještaji (prihod, saobraćaj, pozicije) je ne pokazuju.

POLUGA

Glavna poluga je trag u pretrazi

Pozicije u top 3, broj ključnih riječi i organski saobraćaj najdosljednije predviđaju citiranje. Linkovi, prepoznatljivost i budžet povrh njih ne doprinose ništa značajno.

UČINAK

Učinak saobraćaja važniji je od njegovog obima

Lideri dobijaju 32 puta više citiranja na hiljadu posjeta od kompanija sa dna liste. Rast saobraćaja na stranice koje AI ne citira ne donosi ništa u odgovorima.

Ako želite da vidite gdje se vaša kompanija nalazi po ovim mjerama, ista tri sloja (izvještaji ili budžet, pretraga, AI odgovori) mogu se izmjeriti za bilo koju kategoriju. Upravo tim korakom počinje naš [Program strategije za AI pretragu](#).

Metod i ograničenja

Uzorak. 72 proizvođača u šest segmenata: organski konkurenti tri referentna domena u američkoj pretrazi i sve javne kompanije kojima je bezbjednost osnovna djelatnost. Osnovni presjek čini 68 proizvođača, bez četiri potrošačka antivirusna brenda (Kaspersky, ESET, Bitdefender, Malwarebytes). Microsoft, Cisco, IBM i Google nisu uključeni: bezbjednost je samo dio njihovog poslovanja, a metrike njihovih domena nisu uporedive sa ostalima.

Novac. SEC EDGAR, XBRL podaci: prihod od ugovora sa kupcima i troškovi prodaje i marketinga za posljednju punu finansijsku godinu. Finansijske godine zatvorene su između septembra 2025. i jula 2026. Ukupno 17 kompanija.

Pretraga. Ahrefs, sve zemlje, septembar 2026: organski saobraćaj, ključne riječi, domeni koji linkuju, rejting domena i vrijednost saobraćaja po cijenama plaćene pretrage.

AI odgovori. Ahrefs: broj linkova ka svakom domenu u odgovorima ChatGPT-a, Perplexity-ja, Gemini-ja, Copilot-a, Google AI pregleda i Google AI režima, na cijeloj Ahrefs bazi upita. Google AI pregledi prikupljeni preko baze ključnih riječi su isključeni: čine 81% pokazatelja „sve platforme“ u alatu Ahrefs, ali su izvedeni iz rezultata pretrage i vještački bi pojačali vezu sa pretragom.

Trend. Udio glasa iz Ahrefs baze upita, pitanja koja sadrže bezbjednosne termine, mjesečni prosjek.

Wikipedija. Pregledi članka na engleskoj Wikipediji od septembra 2025. do avgusta 2026. Povezivanje kompanija sa člancima provjereno je ručno. Rapid7 je isključen jer njegov naziv preusmjerava na članak Metasploit; Sucuri nema članak.

Statistika. Spearmanova korelacija rangova. „Povrh traga u pretrazi“ označava korelaciju sa ostatkom linearne regresije rangova citiranja na rangove broja ključnih riječi.

Ograničenja. Citiranje je link, a ne pominjanje po imenu. Ahrefs baza upita nije ograničena na kupovna pitanja. Finansijske godine kompanija se ne poklapaju. Budžet po citiranju je odnos, a ne cijena. Izbor proizvođača preko pretrage pomjera uzorak ka kompanijama koje su vidljive u pretrazi.