Delante

RAPORT BRANŻOWY · 2026

Agentic Commerce w RTV/AGD

Czy sklepy są gotowe na zakupy przez AI?

AI READY?

33/100

średni Agentic Commerce Score
15 przebadanych sklepów
RTV/AGD i elektroniki



15 PRZEBADANYCH SKLEPÓW

morele · MediaMarkt · kakto.pl rtv|agd · AGD SMART · komputronik · ELESKLEP.PL · max ELEKTRO AGD / RTV / MULTIMEDIA · RTV EURO AGD

sferis.pl · ole ole! · MyAGD · mediaexpert · ELECTRO.pl · NEONET · X-KOM

Najważniejsze informacje

- Agentic Commerce to nowy model e-commerce, w którym decyzje zakupowe i transakcje są realizowane przez autonomicznych agentów AI działających w imieniu użytkownika.
- Tradycyjne SEO i widoczność w wynikach Google przestają wystarczać, kluczowa staje się czytelność danych i oferty dla modeli językowych (AISO).
- Analiza 15 polskich sklepów z elektroniką oraz RTV/AGD wykazała ogromne różnice w ich architekturze danych i gotowości na agentów AI.
- Oceny zostały dokonane przy użyciu dedykowanego narzędzia badawczego Agentic Ready Checker.

Czekają nas największe zmiany w handlu internetowym od czasu pojawienia się wyszukiwarki Google.

Przez ostatnie dekady ścieżka zakupowa w e-commerce była niezmienna: człowiek wpisywał frazę, przeglądał wyniki wyszukiwania, wchodził na kartę produktu i przechodził przez klasyczny proces checkoutu. Dzisiaj ten model ulega transformacji.

Rozwój sztucznej inteligencji może istotnie zmienić sposób, w jaki konsumenci wyszukują, porównują i kupują produkty w internecie. Przez lata ścieżka zakupowa w e-commerce opierała się przede wszystkim na samodzielnym wyszukiwaniu ofert, odwiedzaniu sklepów i przechodzeniu przez proces zakupowy. Dziś coraz większą rolę zaczynają odgrywać asystenci AI, którzy mogą wspierać użytkowników na różnych etapach podejmowania decyzji.

W tym raporcie przeanalizowaliśmy polski sektor elektroniki oraz RTV/AGD pod kątem technicznym, strukturalnym i contentowym. Zbadaliśmy, czy największe sieci handlowe oraz mniejsi gracze są przygotowani na rozwój zakupów wspieranych przez agentów AI. Wyjaśniamy, czym jest Agentic Commerce, na czym polegało badanie i co jego wyniki oznaczają dla strategii e-commerce.

W badaniu 15 sklepów średnia ocena wyniosła 32,7/100, a najwyższy wynik osiągnął Morele.net (67/100).

15 PRZEBADANYCH SKLEPÓW

Delante

Czym jest Agentic Commerce i dlaczego zmienia zasady gry w e-commerce?

Agentic Commerce to model handlu internetowego, w którym autonomiczne lub częściowo autonomiczne narzędzia oparte o AI aktywnie uczestniczą w procesie wyboru i zakupu produktów. Agent AI nie ogranicza się wyłącznie do podpowiedzi lub wyświetlenia listy linków. Rozumie złożoną intencję użytkownika, analizuje parametry techniczne w wielu sklepach jednocześnie, weryfikuje dostępność, warunki dostawy oraz opinie, a następnie rekomenduje konkretne rozwiązanie lub samodzielnie przechodzi do zakupu.

Należy wyraźnie odróżnić od siebie dwa pojęcia:

Agent Shopping

To doświadczenie z perspektywy konsumenta, czyli sam proces korzystania z asystenta AI przy szukaniu produktu.

Agentic Commerce

To cała infrastruktura technologiczna, architektura danych, pliki produktowe, API oraz struktura treści, które umożliwiają agentom AI pełne zrozumienie oferty sklepu.

Przesunięcie od klasycznego wyszukiwania do ekosystemów decyzyjnych AI sprawia, że rywalizacja o klienta przenosi się na zupełnie nowy poziom. Sklep nie walczy już wyłącznie o wysokie pozycje w Google na wybrane słowa kluczowe.

▶ **WNIOSEK**

Istotna staje się obecność w syntezach generowanych przez LLM-y jak ChatGPT, Gemini, Claude czy Perplexity oraz łatwość, z jaką te systemy potrafią odczytać dane o produktach.



„Agentic Commerce to kolejny etap rozwoju Search, który może istotnie zmienić sposób docierania konsumentów do produktów. Już dziś AI pomaga użytkownikom porównywać oferty i podejmować decyzje zakupowe. Dla e-commerce oznacza to konieczność spojrzenia na swoją widoczność szerzej niż tylko przez pozycje w Google. Coraz większe znaczenie będzie miało to, czy systemy AI potrafią znaleźć, zrozumieć i wykorzystać informacje o produktach”.

— **Mateusz Calik** CEO Delante

Delante

Dlaczego audytujemy branżę RTV, AGD i elektroniki?

Decyzje zakupowe w kategorii dóbr technologicznych charakteryzują się znacznym zaangażowaniem poznawczym konsumenta, wymagają wielokryterialnej analizy parametrów technicznych, weryfikacji kompatybilności sprzętowej oraz oceny relacji ceny do funkcjonalności. Specyfika ta tworzy naturalne środowisko dla implementacji agentów AI, dla których automatyczna analiza ustrukturyzowanych specyfikacji stanowi optymalny obszar zastosowania.

Znaczenie tego kierunku potwierdzają również dane dotyczące zachowań konsumentów. Według raportu „E-commerce w Polsce 2026" 65% badanych korzysta z narzędzi AI, ale 71% nie chce powierzać im samodzielnego podejmowania decyzji zakupowych. Dla sklepów oznacza to konieczność przygotowania się zarówno na AI wspierającą porównywanie ofert, jak i na bardziej zaawansowane rozwiązania zakupowe.

65%

badanych korzysta z narzędzi AI

71%

nie chce powierzać im samodzielnego podejmowania decyzji zakupowych

(Źródło: Gemius, PBI, IAB Polska i partnerzy, „E-commerce w Polsce 2026", wrzesień 2026).

Do analizy wytypowaliśmy dwie grupy podmiotów:

Liderzy rynku

Największe sieci handlowe i znane platformy (m.in. RTV Euro AGD, Media Expert, MediaMarkt, x-kom, Morele, Komputronik, Neonet).

Mniejsze podmioty

Sklepy o mniejszej skali, ale często wysoce wyspecjalizowane lub dynamicznie rosnące w wyszukiwarkach.

Zestawienie podmiotów o różnej skali działania pozwala sprawdzić, czy duży budżet technologiczny gwarantuje pełną gotowość na rewolucję AI, czy może mniejsze, bardziej elastyczne sklepy potrafią szybciej dostosować swoją strukturę danych pod algorytmy modeli językowych.

Delante

Metodologia badania. Jak mierzymy gotowość sklepów w AG Checker?

Aby ocenić realną gotowość sklepów na agentów AI, opracowaliśmy własną metodologię audytu opartą na czterech obszarach kluczowych z perspektywy agenta zakupowego:

01 **odkrywanie strony i pliki dostępowe**

02 **dane strukturalne (schema)**

03 **interfejsy maszynowe (API)**

04 **jakość i czytelność treści**

Każdy sklep otrzymuje wynik w skali 0–100, będący średnią ważoną wyników cząstkowych w tych kategoriach.

Badanie zostało przeprowadzone przy użyciu Agentic Ready Checkera – autorskiego narzędzia zbudowanego od podstaw przez dział Techniczny Delante. Aplikacja automatycznie skanuje wskazaną domenę i sprawdza m.in. obecność i poprawność plików llms.txt oraz agents.md, dostępność dla botów AI (GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot), strukturę sitemap i ścieżek /api lub /agent, znaczniki JSON-LD (Product, Organization, FAQPage), dokumentację OpenAPI/Swagger, pliki .well-known dla agentów i MCP, kanały RSS/Atom, semantykę HTML oraz to, czy kluczowa treść jest renderowana po stronie serwera.



Delante

Dlaczego zdecydowaliśmy się na stworzenie autorskiego narzędzia?

Bo odzwierciedla realny proces, w jakim agent AI odkrywa, interpretuje i wykorzystuje dane sklepu – od kontaktu z plikami dostępowymi, przez zrozumienie oferty dzięki danym strukturalnym, po techniczną możliwość sprawdzenia dostępności czy dokonania zakupu przez API. Sprawdzane elementy nie są przypadkowe: każdy odpowiada konkretnej barierze, na jaką może natrafić agent próbujący samodzielnie zrealizować zakup, dzięki czemu wynik checkera jest praktyczną miarą gotowości na Agentic Commerce



„Tworząc Agentic Ready Checker, chcieliśmy sprawdzić, jak wyglądają techniczne fundamenty sklepów z perspektywy systemów AI. Zależało nam na analizie konkretnych elementów: od dostępności strony i danych strukturalnych po interfejsy maszynowe. Ważne jest jednak rozróżnienie między brakiem danego rozwiązania a sytuacją, w której automatyczny skan nie pozwala go zweryfikować. Dlatego wyniki checkera powinny być punktem wyjścia do dalszej analizy, a nie ostateczną oceną wszystkich możliwości sklepu”.

Robert Smalarz Tech Lead Delante

Delante

Jakie dokładnie elementy są sprawdzane?

Obecność pliku agents.md
Plik w formacie markdown dla agentów zakupowych dotyczący tego, jak przeglądać, wyceniać i sfinalizować zakup.

Dostępność dla crawlerów w pliku robots.txt
Weryfikacja, czy plik robots.txt nie blokuje botom AI dostępów do strony.

Weryfikacja sitemap i ścieżki API
Analiza map strony i obecności ścieżki API, OpenAPI lub innych elementów ułatwiających odkrywanie strony przez agentów AI.

Weryfikacja danych strukturalnych
Obecność oraz kompletność najważniejszych znaczników Schema.

ContactPoint
Weryfikacja uzupełniania danych kontaktowych pozwalających na eskalację przez agentów do kontaktu sprzedażowego lub supportu.

Obecność kanonicznej strony faktów o firmie
Weryfikacja strony „O Nas" wykorzystywanej przez modele AI jako główne źródło informacji o firmie.

Dostępność publicznej dokumentacji API
Pozwalającej agentom wywoływać i zrozumieć API sklepu.

Weryfikacja obecności kanałów RSS/ATOM
Kanały w obrębie strony zawierających informację o zmianach w obrębie produktów, czy bloga bez konieczności skanowania całej witryny.

Weryfikacja semantycznego HTML
Prawidłowa struktura nagłówków, gęstość tekstu, opisy alternatywne grafik.

Renderowanie HTML
Weryfikacja, czy treść jest dostępna w surowym HTML, a nie jedynie renderowana przez JavaScript (treść w JS jest niewidoczna dla agentów).

Zwracanie formatu Markdown przez serwer
Weryfikacja możliwości zwracania formatu Markdown przez serwer. Tańszy i czytelniejszy sposób przetwarzania treści dla agentów.

Obecność pliku security.txt
Budującego wiarygodność witryny wchodzącej w interakcję z agentami.

Sygnały świeżości
Informacja o ostatnich aktualizacjach treści.

Smoke test
Weryfikacja, czy model jest w stanie odpowiedzieć na pytania o cenę i dostępność produktu.

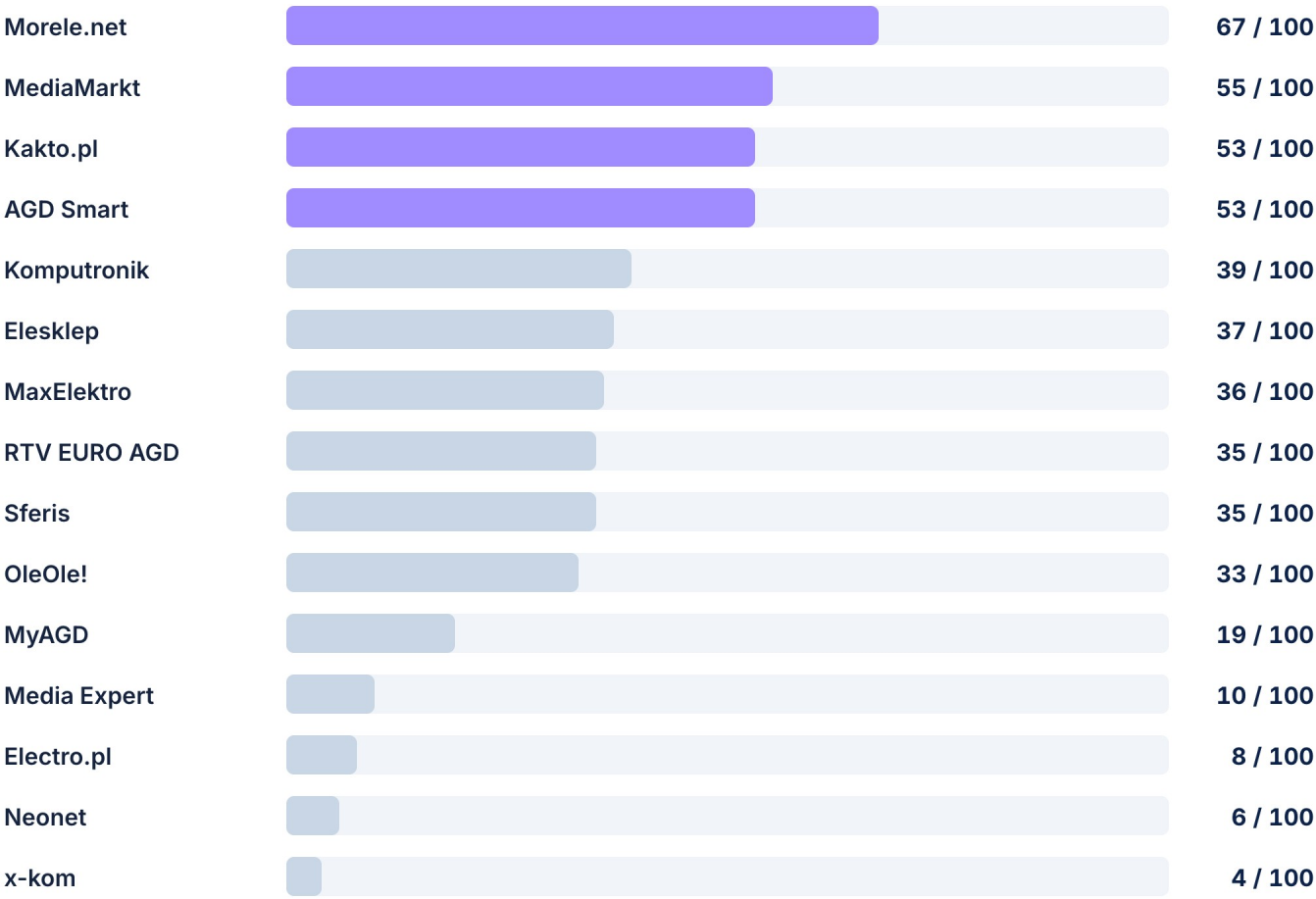
Obecność pliku llms.txt
Plik tekstowy umieszczony na domenie informujący systemy AI o marce, ofercie, wskazówkach cenowych i najważniejszych adresach URL.

Prawidłowe linki w llms.txt
Linki zwracające kod odpowiedzi 200.

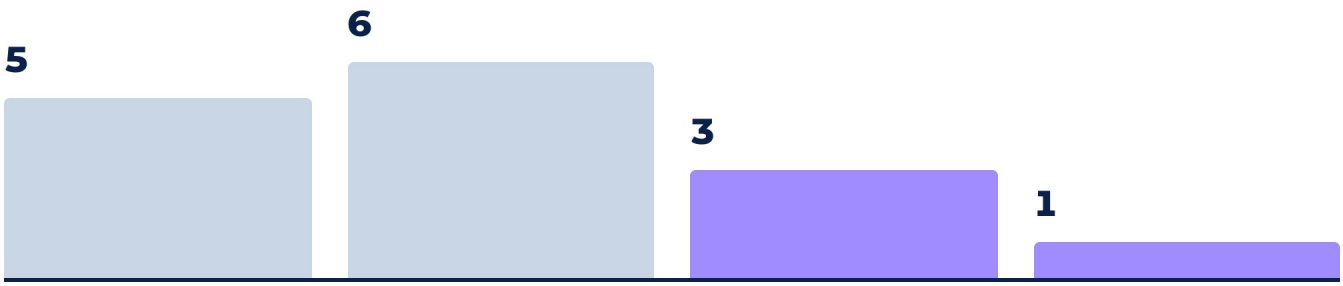
Delante

Agentic Commerce Score. Ranking 15 sklepów

TOP 3 wyników Pozostałe Skala 0–100



Rozkład wyników: liczba sklepów w przedziałach



0–19 pkt
x-kom, Neonet, Electro.pl, Media Expert, MyAGD

20–39 pkt
OleOle!, RTV EURO AGD, Sferis, MaxElektro, Elesklep, Komputronik

40–59 pkt
Kakto.pl, AGD Smart, MediaMarkt

60–100 pkt
Morele.net

Źródło: Agentic Ready Checker, Delante

Delante

Wyniki sklepów: braki i mocne strony

MARKA / STRONA	SCORE	NAJWIĘKSZE BRAKI	NAJWIĘKSZE PLUSY	CMS
Morele.net morele.net	**67** / 100	– Brak ścieżki agent/API	→ Jedyna publiczna specyfikacja OpenAPI/Swagger + karta agenta MCP (API: 100/100) → Zdrowy, opublikowany llms.txt (13/13 poprawnych linków)	Dedykowany z wykorzystaniem technologii React
MediaMarkt mediamarkt.pl	**55** / 100	– Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Pełna schema Organization + pełny ContactPoint (e-mail, telefon)	Dedykowany z technologiami: Vue.js, extJS, Elm
Kakto.pl kakto.pl	**53** / 100	– Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Opublikowany, zdrowy llms.txt (13/13 linków OK) → Częściowy ContactPoint, e-mail i telefon w schemacie	Dedykowany z wykorzystaniem technologii Backbone.js
AGD Smart agdsmart.pl	**53** / 100	– Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Rozszerzony llms-full.txt + zdrowe linki (12/12 OK) → Kompletny smoke test zakupowy (cena, odbiorca, CTA)	Dedykowany z wykorzystaniem technologii Vue.js
Komputronik komputronik.pl	**39** / 100	– Brak llms.txt – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Najlepsza schema w zestawieniu (100/100) z pełnym ContactPoint → Treść w pełni renderowana server-side (SSR)	Dedykowany z wykorzystaniem technologii Vue.js
Elesklep elesklep.pl	**37** / 100	– Brak llms.txt – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Aktywny kanał RSS/Atom → Znaleziona kanoniczna strona faktów (/company/about)	WordPress
MaxElektro maxelektro.pl	**36** / 100	– Brak llms.txt – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Semantyczny HTML i treść czytelna dla agentów → Dostęp crawlerów AI (robots.txt)	Dedykowany z wykorzystaniem technologii Glide.js
RTV EURO AGD euro.com.pl	**35** / 100	– Brak Contact Point – Brak llms.txt	→ Treść w pełni renderowana server-side (SSR) → Czytelna struktura semantyczna HTML (H1, meta description)	Dedykowany z technologiami: Vue.js, extJS, Elm

Źródło: Agentic Ready Checker, Delante

Delante

Wyniki sklepów: braki i mocne strony (cd.)

MARKA / STRONA	SCORE	NAJWIĘKSZE BRAKI	NAJWIĘKSZE PLUSY	CMS
Sferis sferis.pl	**35** / 100	– Brak llms.txt – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Semantyczny HTML i treść czytelna dla agentów	Dedykowany
OleOle! oleole.pl	**33** / 100	– Brak llms.txt – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Semantyczny HTML i treść czytelna dla agentów → Treść w pełni renderowana server-side (SSR)	Angular
MyAGD myagd.pl	**19** / 100	– Brak llms.txt – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger – Brak ContactPoint	→ Dostęp crawlerów AI (robots.txt)	Dedykowany z wykorzystaniem technologii Swiper
Media Expert mediaexpert.pl	**10** / 100	– Brak llms.txt – Brak ContactPoint w Schema – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger	→ Schema Organization + ContactPoint (e-mail, telefon) → Opublikowany security.txt (100/100 w kategorii Zaufanie)	Dedykowany z wykorzystaniem technologii Swiper
Electro.pl electro.pl	**8** / 100	– Brak llms.txt – Brak ContactPoint – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger – HTML strony głównej niedostępny do skanu SSR	→ Opublikowany security.txt (100/100 w kategorii Zaufanie)	Dedykowany z technologiami: Vue.js
Neonet neonet.pl	**6** / 100	– Brak llms.txt – Brak ContactPoint – Brak publicznej dokumentacji OpenAPI/Swagger – HTML strony głównej niedostępny do skanu SSR	→ Otwarty robots.txt bez blokady botów AI	Dedykowany z wykorzystaniem technologii React
x-kom x-kom.pl	**4** / 100	– HTML strony głównej niedostępny do skanu SSR – Brak ContactPoint – Brak llms.txt	→ Serwer może zwracać Markdown dla tańszego parsowania przez agentów	Dedykowany z wykorzystaniem technologii React

Źródło: Agentic Ready Checker, Delante

Delante

Najlepiej przygotowane sklepy

01 — **Morele.net** — **67/100**

Jedyna publiczna specyfikacja OpenAPI/Swagger + karta agenta MCP (API: 100/100). Zdrowy, opublikowany llms.txt (13/13 poprawnych linków).

02 — **MediaMarkt** — **55/100**

Pełna schema Organization + pełny ContactPoint (e-mail, telefon).

03 — **Kakto.pl i AGD Smart** — **53/100**

Liderzy wśród mniejszych sklepów. Zdrowe pliki llms.txt (13/13 i 12/12 linków OK), AGD Smart jako jedyny z rozszerzonym llms-full.txt.

Średni wynik 15 badanych serwisów wyniósł około 33/100, a rozpiętość punktacji była znaczna: od Morele.net (67/100) po x-kom (4/100).

Źródło: Agentic Ready Checker, Delante

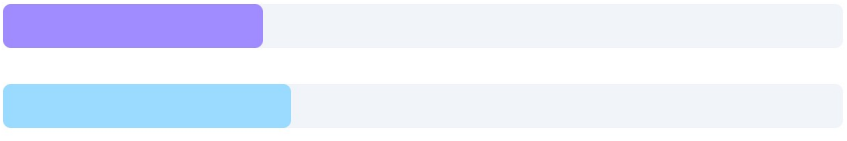
Delante

Czy największe sklepy uzyskały najlepsze wyniki?

W badanej grupie siedem dużych sieci osiągnęło średnio 30,9/100, podczas gdy osiem pozostałych sklepów uzyskało 34,3/100. Różnica była niewielka, ale pokazuje, że wielkość i rozpoznawalność marki nie gwarantowały wyższej punktacji w Agentic Commerce Score.

Średni Agentic Commerce Score w grupach

Skala 0–100



Duże sieci: RTV EURO AGD, Media Expert, MediaMarkt, x-kom, Morele.net, Komputronik, Neonet.

Na szczególną uwagę zasługują Kakto.pl i AGD Smart, które zdobyły po 53 punkty, wyprzedzając część znacznie bardziej rozpoznawalnych sieci.



„Jednym z najbardziej interesujących wyników naszego badania jest to, że Kakto.pl i AGD Smart uzyskały po 53 punkty, wyprzedzając część znacznie bardziej rozpoznawalnych sieci RTV/AGD. To pokazuje, że wielkość biznesu nie gwarantuje lepszego wyniku technicznego. Sklepy powinny regularnie analizować dostępność swoich danych, ich strukturę i możliwości integracyjne, niezależnie od tego, jak silną pozycję mają na rynku".

— **Michał Grzyb** SEO & AISO Specialist Delante

▶ WNIOSEK

Wyniki te sugerują, że gotowość techniczną na Agentic Commerce warto analizować niezależnie od skali działalności sklepu.

Źródło: Agentic Ready Checker, Delante

Podsumowanie wyników

Morele.net

67 / 100



Zdecydowany lider całego zestawienia – jedyny sklep, który realnie zbudował fundamenty pod Agentic Commerce. Kluczowym wyróżnikiem jest kategoria API: Morele jako jedyny w badaniu udostępnia publiczną, maszynowo czytelną specyfikację OpenAPI/Swagger oraz kartę agenta w /.well-known/ (manifest wtyczki ChatGPT), zdobywając komplet 100/100. Do tego dochodzi opublikowany i w pełni zdrowy plik llms.txt (13/13 poprawnych linków) oraz bogata schema Organization (96/100) z widocznym numerem telefonu.

MediaMarkt

55 / 100

Sieć uzyskała dobry wynik dzięki solidnej schemie Organization uzupełnionej o pełny ContactPoint (widoczny e-mail i numer telefonu), co dało 88/100 w kategorii Schema. Opublikowała też zdrowy plik llms.txt (wszystkie 13 sprawdzonych linków OK) oraz security.txt, zdobywając komplet punktów w kategorii Zaufanie. Braki dotyczą typowych dla całej branży obszarów: zero punktów w kategorii API (brak specyfikacji OpenAPI/Swagger i karty agenta w /.well-known/), a treść HTML renderowana jest w sposób mieszany – część kluczowych faktów może wciąż wymagać wykonania JavaScriptu przez agenta.

Kakto.pl

53 / 100



Jeden z dwóch liderów wśród mniejszych sklepów (obok AGD Smart) – wynik wyprzedza większość dużych sieci handlowych, potwierdzając, że mniejsza skala nie musi oznaczać gorszej gotowości technologicznej. Największym atutem jest opublikowany i w pełni zdrowy plik llms.txt (13/13 poprawnych linków) – jeden z zaledwie trzech takich przypadków w całym badaniu – a schema zawiera już częściowy ContactPoint z widocznym adresem e-mail i numerem telefonu.

AGD Smart

53 / 100

Obok Kakto.pl, najlepiej przygotowany mniejszy sklep w zestawieniu – wynik stawia go przed większością dużych sieci handlowych. Wyróżnia się jako jedyny sklep z rozszerzonym plikiem llms-full.txt obok standardowego llms.txt, a wszystkie linki w nim zawarte są w pełni zdrowe (12/12 OK). Drugim mocnym punktem jest kompletny wynik „smoke testu" zakupowego – checker wykrył zarówno sygnał cenowy, grupę odbiorców, jak i ścieżkę zakupu/kontaktu, co oznacza, że agent bez trudu potwierdzi podstawowe fakty transakcyjne.

Komputronik

39 / 100

Komputronik może pochwalić się najlepszą w całym zestawieniu kategorią Schema – komplet 100/100 dzięki solidnym danym Organization z widocznym numerem telefonu i adresem e-mail w ContactPoint. Drugim atutem jest treść w pełni renderowana po stronie serwera (ok. 225 tysięcy znaków w surowym HTML, zero skryptów blokujących odczyt), dzięki czemu agent nie musi wykonywać JavaScriptu, by dotrzeć do informacji o produktach. Podobnie jak niemal cała branża, Komputronik nie oferuje żadnej publicznej dokumentacji API (0/100) – mimo wzorowych danych strukturalnych, agent nie ma bezpiecznego, maszynowego kanału do sprawdzenia dostępności czy realizacji zakupu.

Elesklep

37 / 100

Sklep wyróżnia się na tle całego zestawienia jako jedyny z aktywnym, wykrywalnym kanałem RSS/Atom (/feed/, /comments/feed/) – dzięki niemu agent może śledzić zmiany w ofercie bez konieczności ponownego skanowania całej witryny. Braki dotyczą przede wszystkim danych strukturalnych. Sklep nie publikuje też llms.txt, więc zdrowia linków do kluczowych podstron nie da się zweryfikować, a kategoria API pozostaje na zerze. Elesklep pokazuje nietypowy profil: mocne strony leżą w świeżości i odkrywalności treści (RSS, strona faktów), a nie w klasycznych danych strukturalnych, na których opiera się większość konkurentów.

MaxElektro

36 / 100

Sklep uzyskał relatywnie przyzwoity wynik w kategorii Schema (63/100) dzięki obecności kilku wartościowych typów danych strukturalnych – BreadcrumbList, Organization i WebPage. Podobnie jak cała branża, MaxElektro nie oferuje żadnej publicznej dokumentacji API. Wynik pokazuje sklep w fazie przejściowej: podstawy danych strukturalnych są już częściowo obecne, ale bez uzupełnienia o kluczowe typy i stronę faktów agent wciąż nie zrozumie pełnej oferty.

RTV EURO AGD

35 / 100

Jedna z największych sieci handlowych w kraju uzyskała wynik porównywalny z dużo mniejszym Sferis, mimo zdecydowanie większych zasobów technologicznych. Największym atutem strony jest sposób podawania treści: kluczowe dane produktowe są renderowane po stronie serwera (SSR), a strona ma czytelną strukturę semantyczną HTML z jednym wyróżnionym nagłówkiem H1 i opisem meta – agent nie musi więc uruchamiać JavaScriptu, żeby odczytać ofertę. Braki dotyczą jednak fundamentów odkrywania: sklep nie publikuje ani llms.txt, ani agents.md, nie ma dedykowanej strony faktów o marce (wszystkie warianty /about i /company zwracają błąd 404), a w danych strukturalnych brakuje pełnego ContactPoint z numerem telefonu czy adresem e-mail. Zero punktów w kategorii API pokazuje, że mimo skali biznesu RTV EURO AGD nie udostępnia żadnego kanału, którym agent mógłby bezpiecznie sprawdzić dostępność czy dokonać zakupu.

sferis.pl Sferis — 35 / 100

Wynik identyczny z RTV EURO AGD, choć sklep działa w mniejszej skali. Największym plusem jest znaleziona kanoniczna strona faktów – a strona posiada też podstawową schema typu WebSite. Braki są jednak wyraźne: sklep nie publikuje llms.txt, robots.txt nie ma jawnej polityki wobec botów AI, a ContactPoint w danych strukturalnych jest tylko częściowy – bez pełnych, widocznych sygnałów kontaktowych dla agenta. Zero punktów w kategorii API potwierdza brak jakiegokolwiek kanału maszynowego do weryfikacji oferty. Wynik Sferis pokazuje typowy dla wielu sklepów profil: pojedyncze dobre praktyki (strona faktów) współistnieją z fundamentalnymi lukami w odkrywaniu i interfejsach dla agentów, co ostatecznie ogranicza realną gotowość na Agentic Commerce.

OleOle! — 33 / 100

Plusem jest w pełni otwarty dla botów AI plik robots.txt – GPTBot, ClaudeBot i Perplexity mogą swobodnie indeksować witrynę, co przynajmniej nie blokuje agenta u progu. Poza tym profil jest jednak słaby: brak ContactPoint, brak dedykowanej strony faktów o marce, a zdrowie linków w llms.txt nie mogło zostać sprawdzone, bo pliku po prostu nie ma. Test „smoke test" (sprawdzający, czy agent odnajdzie cenę, grupę docelową i ścieżkę zakupu) zaliczył się tylko częściowo – 1 z 3 sygnałów – co oznacza realne ryzyko, że agent nie potwierdzi jednoznacznie, jak i za ile kupić produkt w OleOle!. Zero punktów w kategorii API dopełnia obrazu sklepu, który wciąż traktuje agentów AI jako temat na przyszłość, a nie bieżący priorytet.

MyAGD — 19 / 100

Jeden z mniejszych, wyspecjalizowanych sklepów w zestawieniu. Trudno wskazać wyraźny atut strony – jedynym pozytywnym sygnałem jest otwarty dla botów AI plik robots.txt oraz nieco lepszy niż u wielu dużych sieci wynik w kategorii Treść (38/100). Poważniejszym problemem są braki w danych strukturalnych. Brakuje też llms.txt, dedykowanej strony faktów oraz ContactPoint z widocznym kontaktem.

Media Expert

10 / 100



Wbrew pozycji dużej, rozpoznawalnej sieci audyt wykazał nie najlepszy wynik gotowości – wyraźnie poniżej średniej dla dużych marek w zestawieniu. Checker nie zdołał pobrać pełnej treści strony do analizy danych strukturalnych, dlatego kategorie Schema, API i Treść wyniosły 0/100, a jedynym ocenionym obszarem pozostało Odkrywanie (20/100) – głównie dzięki częściowo otwartemu robots.txt wymieniającemu GPTBota. Sklep nie publikuje llms.txt ani agents.md, a ze względu na niedostępność treści HTML do skanu nie udało się zweryfikować ani ContactPoint, ani obecności dedykowanej strony.

Electro.pl

8 / 100

Podobnie jak u Avans, największym plusem jest opublikowany security.txt, dający komplet punktów w kategorii Zaufanie. Poza tym profil jest równie ubogi: braki w danych strukturalnych schema.org, zerowy wynik w kategorii Treść, brak llms.txt i agents.md oraz brak jakiejkolwiek publicznej dokumentacji API.

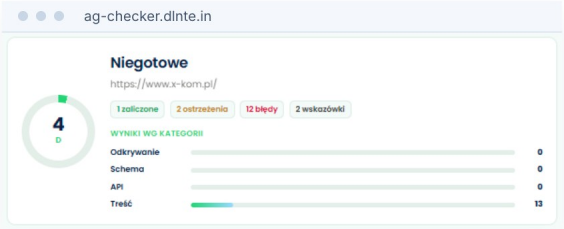
Neonet

6 / 100

Jedynym pozytywnym sygnałem jest otwarty plik robots.txt, który nie blokuje jawnie głównych botów AI – to jednak zbyt mało, by realnie ułatwić agentowi zrozumienie oferty. Sklep nie publikuje llms.txt ani agents.md, nie ma pełnych danych strukturalnych schema.org, a kategoria Treść również wynosi zero – oznacza to, że checker nie znalazł czytelnych dla agenta sygnałów cenowych, kontaktowych ani zakupowych na stronie głównej. Brakuje też ContactPoint oraz jakiejkolwiek publicznej dokumentacji API. Aż 11 z 17 sprawdzanych elementów zakończyło się błędem – to jeden z najgorszych bilansów wśród dużych sieci. Dla sieci tej wielkości tak niski wynik oznacza, że nawet podstawowe fundamenty Agentic Commerce – czytelna treść i dane o marce – wymagają budowy praktycznie od zera, zanim Neonet będzie mógł liczyć na widoczność w rekomendacjach agentów zakupowych.

x-kom

4 / 100



W przypadku marki x-kom praktycznie każda badana kategoria oceniona jest nisko: brak llms.txt i agents.md, brak ContactPoint, brak dedykowanej strony faktów i zerowy wynik w kategorii Odkrywanie. Wynik pokazuje wyraźnie, że pozycja technologicznego lidera w oczach konsumentów nie przekłada się automatycznie na gotowość infrastrukturalną wobec zupełnie nowego kanału, jakim są zakupy realizowane przez autonomicznych agentów.

Jak sklepy patrzą na Agentic Commerce

„Ruch z aplikacji wykorzystujących LLM, takich jak ChatGPT, jest bardzo ważnym źródłem marketingowym, na który Morele.net kładzie duży nacisk. Rok 2026 był niewątpliwie okresem wzmożonego wykorzystania AI przez naszych klientów, co zauważamy w danych, również w GMV.

Uważam, że **działania prowadzące do zwiększania ekspozycji marki w chatbotach oraz przygotowanie techniczne sklepu pod obsługę agentów AI są kluczowymi działaniami**, które już od dawna powinny zostać wpisane w każdą roadmapę marketingową branży e-commerce".



Mateusz Sękara
Head of SEO, Morele.net

„W Komputronik patrzymy na Agentic Commerce przez pryzmat tego, jak ułatwić klientom wybór produktu/oferty dopasowanej do ich potrzeb. **Skupiamy się na jakości i spójności danych produktowych oraz treściach, które pomagają zrozumieć ofertę zarówno klientom, jak i narzędziom AI.** Równolegle testujemy rozwiązania wspierające doradztwo zakupowe, zwracając szczególną uwagę na trafność rekomendacji i użyteczność w codziennych sytuacjach. Rozwój tego obszaru traktujemy jako stopniowe budowanie kompetencji i infrastruktury, z zachowaniem wiarygodności informacji, bezpieczeństwa i zaufania klientów. Wspieramy również potwierdzone optymalizacje techniczne, które mogą wpływać na większą dostępność dla agentów weryfikując jednocześnie nowości technologiczne i ich potencjalny wpływ na zarobki względem kosztu wdrożenia".



Karol Tokarski
Dyrektor e-Commerce, Komputronik S.A.

Delante

Podsumowanie

Wyniki raportu pokazują duże różnice w technicznym przygotowaniu analizowanych sklepów RTV i AGD na Agentic Commerce.

Średni wynik 15 badanych serwisów wyniósł około 33/100, a rozpiętość punktacji była znaczna: od Morele.net (67/100) po x-kom (4/100).

ok. 33/100
średni wynik 15 sklepów

67/100
lider: Morele.net

4/100
x-kom

Warto jednak pamiętać, że Agentic Commerce Score jest autorskim wskaźnikiem Delante, opartym na wybranych sygnałach technicznych. W przypadku części sklepów na wynik wpłynęły również ograniczenia automatycznego skanowania. Dlatego punktacji nie należy traktować jako bezpośredniego pomiaru zdolności sklepu do realizacji autonomicznych zakupów.

▶ WNIOSEK

Przygotowanie na Agentic Commerce warto uwzględnić już dziś w strategii rozwoju e-commerce. Jakość danych produktowych, ich struktura, dostępność treści oraz możliwości integracyjne mają znaczenie zarówno dla obecnego SEO i AISO, jak i dla przyszłych rozwiązań wykorzystujących agentów AI.

AGENTIC READY CHECKER

Jeśli chcesz sprawdzić, jak Twoja strona wypada w analizowanych obszarach, skorzystaj z autorskiego Agentic Ready Checkera.

ag-checker.dlnte.in ↗

PODCAST DELANTE

FORWARD THINKING

Prowadzą Mateusz Calik i Małgorzata Kwiecień.

POSŁUCHAJ › 2 ODCINKI O AGENTIC COMMERCE

#6 (R)ewolucja e-commerce nadchodzi. Czy AI przejmie zakupy w Twoim sklepie?

#5 Twoja marka może zniknąć z AI. Nikt Ci o tym nie powie

delante.pl/forward-thinking ↗

Delante

AGENTIC COMMERCE · AISO · SEO

POROZMAWIAJMY

Porozmawiajmy o widoczności Twojego sklepu dla agentów zakupowych.

AUTORZY RAPORTU



Michał Grzyb

SEO & AISO Specialist Delante

michal.grzyb@delante.pl ↗

Maria Rymarowicz

Junior SEO & AISO Specialist

m.rymarowicz@delante.pl ↗



Jeśli potrzebujesz wsparcia w analizie lub wdrożeniu zmian, poznaj usługę **Agentic Commerce** Delante.

TELEFON
+48 12 200 2010

E-MAIL
info@delante.pl

ADRES
Delante Marketing Sp. z o.o.
ul. Kilińskiego 2, 30-308 Kraków