

TIIVISTELMÄ

Dagmar on suomalaisten markkinointitoimistojen AI-näkyvyyden kärki yhdistetyssä jakaumassa.

Geoni mittasi miten kolme AI-mallia (ChatGPT, Claude, Gemini) vastasivat 51 kysymykseen suomalaisten markkinointitoimistojen kategoriasta tämän mittauksen aikana, yhteensä 153 vastausta. Pää-mittari rakentuu kolmesta mallikohtaisesta näkyvyyspisteestä. Sama mittaus on uusittavissa vertailukelpoisella asetelmalla.

AI-MAININTANÄKYVYYS (TASAPAINOINDEKSI)

26,2_{/100}

ChatGPT 9,5 · Claude 28,6 · Gemini 40,5

Mallihajonta: **kohtalainen** (keskihajonta 12,7 pistettä). Tasapainoindeksi on kolmen mallin näkyvyyspisteiden keskiarvo, ei markkinaosuuspainotettu mittari.

14,0 %

Tukimittari: AI viittaa dagmar.fi:hin (21 / 150)

3 / 3

Tukimittari: AI-mallia tunnistaa Dagmarin nimeltä

KÄRKI KATEGORIASSA

+13 mainintaa TBWA-perheeseen, +17 Avidlyyn yhdistetyssä jakaumassa. Mallikohtaisesti Dagmar on kärjessä Claudessa ja Geminissä, ChatGPT:ssä Valve nousee kärkeen.

SELVÄ AUKKO

AI-näkyvyyden kysymyksissä Dagmar mainitaan vain 1 / 6 kysymyksessä. F-aukko on universaali kaikilla kolmella mallilla.

KOLME PÄÄTÖSKYSYMYSTÄ MITTAUKSEN POHJALTA

1 Halutaanko olla mukana AI-näkyvyyden keskustelussa?

**KORKEA
RELEVANSSI**

Mainitaan vain 1 / 6 AI-näkyvyyden kysymyksessä.

2 Asemoidaanko Dagmar digitaaliseen markkinointiin?

KESKITASO

Digitaaliseen markkinointiin erikoistuneissa kysymyksissä mainitaan vain Geminillä.

3 Onko dagmar.fi:n lähdesignaali OpenAI:lla ja Anthropicilla riittävä?

**KORKEA
RELEVANSSI**

OpenAI 3 / Anthropic 11 / Gemini 22 lähde-riviä.