

Traficul din AI crește rapid în România: ce arată datele reale din 799 de site-uri, într-un dashboard public trafic.dwf.ro lansat de DWF

14 august 2026 · Date și analize

DATE CHEIE

799	proprietăți Google Analytics 4 analizate	156,8 mil.	sesiuni pe lună
+47,6%	trafic din asistenți AI față de anul trecut	1,43%	pondere AI în traficul de search

Agenția DWF lansează trafic.dwf.ro, un dashboard public și gratuit, actualizat lunar, care oferă o imagine asupra evoluției traficului online din România. Platforma agregă anonim date din **799 de proprietăți Google Analytics 4**, însumând **156,8 milioane de sesiuni** și **824.000 de tranzacții** pe lună. Datele sunt updatate **în fiecare lună**, oferind o perspectivă permanent actualizată asupra pieței digitale din România.

Proiectul este primul rezultat al Centrului de Excelență în SEO & GEO al DWF și a fost coordonat de **Radu Mărcușu, Search Director DWF**, împreună cu echipele de Data Analytics, SEO și Paid Media, susținut de DAVID AI, sistemul agentic care conectează agențiile din grup.

AI crește cel mai rapid, dar reprezintă încă o pondere mică din trafic

Traficul provenit din asistenții AI a crescut cu **47,6%** față de anul trecut și de **360 de ori** în ultimii doi ani. Este singurul canal de trafic aflat pe creștere în datele analizate.

În prezent, AI reprezintă însă doar **1,43% din traficul de search** și aproximativ **0,37% din traficul total**. AI nu înlocuiește încă canalele tradiționale, dar este canalul cu cea mai clară dinamică de creștere.

De avut în vedere: Dashboardul evidențiază și existența fenomenului de „Dark AI Traffic”. Estimările indică faptul că aproximativ **70% din traficul AI rămâne invizibil**, atribuit canalelor Direct sau Organic sursa: studiul [Loamly.ai](https://loamly.ai), feb 2026.

„Cea mai periculoasă cifră nu e cifra mică din rapoarte, e traficul AI pe care nu-l vezi deloc: două treimi sosește mascat ca Direct sau Organic.” **Radu Mărcușu, Search Director DWF**

AI este mic ca volum, dar mare ca valoare comercială

În e-commerce, vizitatorul venit din AI **cumpără de cca 1,5× mai des** decât cel din Google organic (rata de conversie de 2,7% vs 1,82%) și are **coș cu 28% mai mare** (370 vs 289 lei).

Veniturile generate de traficul AI au ajuns la **1,3 milioane de lei în ultimele 30 de zile pe magazinele online din cohortă**, în creștere cu **331%** față de anul trecut, demonstrând o intenție de cumpărare mai ridicată.

Concentrarea traficului este foarte mare: **97,1% din traficul AI identificabil provine din ChatGPT**, urmat de Claude (1,5%), Gemini (0,9%), Copilot (0,4%) și Perplexity (0,2%). La venituri, concentrarea e și mai mare: **97,8% din revenue-ul atribuit AI trece tot prin ChatGPT**.

Combinația dintre creșterea rapidă, valoarea comercială ridicată și concentrarea pe o singură platformă, ChatGPT, face ca **investiția în vizibilitatea AI să fie eficientă în acest moment**. Canalul este încă mic, dar direcția este clară.

În SEO se pierde trafic, dar se păstrează aproape integral veniturile

Una dintre cele mai relevante diferențe dintre trafic și business apare în SEO.

În ultimele 12 luni, **sesiunile organice ale magazinelor online au scăzut cu 16,4%**, însă **veniturile din organic au scăzut cu doar 0,7%**. În plus, veniturile organice sunt încă **cu 35,7% peste nivelul de acum doi ani**.

Datele indică faptul că scade zona de trafic informațional, în timp ce vizitele cu intenție de cumpărare au rămas mult mai stabile.

Astfel, o evaluare a SEO exclusiv prin numărul de sesiuni poate crea impresia unei deteriorări, care însă nu se reflectă și în business.

Paid crește ca business, dar și ca investiție

Traficul paid a scăzut cu doar **1,7%** în ultimul an. Bugetele paid au crescut cu **56,7%**, iar veniturile cu **74,2%**. În aceeași perioadă, **CPC-ul mediu a crescut cu 19,5%, până la 0,77 lei**.

Pe întreaga cohortă, traficul paid a scăzut cu doar 1,7% în ultimul an, cea mai mică scădere dintre canalele clasice. Pe magazinele online analizate (*proprietățile cu Google Ads conectat în GA4*) însă, paid-ul a crescut: cu 22,4% mai multe sesiuni și cu 19,5% mai multe venituri decât acum un an.

În ultimii doi ani, pe proprietățile cu Google Ads conectat, bugetele au crescut cu 56,7%, iar veniturile din paid cu 74,2%. CPC-ul mediu a crescut cu 19,5%, până la 0,77 lei.

Datele arată că Paid continuă să producă valoare și să susțină creșterea, dar într-un context în care și investițiile, și costul per click sunt mai mari. În e-commerce, *piața plătește mai mult și pentru că se cumpără mai mult, nu doar pentru că s-a scumpit click-ul*.

Piața nu pierde business, ci trafic pe canalele tradiționale

În ultimele 12 luni, **traficul total analizat a scăzut cu 10,7%**, iar **traficul din search cu 20,0%**. În același timp, magazinele online din cohortă au înregistrat **12,2% mai multe sesiuni** și **9.8% mai multe venituri**.

Datele indică o redistribuire a traficului: scade în special volumul informațional, în timp ce traficul cu intenție comercială și veniturile rezistă mai bine. **„Mai mult trafic” devine astfel un obiectiv mai greu de atins și mai puțin relevant pentru business.**

„Toată piața vorbește despre AI. Noi am deschis conturile de Analytics și am publicat cifrele. Iar ce vedem schimbă întrebarea de la care pornim: nu mai este «cum aducem mai mult trafic», ci «cum rămânem vizibili indiferent unde începe căutarea». Nu mai concurezi doar pentru prima poziție în Google.” Radu Mărcușu, Search Director DWF

De reținut pentru marketeri:

- **SEO:** de evaluat prin valoarea comercială pe care o generează, nu doar prin trafic. Scăderea sesiunilor organice nu înseamnă scăderea performanței, atât timp cât veniturile se mențin.
- **Paid:** continuă să fie un motor de business, cu mențiunea ca aceasta creștere a veniturilor vine într-un context în care și bugetele, și costul per click au crescut.
- **AI:** de adăugat în mix de acum. Este încă mic, dar este singurul canal în creștere și are deja o valoare comercială ridicată.

[trafic.dwf.ro](https://dwf.ro) este disponibil gratuit și este actualizat lunar.

Articol susținut de DWF

Despre DWF

DWF este o agenție de digital marketing construită în jurul performanței, tehnologiei și datelor. Agenția reunește specialiști din SEO, Paid Media, Social Media, Content și AI pentru a dezvolta strategii integrate și a transforma obiectivele de business în rezultate măsurabile.

Contact pentru presă

Mona Ilie, Contact relații media

mona@dwf.ro

Comunicat publicat pe <https://dwf.ro/companie/comunicate-de-presa/trafic-dwf-ro-traficul-din-ai-creste-rapid-in-romania>