

LLMO v praxi: 21 zmien pre web v AI ére



Ing. Martin Drdák MBA

Ing. Martin Drdák MBA

www.linkedin.com/in/martindrdak

- **SOM**
 - SW inžinier
 - Majiteľ digitálnej agentúry
 - Fanúšik online marketingu
- **NIE SOM**
 - SEO/LLMO/AI guru
- **MÁM**
 - 26+ rokov skúseností s internetovými projektami

Experience



consultee

Consultee, s.r.o.

Oct 2013 - Present · 10 years 7 months

Slovak Republic, Bratislava



co-founder

Ticketportal

Jan 2000 - Apr 2016 · 16 years 4 months



CEO , konzultant

WellWeb, s.r.o.

Sep 2011 - Oct 2013 · 2 years 2 months

Bratislava



CTO

Denax, a.s.

Jan 2001 - Aug 2011 · 10 years 8 months

Nie pocity. Nie trendy.

O čom táto prednáška NIE JE

- ✗ hype z LinkedInu
- ✗ „SEO zomrelo“
- ✗ domnienky

To, čo dnes uvidíte, nie sú názory.

Sú to pozorovateľné fakty o tom,
ako AI pracuje s webom



Čo myslím slovom „fakt“?



Web



Parser



Chunky



Odpoveď

Vizualizácia

Definícia faktu v kontexte AI

pozorovateľné

opakovateľné

Vysvetliteľné

5 zdrojov faktov:

Technická architektúra LLM modelov

Správanie AI systémov

Experimenty na reálnych weboch

Články autorít s faktami

Experimenty s „učením“ AI

ChatGPT necituje najdlhší článok

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Quisque dapibus quam neque, et tempus nulla fermentum id. Donec viverra ligula eu magna porttitor blandit. Pellentesque ac massa fringilla, dictum libero nec, congue elit. Nunc tristique malesuada ex eget ultrices. Suspendisse bibendum vestibulum mi et rhoncus. Maecenas nec mauris in urna commodo gravida. Cras vitae felis luctus, scelerisque mauris at, dictum portus. Integer consequat faucibus ligula, nec scelerisque odio venenatis ut. Etiam ex lacus, mattimus et orci et, tristique convalis nibh. Proin vestibulum in nisi at dictum. Praesent egestas est non justo consequat feugiat. Duis maximus ultrices ex, sit amet consequat sapien malesuada quis. Nullam et

Heading

- Bullet point one
- Bullet point two
- Bullet point three
- Bullet point four

Subheading

- Bullet point five
- Bullet point six

Cituje ten, ktorý má:

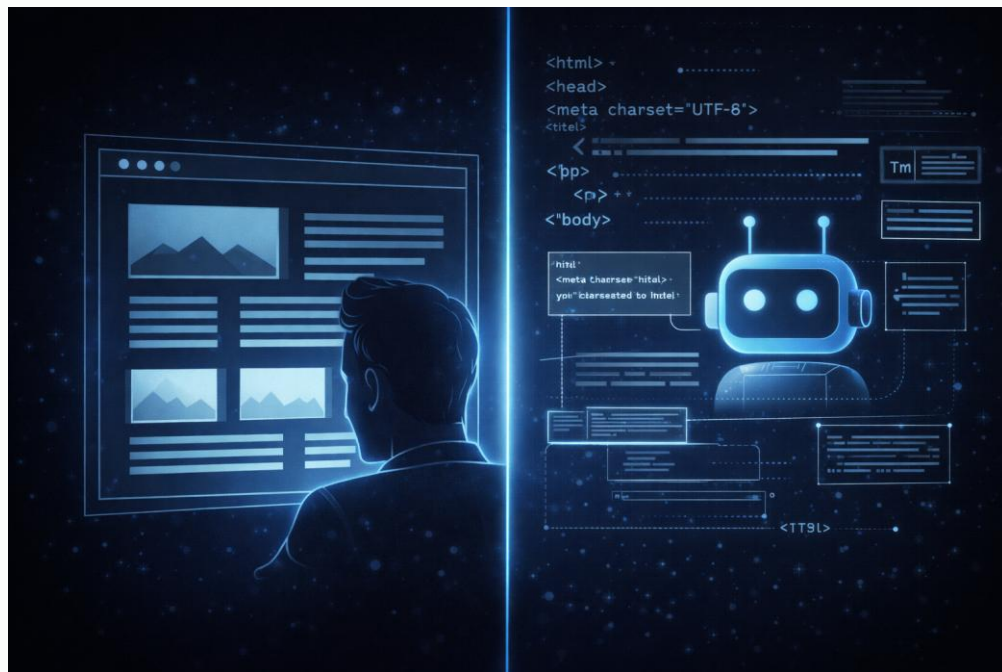
- ✓ Jasné kroky
- ✓ Krátke odpovede
- ✓ Zrozumiteľnú štruktúru

2000 slov bez štruktúry je horšie než 10 jasných viet.

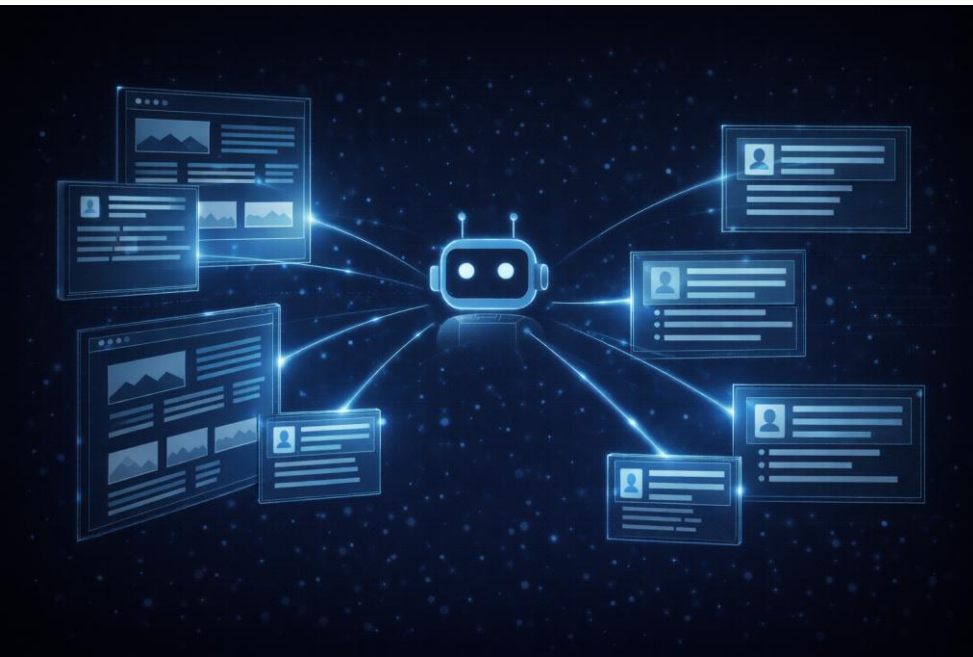
AI nečíta web ako človek

- ✗ Nevidí dizajn
- ✗ Necíti emócie copywritingu
- ✗ Nerozumie brandovým metaforám

✓ Pracuje s **tokenmi**
a **kontextovým oknom**



AI nevyberá stránky, ale odpovede



AI sa nepýta:

✗ "Kto je prvý v SERPe?,"

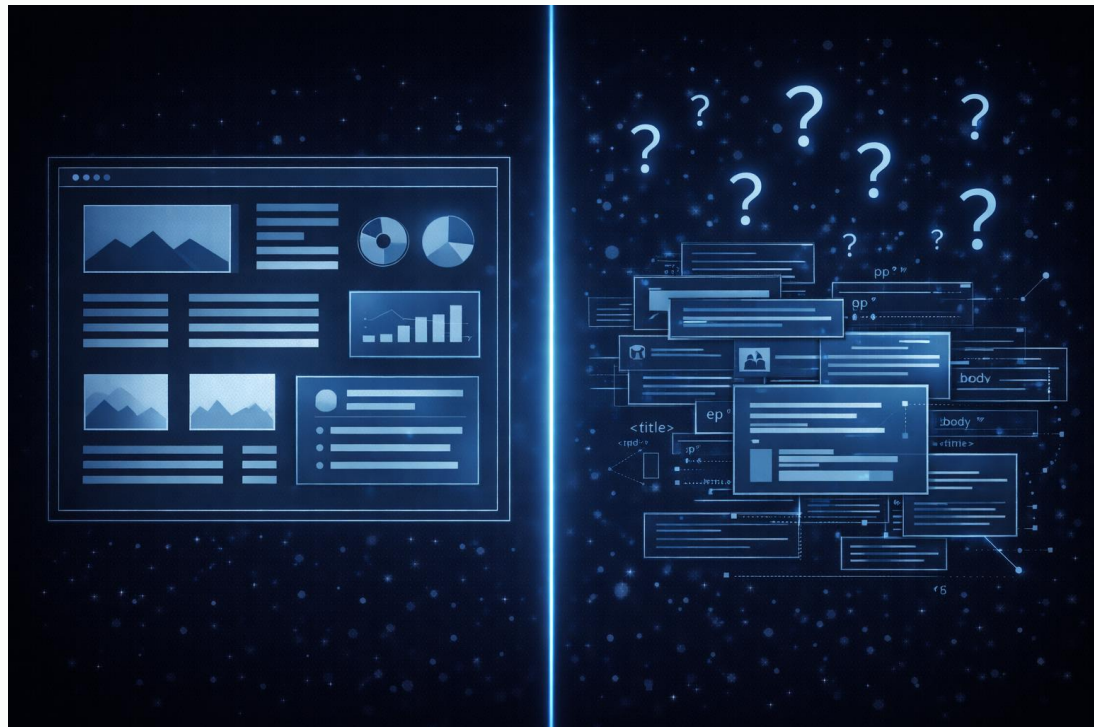
AI sa pýta:

✓ "Ktorý obsah viem použiť ako odpoveď?"

AI preferuje obsah s nízkou neistotou

Menej hádania = viac citácií

- jasná štruktúra
- autor
- fakty
- entity



Lewis et al. (2020/aktualizácia 2024) – „Retrieval-Augmented Generation for Knowledge-Intensive NLP Tasks“ - Pôvodná štúdia o RAG dokazuje, že čím je zdrojový dokument „čistejší“ (menej šumu, viac faktov), tým vyššie je skóre „confidence“ (istoty) modelu pri generovaní odpovede.

WordLift Case Study (2024) – „Knowledge Graphs for LLMs“ - Weby využívajúce JSON-LD a znalostné grafy vykázali o **22 % vyššiu mieru citovanosti** v ChatGPT Search v porovnaní s čistým textom

Prečo si musíme ujasniť pojmy?

AEO ≠ GEO ≠ LLMO
(ale spolu fungujú)

AEO: Answer Engine Optimization

Priama odpoved'

Featured Snippets

People Also Ask

Voice assistants

Kľúč

otázka v H2/H3

odpoved' 40–60 slov

FAQ / HowTo schema

Cieľ: Byť jedinou priamou odpoveďou (zero-click)

GEO / GAEO

Generative AI Engine Optimization

Byť citovaný zdroj

Google AI Overview

Perplexity

Gemini

Kľúč

fakty

štatistiky

citovateľné pasáže

LLMO

Large Language Model Optimization

Ako AI o vás premýšľa

identita značky

konzistentné fakty

technická čitateľnosť

AEO / GEO / LLMO

Oblasť	Kde sa zobrazuje	Cieľ
AEO	Snippets, hlas	Jedna odpoveď
GEO	AI Overviews	Citácia
LLMO	Chaty	Dôvera & odporúčanie

AEO je hrot kopije. GEO je telo kopije. LLMO je oceľ, z ktorej je kopija vyrobená.

Prečo sa to nebjie, ale dopíňa?

Keď robíte GEO/AEO správne:

→ Automaticky pomáhate LLMO

Prečo?

→ Dodávate modelom kvalitné,
štruktúrované, dôveryhodné dáta

Keď robíte LLMO:

→ Vytvárate základ pre GEO aj AEO



RAG - Klúčový technický pojem

Retrieval Augmented Generation

Čo to je: AI si pred odpoveďou "odskočí"
po fakty

Ako funguje:

Retrieval - Vyhľadá zdroj

Augmentation - Pridá kontext

Generation - Vytvorí odpoveď

Prečo je to dôležité:

"Ak je váš obsah drobivý, štruktúrovaný a
faktický, RAG ho vie rýchlo použiť.

Ak je to omáčka, RAG ho preskočí."



Čo RAG systémy hľadajú?

RAG nehľadá krásne texty.

Hľadá semantickú zhodu.

Príklady:

Otázka: "Koľko stojí?" → RAG chce **číslo**

Otázka: "Ako na to?" → RAG chce **kroky**

Preto:

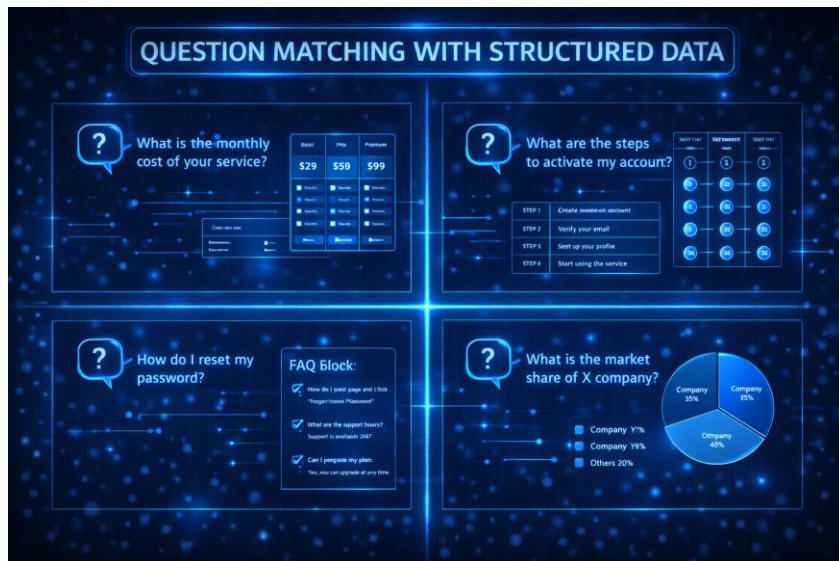
Tabuľky

FAQ

HowTo

JSON-LD

= Nie pekná nadstavba, ale vstupné dáta pre AI



Knowledge Graph & E-E-A-T

Knowledge Graph:

Databáza faktov o entitách

Firmy, ľudia, produkty

Vaša značka = overený fakt (nie "nejaký web")

E-E-A-T:

Experience (Skúsenosť)

Expertise (Odbornosť)

Authoritativeness (Autorita)

Trustworthiness (Dôveryhodnosť)



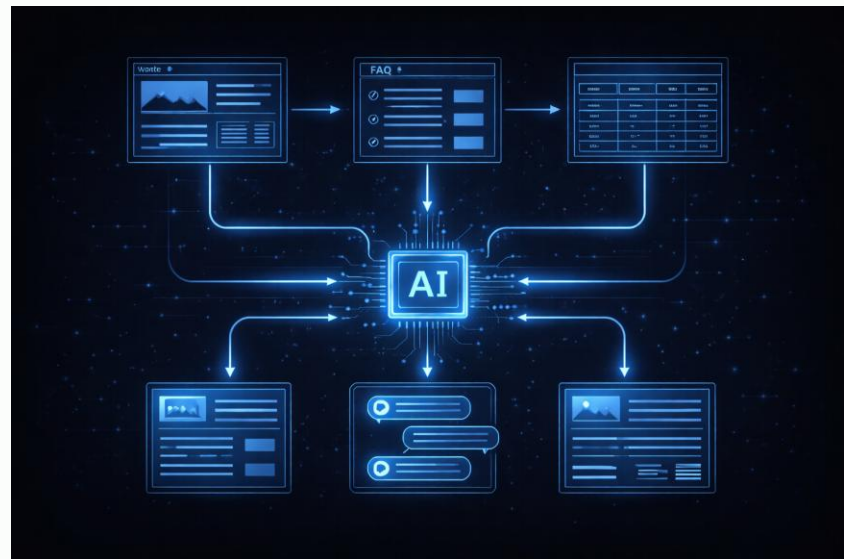
Záver: "Bez E-E-A-T nepomôže ani AEO, ani GEO"

21+ konkrétnych zmien

**Nie trendy. Praktický zoznam úprav.
Väčšinu z týchto vecí sme mali robiť už dávno.**

Tieto body pripraví web tak, aby:

- Ho RAG systémy vedeli čítať
- LLM modely mu rozumeli
- Generatívne vyhľadávanie ho chcelo použiť



1. Answer-first úvod

Problém: LLM si vytvára kontext z prvých 100-200 tokenov.
Ak tam odpoveď nie je → model hádá → neistota ↑ → stránka sa nepoužije

Riešenie:

- Prvé 2-4 vety = priama odpoveď
- Žiadny storytelling
- Žiadne "vitajte"

```
<h1>Ako funguje servis bicykla</h1>
<p>Servis bicykla zahŕňa kontrolu,
nastavenie a výmenu
kľúčových komponentov s cieľom bezpečnej
a plynulej jazdy.</p>
```

Vitajte na našej stránke! Sme firma s dlhoročnou tradíciou. Naše služby sú...

2. Hierarchia nadpisov (H1-H6)

Problém: Nadpisy = mapa obsahu pre AI.

Preskočenie úrovne = model si myslí, že chýba sekcia.

Riešenie: ✓ Presne jeden H1

✓ Logický sled: H1 → H2 → H3

✓ Žiadne skoky

✓ Nadpisy dávajú zmysel aj mimo kontextu

```
<h1>Servis bicyklov v Bratislave</h1>
```

```
<h2>Typy servisov</h2>
```

```
<h3>Základný servis</h3>
```

```
<h3>Kompletný servis</h3>
```

```
<h2>Cenník</h2>
```

```
<h3>Ceny za servis</h3>
```

3. Otázky ako explicitné otázky

Prečo (FAKT):

Otázka je prirodzený formát dotazu používateľa aj extrakcie odpovede. Pomáha párovaniu query → pasáž.

Čo robiť dnes:

- otázky písať ako otázky („Ako funguje...?“)
- ideálne ako H2/H3
- na kľúčových stránkach mať 3–7 otázok, ktoré kopírujú reálne dopyty

„Spôsob fungovania systému“ vs. „Ako systém funguje?“ – druhá verzia je bližšia tomu, ako ľudia píšú prompt.

4. Krátke, samostatné odpovede

Problém:

AI extrahuje len 1-2 odseky. Ak odpoveď pokračuje "nižšie" → model ju nezostaví správne

Riešenie:

- 1 otázka = 1 odpoveď = 1 blok
- 40-80 slov
- Prvá veta = pointa
- Žiadne "vid' vyššie"

Koľko trvá servis bicykla?
Základný servis trvá 30-45 minút a zahŕňa kontrolu brzd, reťaze a nastavenie prevodov. Kompletný servis vrátane výmeny dielov môže trvať 2-3 hodiny v závislosti od stavu bicykla.

5. FAQ sekcie + FAQPage schema

Prečo: FAQ = primárny formát pre AI extrakciu

Riešenie:

- Každá dôležitá stránka má FAQ
- HTML: otázka + odpoveď
- JSON-LD: FAQPage Schema

```
{
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [{
    "@type": "Question",
    "name": "Ako dlho trvá servis bicykla?",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Bežný servis trvá 1–2 pracovné dni."
    }
  }]
}
```

6. HowTo + HowTo schema

Dôležitý rozdiel:

FAQ odpovedá

HowTo učí

Riešenie:

- Proces = HowTo formát
- Kroky v
- JSON-LD: HowTo Schema (steps, tools, time)

```
<h2>Ako si vymeniť duš na bicykli</h2>
<ol> <li>Odskrutkuj kolo z rámu</li>
<li>Vypušť vzduch z pneu</li>
<li>Odsuň plášť a vyber duš</li>
<li>Vlož novú duš...</li>
</ol> Čas: 15 minút | Nástroje: kľúč, páčidlá
```

7. Konzistentná terminológia

Problém: "Servis bicykla" / "Oprava bicykla" / "Údržba bicykla"
bez vysvetlenia = AI nevie, či ide o 1 vec alebo 3

Riešenie:

- Jeden hlavný pojem
- Synonymá ako vysvetlené varianty
- Príklad: Servis bicykla (tiež oprava alebo údržba) zahŕňa...

Problém nie sú synonymá. Problém je nejednoznačnosť: keď nie je jasné, či dva pojmy znamenajú to isté alebo niečo iné.

8. Tabuľky ako <table>, nie divy

Prečo :

Tabuľka je explicitná dátová štruktúra. AI vie lepšie porovnávať, sumarizovať a citovať čísla, ak sú v tabuľke.

Čo robiť dnes:

- <table>, <thead>, <tbody>, <th>
- používať scope="col" a scope="row"
- divové cenníky prehodiť na tabuľky + CSS

Poznámka:

Pre AI je rozdiel „vizuálne rozloženie“ vs „dáta“.

```
<table>
<thead> <tr>
<th scope="col">Služba</th>
<th scope="col">Cena</th> </tr>
</thead>
<tbody>
<tr> <td>Základný servis</td>
<td>25 €</td> </tr>
</tbody>
</table>
```

9. Text z obrázkov presunúť do HTML

Prečo (FAKT):

Obrázky nie sú spoľahlivý zdroj textu pre extrakciu. Ak je fakt iba v grafike, AI ho často nepoužije.

Čo robiť dnes:

- všetky čísla, citáty, štatistiky → do textu
- pod infografiku pridať „textovú verziu“
- pri grafoch: stručné zhrnutie „čo graf ukazuje“

Infografiky sú pre ľudí super, pre AI často „black box“, pokiaľ nemajú textový doprovod.

10. Alt texty na všetkých obrázkoch

Prečo (FAKT):

Alt text dáva obrázku strojový význam a kontext v rámci stránky.

Čo robiť dnes:

- popisné alt texty (nie názvy súborov)
- dekoratívne obrázky: alt=""
- pri produktových obrázkoch: názov + variant + kľúčový atribút

Alt nie je len SEO, je to „popis obsahu“ pre stroj.

✘ **ZLE:** alt="logo.png"

✓ **DOBRE:** alt="Logo servisu bicyklov
BikeMax Bratislava"

✘ **ZLE:** alt="obrázok produktu"

✓ **DOBRE:** alt="Horský bicykel Trek Marlin
7 modrý 29 palcov"

11. JSON-LD pre základné entity

Prečo (FAKT):

JSON-LD znižuje potrebu interpretácie. AI „neuhádne“, ale „vie“, čo je organizácia, článok, produkt.

Čo robiť dnes:

- Organization, Article, FAQPage, HowTo, Product
- do <head>
- validovať (Rich Results / Schema validator)

Nie kvôli rich snippets – kvôli strojovému kontextu.

```
{ "@context": "https://schema.org", "@type":  
"LocalBusiness", "name": "BikeMax Servis", "address": {  
"@type": "PostalAddress", "streetAddress": "Hlavná 123",  
"addressLocality": "Bratislava" } }
```

12. Autor + Author schema

Prečo (FAKT):

Identifikovateľný zdroj znižuje neistotu odpovede. AI radšej používa obsah, kde je jasné „kto tvrdí“.

Čo robiť dnes:

- autor na stránke viditeľne + krátke bio
- JSON-LD: author
- prepojenia: LinkedIn / odborné profily (kde dáva zmysel)

„Tím“ je slabé. Konkrétna osoba + odbornosť je silné.

```
"author": { "@type": "Person", "name": "Ján  
Nový", "jobTitle": "Senior Bike Mechanic" }
```

13. Viditeľná organizácia + kontakt

Prečo (FAKT):

Dôveryhodnosť zdroja je vyššia, keď je firma dohľadateľná. Pre AI je „neznámy zdroj“ rizikový.

Čo robiť dnes:

- adresa, tel., email (footer + kontakt stránka)
- JSON-LD: Organization, ContactPoint, PostalAddress
- pri lokálnych firmách: LocalBusiness

„Firma bez adresy“ vyzerá spamovo aj pre ľudí, aj pre stroje.

14. Breadcrumb navigácia + BreadcrumbList

Prečo (FAKT):

Pomáha pochopiť hierarchiu a kontext stránky (čo je nad čím).
Zlepšuje aj interné vzťahy.

Čo robiť dnes:

- breadcrumbs viditeľne
- JSON-LD: BreadcrumbList

Pre AI je to „kontextový graf“.

Domov > Bicykle > Horské bicykle > Trek Marlin 7

AI vďaka nim vie: "Trek Marlin 7" patrí do "Horské bicykle" → "Bicykle" → "Produkty"

15. Optimalizácia interného linkovania

Prečo (FAKT):

Interné odkazy sú signál významu a vzťahov (entity graph). AI aj Google ich používajú na pochopenie tematických klastrov.

Čo robiť dnes:

- kontextové linky v texte
- anchor text popisný (nie „tu“)
- z pillar stránok linkovať na detail (a späť)

Toto je klasické SEO, len dnes je to aj „AI mapovanie“.

✘ **ZLE:** "Klikni tu"

✓ **DOBRE:** "Prečítaj si viac o údržbe reťaze bicykla"

16. Dátumy publikácie a aktualizácie

Prečo (FAKT):

Aktuálnosť je súčasťou dôveryhodnosti. Systémy majú tendenciu preferovať novšie/aktualizované zdroje pri rýchlo sa meniacich témach.

Čo robiť dnes:

- `<time datetime>` na stránke
- JSON-LD: `datePublished`, `dateModified`
- pri aktualizácii uviesť „aktualizované“

```
<time datetime="2025-01-30">30. január  
2025</time>
```

json

```
"datePublished": "2025-01-30",  
"dateModified": "2025-01-30"
```

Dátum bez aktualizácie = „stará informácia“, aj keď je obsah správny.

17. SSR namiesto čistého JS

Prečo (FAKT):

Ak je obsah renderovaný až na klientovi, crawler môže vidieť prázdny skeleton. To znižuje extrahovateľnosť.

Čo robiť dnes:

- SSR / SSG - Server-Side Rendering
 - test: View Source → text musí byť prítomný
- pri SPA: aspoň prerender kľúčových stránok

Ak vo View Source vidíš len `<div id="app"></div>`, je to problém pre stroje

18. Lazy loading len mimo above-the-fold

Prečo (FAKT):

Kritický obsah musí byť dostupný hneď. Ak je odpoveď načítaná neskôr, môže sa „minúť“ pri parsovaní.

Čo robiť dnes:

- žiadny lazy text v úvode
- lazy iba obrázky pod scrollom
- hero text vždy server-side

Above-the-fold = najvyššia priorita pre AI aj človeka.

19. Kanonické URL a odstránenie duplicit

Prečo (FAKT):

Duplicitné verzie jednej stránky rozbíjajú „ktorá je hlavná“.
AI/Google potom delia signály a citácie.

Čo robiť dnes:

- canonical na každú stránku
- parametre/filtre: canonical + noindex
- vyriešiť www/non-www a http/https

AI má rada „jednu pravdu“ na jednu tému.

20. Robots.txt + sitemap v poriadku

Prečo (FAKT):

Bez sitemap sa crawl deje chaoticky a môže vynechať dôležité URL. Blokovanie CSS/JS môže narušiť render.

Čo robiť dnes:

- aktuálna sitemap (do 50k URL / sitemap index)
- robots neblokuje kritické zdroje
- v sitemap len kanonické stránky

Sitemap je „mapa“ – bez nej sa web „neprečíta celý“.

21. Čitateľnosť v čistom HTML

(text-only test)

Prečo (FAKT):

AI pracuje najmä s textovou reprezentáciou. Ak stránka nedáva zmysel bez dizajnu, často nedáva zmysel ani strojovo.

Čo robiť dnes:

- Ctrl+U (View Source) a čítať, či dáva zmysel
- vypnúť CSS/JS v DevTools a skontrolovať štruktúru
- odstrániť textové časti, ktoré existujú len vizuálne

Najlacnejší audit na svete.

HOTOVO ????
+ 6 doplnkových bodov

22. ARIA labels + prístupnosť prvkov

Prečo (FAKT):

Textové popisy pomáhajú významu prvkov (tlačidlá, ikony), znižujú šum a zvyšujú použiteľnosť aj pre stroje.

Čo robiť dnes:


aria-label na ikony a tlačidlá

<label for> pre formuláre

ikonám sociálnych sietí dať textový popis

Poznámka:

Je to zároveň UX aj „machine clarity“.

```
<button aria-label="Zatvoriť  
menu">X</button> <a href="/kosik" aria-  
label="Nákupný košík (3 položky)">  </a>
```

23. Nekonečné scrollovanie → stránkovanie/URL

Prečo (FAKT):

Infinite scroll bez URL fragmentácie môže znížiť indexáciu obsahu a dostupnosť položiek pre crawl.

Čo robiť dnes:

- stránkovanie s unikátnymi URL
- alebo „Load more“ + pushState URL
- všetky stránky v sitemap

AI/Google nemusia prejsť celý scroll.

50 článkov na infinite scroll:

AI vidí: 5

Pagination: všetkých 50

24. Cleanup nadbytočného kódu

Prečo (FAKT):

Zbytočný kód zvyšuje parsing šum a zhoršuje výkon. Výkon nepriamo znižuje crawl budget a UX.

Čo robiť dnes:

- odstrániť nepoužívané CSS/JS
- minimalizovať inline štýly
- validovať HTML

Nie je to „AI hack“. Je to disciplína.

25. Meta tagy a jazyk (lang + OG)

Prečo (FAKT):

Jazykové nastavenie a meta kontext znižujú riziko nesprávnej interpretácie a zlepšujú distribúciu obsahu.

Čo robiť dnes:

- `<html lang="sk">`
- unikátny `<title>` a description
- Open Graph tagy

Zlý lang môže znížiť relevanciu pre lokálne dotazy.

```
<html lang="sk"> <title>Unikátny title 50-60 znakov</title>  
<meta name="description" content="Unikátny popis 150-160  
znakov">
```

26. Markdown formátovanie v CMS

Prečo (FAKT):

Nadbytočné `/inline` štýly z Wordu robia štruktúru menej čitateľnou a zvyšujú šum.

Čo robiť dnes:

- používať čisté bloky (p, ul, ol, table)
- ak blog: Markdown pipeline alebo čistenie HTML
- tabuľky a zoznamy robiť natívne

Je to „content hygiene“.

27. E-shop: Product + Offer + Review schema

Prečo (FAKT):

Bez Product/Offer je produkt pre AI „textová stránka“. So schema je to „objekt s cenou, dostupnosťou, SKU“.

Čo robiť dnes:

- Product (name, sku, brand)
- Offer (price, currency, availability)
- AggregateRating/Review ak existuje
- breadcrumbs aj na produktoch

```
{ "@type": "Product",  
  "name": "Trek Marlin 7",  
  "offers":  
  { "@type": "Offer",  
    "price": "899",  
    "priceCurrency": "EUR",  
    "availability": "InStock" } }
```

AI vie odpovedať cenou/dostupnosťou len keď to nemusí hádať z textu.



BONUSY

LLMS.txt: stručný AI-readable súbor s profilom firmy, službami, kontaktom, preferovanými URL

Dátová hustota: viac faktov na 100 slov, menej „vaty“

Entity consistency: rovnaký názov, adresa, služba naprieč webom aj externými zdrojmi

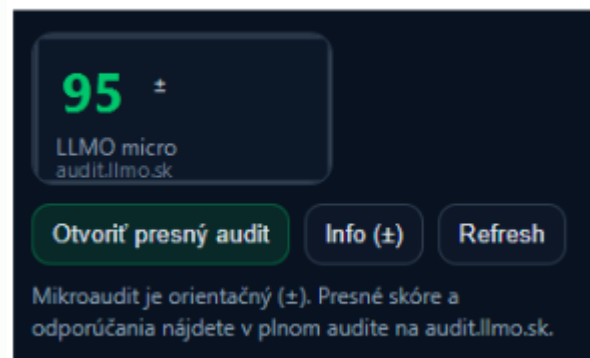
AI Overview readiness: sekcie s citovateľnými faktami, definíciami, postupmi

*Ako zistím, či je môj web
čitateľný pre AI?*

llmo.sk / audit.llmo.sk

Rýchla realita, nie pocit

- URL → analýza
- skóre 0–100
- konkrétne chyby
- konkrétne odporúčania
- <https://chromewebstore.google.com/> -
LLMO Microaudit SK



Ilmo.sk / audit.ilmo.sk

sekcii s najcastejšími otázkami a odpovedami.
-LD Article/NewsA
llms.txt a definujte

Detailný AI audit za 7,97 € (bez DPH) ✕

Detailný AI audit odomkne rozšírené metriky (EEAT, UX, médiá, odkazy, AI-overview), grafy a možnosť uložiť report ako PDF.

Nemáte ešte kód?
Zakúpte si ho ako digitálny produkt v našom e-shope a okamžite ho použite:
[Kúpiť kód pre detailný AI audit](#)

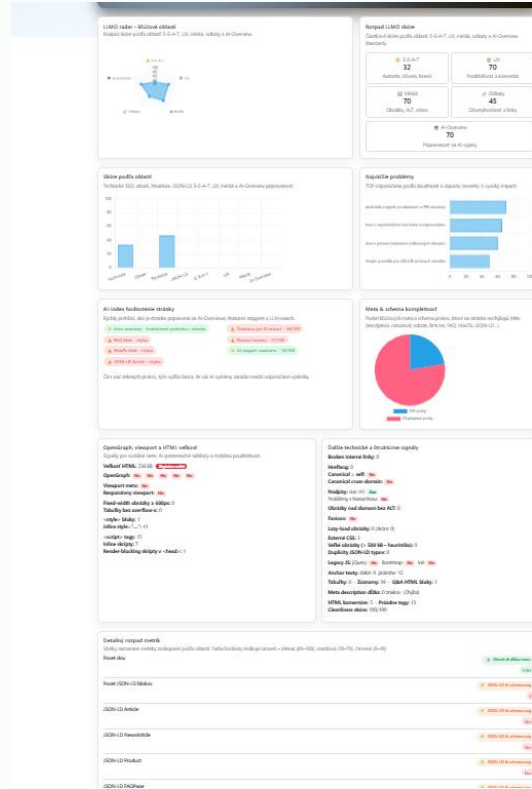
Vložte váš AI audit kód

AIAUDIT-DM-101

Po potvrdení otvoríme **nové okno** s detailným reportom (AiAuditDetail.aspx), kde sa kód overí v databáze, zobrazia sa grafy a budete môcť report stiahnuť ako PDF.

Zavrieť **Zobraziť detailný AI audit**

Ilmo.sk / audit.ilmo.sk



SEO nezomrelo. Len dospelo.

SEO nie je mŕtve

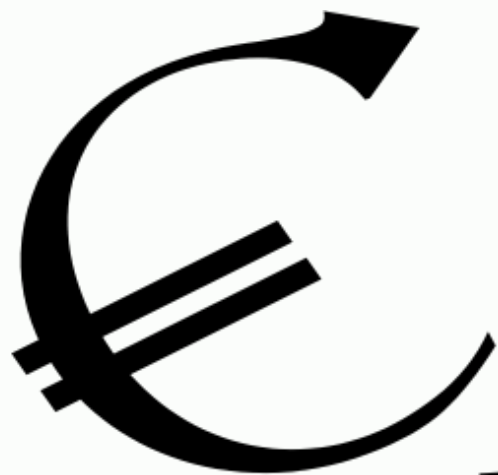
LLMO / GEO / AEO nie sú skratky k úspechu

Neexistuje „nový trik“

Buď ste odpoveď. Alebo vás AI nepoužije.

Budúcnosť nepatrí tým, ktorí majú najviac obsahu.

Ale tým, ktorí sú najlepšou odpoveďou.



Consultee



Digitálny marketing

Pomôžeme vášmu webu / eshopu rásť pomocou digitálneho marketingu



Data Driven Marketing

Marketing založený na dátach. Oslovte vďaka našim riešeniam správnych zákazníkov správnu správou v správny čas. A dokonca automaticky prostredníctvom marketingovej automatizácie



Email Marketing

Posielajte prostredníctvom našich nástrojov emaily moderne. Jednoducho, správnejmu publiku a dokonca automaticky prostredníctvom marketingovej automatizácie.



SEO

(OPTIMALIZÁCIA PRE VYHĽADÁVAČE)

Posunieme Vaše stránky vo vyhľadávačoch na vyššie pozície tak, aby Vás potenciálni zákazníci na webe našli. Pripravíme Vám SEO analýzu a spravíme Vám aj SEO školenie.



Google ADS

Zviditeľníme Vás na webe aj vďaka reklamám - Google Ads. Sme ich certifikovaný partner a s našimi skúsenosťami Vám ušetríme investície.

Ďakujem

Ing. Martin Drdák MBA

www.linkedin.com/in/martindrak

martin.drdak@consultee.biz