

Traficul online din România își încetinește scăderea, iar AI accelerează: ce arată datele actualizate pe trafic.dwf.ro

11 septembrie 2026 · Date și analize

DATE CHEIE

784	site-uri românești în setul actualizat	145,7 mil.	sesiuni în august
+154,4%	trafic din asistenți AI, an la an	+17,7%	venituri eCommerce, an la an

Prima actualizare a dashboard-ului public [trafic.dwf.ro](#) aduce și primele date comparabile de la lansare și arată cum a evoluat piața digitală românească într-o singură lună.

București, 10 septembrie 2026 - Lansat de DWF în august 2026, dashboardul agregă anonim date din proprietăți Google Analytics 4 monitorizate direct de agenție. Datele actualizate acoperă **784 de site-uri românești**, cu **145,7 milioane de sesiuni și 829.000 de tranzacții** pe luna august.

Dashboardul este disponibil gratuit, fără cont.

Ce s-a schimbat față de luna anterioară

Primul set, bazat pe datele lunii iulie, arăta o scădere a tuturor canalelor clasice, în timp ce traficul din asistenți AI era singurul aflat pe creștere. O singură lună nu confirmă un trend, dar datele din august arată că ipoteza „toate canalele clasice scad” nu mai descrie piața la fel de clar.

Paid și Social au revenit pe creștere, scăderea Search s-a temperat, iar traficul din asistenți AI a crescut cu 154% într-un an. În eCommerce, veniturile sunt cu 17,7% mai mari.

Canal	Sesiuni (August)	Evoluție YoY (Iulie)	Evoluție YoY (August)
Trafic total	145,7 mil.	-10,7%	-7,1%
Search	39,3 mil.	-20,0%	-18,3%
Paid	44,0 mil.	-1,7%	+7,0%
Social	3,5 mil.	-1,0%	+9,8%
Direct	27,3 mil.	-12,9%	-10,9%
Asistenți AI	995.000	+47,6%	+154,4%

Notă metodologică: cohorta se recompune la fiecare ediție, iar variațiile year over year sunt calculate pe luni calendaristice complete. Volumele absolute din fiecare lună nu sunt comparabile direct de la o ediție la alta; procentele de evoluție sunt.

AI: creșterea s-a triplat între două ediții consecutive

Traficul din asistenți AI a ajuns la **995.000 de sesiuni în august**, în creștere cu **154,4% YoY** față de 47,6% în primul set de calcul pe iulie. Este a **14-a lună consecutivă** în care canalul depășește nivelul anului anterior.

Ponderea AI a crescut de la **1,43% la 2,53% din traficul Search**, dar rămâne la doar **0,68% din traficul total**. Canalul este dominat de ChatGPT, care generează acum **98,5% din traficul AI**, față de 97,1% în ediția precedentă. Claude și Gemini au câte 0,6%, iar Copilot 0,2%.

„AI-ul înseamnă 0,7% din tot traficul și 0,8% din veniturile magazinelor. Dacă te uiți doar la volum, nu e nimic de discutat. Eu mă uit și la rata de creștere, și la ce face vizitatorul acela când ajunge pe site: convertește de 1,3 ori mai des decât cel din Google organic și lasă un coș cu 28% mai mare. Iar banii aduși de AI magazinelor din studiu sunt de peste trei ori mai mari decât anul trecut, în fiecare dintre ultimele șase luni.” - Radu Mărcușu, Search Director DWF

Scade interesul informațional, dar crește e-commerce-ul

Piața digitală se împarte în două direcții: **traficul total din august 2026 este cu 7,1% sub nivelul din august 2025**, în timp ce traficul către magazinele online din cohortă este cu peste **19% mai mare** decât în aceeași perioadă a anului trecut. Veniturile eCommerce cresc cu **17,7%**, comenzile cu **13,2%**, iar valoarea medie a coșului cu **4%**.

Față de iulie, lună în care traficul total era cu **10,7% sub nivelul aceleiași perioade din 2025**, scăderea s-a temperat. În eCommerce, creșterea veniturilor s-a accelerat de la **9,8% la 17,7%**.

SEO: mai puține vizite, mai mulți bani

Decuplarea dintre trafic și valoare se vede cel mai clar în traficul organic către magazinele online: sesiunile scad cu **15,9%** față de anul trecut, dar veniturile cresc cu **6,9%**, față de -0,7% în prima ediție.

Diferența vine din calitatea traficului: rata de conversie a crescut cu **13,5%**, iar valoarea medie a comenzii cu **12%**. Cu alte cuvinte, SEO aduce mai puține vizite, dar un trafic mai orientat spre cumpărare.

Paid crește mai repede decât investiția

În eCommerce, Paid a adus cu **24,2% mai multe sesiuni** și cu **24,8% mai multe venituri** față de anul trecut, în timp ce investiția în Google Ads a crescut cu **17,6%**. Veniturile au crescut, astfel, mai repede decât bugetele.

Și costul traficului s-a redus: **CPC-ul mediu a scăzut cu 8,6%, la 0,69 lei**, față de o creștere în prima ediție. Pe doi ani, CPC-ul rămâne însă cu aproximativ **10% peste nivelul din 2024**, ceea ce arată că scăderea recentă corectează doar parțial creșterea anterioară.

Ce se întâmplă la checkout

Comparate pe aceleași magazine, canalele se comportă diferit în momentul cumpărării:

Canal	Rată de conversie	Coș mediu	Valoare / sesiune
Paid	2,44%	264 lei	6,4 lei
Asistenți AI	2,35%	377 lei	8,9 lei
Organic	1,81%	293 lei	5,3 lei
Direct	1,15%	411 lei	-

Traficul din AI convertește de **1,3 ori mai des decât Google organic** și generează un coș mediu cu **28% mai mare**. Față de iulie, avantajul de conversie s-a redus de la 1,5x, pe fondul îmbunătățirii conversiei în organic.

AI rămâne **canalul cu cea mai rapidă creștere și una dintre cele mai mari valori per vizită**. Veniturile atribuite AI au ajuns la **2,1 milioane de lei în august**, dintre care **97,5% provin din ChatGPT**.

Rezerva de măsurare

GA4 identifică doar o parte din traficul AI. Estimări independente indică faptul că aproximativ **70% rămâne neatribuit** (sursa: **Loamly.ai, februarie 2026**), ceea ce ar însemna, pentru august, circa **3 milioane de sesiuni AI** și o pondere estimată de **7,6% din traficul Search**, față de 4,29% în prima ediție.

Este o estimare, nu o măsurătoare directă.

Cifre cheie, pe scurt

- **Piața pierde trafic mai lent: -7,1%, față de -10,7% în iulie.**

- **Paid și Social au revenit pe creștere**, după o perioadă de scădere ușoară.
- **AI-ul și-a triplat ritmul**, de la +47,6% la +154,4%, rămânând sub 1% din traficul total.
- **Veniturile din SEO au trecut de la stagnare la creștere**, deși traficul organic continuă să scadă puternic.
- **Volumul și valoarea nu se mai suprapun**. Un canal poate pierde vizite și câștiga bani în același timp - sau invers.

Pentru companii, concluzia practică ține de instrumentarul de raportare: câtă vreme cele două curbe merg în direcții diferite, un singur indicator de volum nu mai poate descrie performanța unui cana

trafic.dwf.ro este gratuit, nu necesită înregistrare și se actualizează lunar. Cifrele prezentate sunt aferente lunii august.

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-actualizare-date-august-2026>