

# Jak agencje marketingowe używają AI – i co to zmienia dla Ciebie jako klienta

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: lipiec 2026 · Czas czytania: ok. 7 minut

W artykule „Czy AI zastąpi agencję?” odpowiedzieliśmy na pytanie strategiczne. Tutaj otwieramy kuchnię i pokazujemy konkret: **jak w 2026 roku wygląda praca agencji z AI etap po etapie** – i, co ważniejsze, co z każdego zastosowania wynika dla Ciebie: gdzie robi się szybciej, gdzie taniej, a gdzie pojawia się ryzyko, o które warto zapytać.

## 7 etapów pracy – co robi AI, co z tego masz Ty

### 1. Audyt i research

AI przetwarza dane strony, konkurencji i tysięcy fraz w godziny, nie dni. **Dla Ciebie:** szybszy start współpracy i głębsza analiza w tej samej cenie.

### 2. Strategia

AI jako sparingpartner: scenariusze, kontrargumenty, warianty. Decyzje pozostają ludzkie. **Dla Ciebie:** plan zderzony z większą liczbą opcji, zanim trafi na Twoje biurko.

### 3. Treści

Szkice, warianty nagłówków, korekta – AI. Fakty, głos marki, redakcja – człowiek. **Dla Ciebie:** więcej treści w abonamencie; koniecznie pytaj o proces weryfikacji.

### 4. Kampanie reklamowe

Generowanie wariantów kreacji, analiza wyników, wychwytywanie anomalii. **Dla Ciebie:** szybsze testy – ale automat plus AI wymaga nadzoru, o czym piszemy osobno.

### 5. Grafika i wideo

Ilustracje, obróbka, wersje formatów pod platformy. **Dla Ciebie:** niższy koszt produkcji; materiały realistyczne wymagają oznaczania zgodnie z AI Act.

### 6. Raportowanie

Pierwsza wersja „strony zero”, wykrywanie trendów w danych. **Dla Ciebie:** czytelniejsze raporty – ale liczby i wnioski zatwierdza człowiek, który je potem obroni na spotkaniu.

## 7. Komunikacja

Notatki ze spotkań, podsumowania ustaleń, przypomnienia. **Dla Ciebie:** mniej „zgubionych” ustaleń i krótsze spotkania – zasada z naszego poradnika o rozmowach, tylko szybciej.

**Czego dobra agencja z AI NIE robi:** nie publikuje niczego bez redakcji człowieka (halucynacje!), nie wkleja Twoich danych i tajemnic do publicznych narzędzi, nie udaje, że AI nie istnieje – i nie myli generatora pomysłów ze strategią. Nowy podział pracy z naszych obserwacji: produkcja tekstu i research zajmują dziś o połowę lub więcej mniej czasu, za to rośnie czas na redakcję i weryfikację faktów, a strategia waży tyle samo co zawsze. Netto: w tym samym abonamencie mieści się więcej pracy koncepcyjnej – i tego masz prawo oczekiwać.

**Po czym poznasz, że agencja używa AI źle:** treści „pachnące” generatorem (ogólniki, identyczne konstrukcje zdań, zero konkretów z Twojej firmy); błędy faktograficzne w opublikowanych materiałach – zwłaszcza w cenach i nazwach usług; nagła masowość publikacji bez wzrostu jakości; wymijające odpowiedzi na pytanie „co w tym procesie robi człowiek”; oraz cennik i zakres niezmiennie od lat, jakby rewolucja produktywności ominęła akurat Twoją fakturę.

## Z naszej praktyki (dane uproszczone):

Przejęliśmy klienta po agencji, która chwaliła się „pełnym wdrożeniem AI” [Agencja Marketingowa](#) – w praktyce: dwadzieścia artykułów miesięcznie prosto z generatora, bez redakcji. Skutki: w trzech tekstach błędne informacje o cenach usług samego klienta (halucynacje), a po aktualizacji algorytmu Google – zjazd pozycji, bo masa cienkich treści zaczęła ciążyć całej domenie. Naprawa bolała: wycieliśmy ponad połowę archiwum i przesłaliśmy na cztery porządne artykuły miesięcznie, budowane na wiedzy właściciela. Pozycje wróciły i przebiły stan wyjściowy. Morał, który wraca w tym cyklu jak refren: AI skaluje wszystko – jakość też, ale bylejakiej szybko.

## Q&A: Twoje prawa jako klienta

## 1. Czy mogę zabronić agencji używania AI przy moim koncie?

Możesz – wystarczy zapis w umowie. Zanim to zrobisz, rozważ jednak, czy chcesz płacić za wolniejszą pracę. Zwykle lepszym środkiem jest wymóg zamiast zakazu: obowiązkowa redakcja człowieka, weryfikacja faktów i oznaczanie treści. Kontrola bez rezygnacji z korzyści.

## 2. Skoro AI obniża koszty agencji, czy dostanę niższą cenę?

Częściej realną korzyścią jest większy zakres w tej samej cenie niż niższa faktura – bo staniała produkcja, a nie odpowiedzialność. To jednak w pełni negocjowalne: pytaj wprost, co dokładnie mieści się dziś w abonamencie, czego nie mieściło się dwa lata temu.

## 3. Jak sprawdzić, czy treści naprawdę przechodzą redakcję?

Dwa proste testy: poproś o opis procesu (kto pisze, kto weryfikuje, kto akceptuje) i wrywkowo sprawdź fakty w dwóch ostatnich tekstach – ceny, nazwy, liczby. Błąd w danych o Twojej własnej firmie to czerwona flaga, której nie tłumaczy żadna technologia.

### Werdykt Boostwave

AI zmieniło kuchnię każdej agencji marketingowej – pytanie tylko, czy w Twojej agencji zmieniło ją na lepsze. Odpowiedź poznasz po trzech rzeczach: otwartości w mówieniu o procesie, jakości weryfikacji i tym, czy oszczędność wraca do Ciebie zakresem. Kuchnia, którą chętnie się pokazuje, zwykle jest czysta. Ta zasada działała przed AI i działa po nim.

## Chcesz zobaczyć nasz proces AI + człowiek na żywym przykładzie?

► Pokażemy go na pierwszej rozmowie: [Poznaj ofertę Boostwave](#)

Boostwave – agencja marketingowa z Warszawy. Pomagamy firmom zamieniać widoczność w klientów.

**i Transparentność treści (AI):** Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację publikujemy zgodnie z zasadą przejrzystości wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act).

### Agencja SEO BoostWave

Jesteśmy ekspertami SEO, która pomaga warszawskim firmom wygrywać walkę o klienta. Zamiast tanich sztuczek, stawiamy na skuteczne strategie SXO.

Więcej informacji: <https://boostwave.pl>

 **Adres:** ul. Hoża 86/410, 00-682 Warszawa

 **Telefon:** 510 768 987

 **Email:** kontakt@boostwave.pl

---

 **Godziny otwarcia:**

Poniedziałek - Piątek: 08:00 - 18:00

Sobota - Niedziela: Zamknięte

**Darmowa Wycena SEO**