

Czy AI zastąpi agencję marketingową? Szczera odpowiedź na najczęstsze pytanie 2026 roku

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: lipiec 2026 · Czas czytania: ok. 8 minut

To pytanie pada na co drugiej pierwszej rozmowie – często z niewypowiedzianym podtekstem: „po co mi wy, skoro jest ChatGPT?”. Zasłużone pytanie i zła wiadomość dla branży: część odpowiedzi brzmi „macie rację”. Odpowiadamy więc bez PR-u, w trzech częściach: co AI już realnie zastąpiło, czego nie zastąpi – i co to wszystko oznacza dla Twojego portfela.

Część 1: Co AI już zastąpiło – uczciwie

Masową produkcję prostych tekstów. Podstawowy research. Proste grafiki. Pierwsze wersje niemal wszystkiego. Sporą część mechanicznego raportowania. Konsekwencja rynkowa jest brutalna i słuszna zarazem: **usługi typu „10 tekstów SEO za X złotych” straciły rację bytu**, a agencje, których model opierał się na ilości, znikają albo gwałtownie tanieją. Praktyczny wniosek dla Ciebie: jeśli Twoja obecna agencja sprzedaje Ci dokładnie to samo co w 2021 roku, tylko drożej – masz pełne prawo zapytać dlaczego.

Część 2: Czego AI nie zastępuje – i dlaczego to jest sedno usługi

Strategia i wybory

AI wygeneruje pięćdziesiąt pomysłów w minutę. Nie weźmie odpowiedzialności za wybór jednego i odrzucenie czterdziestu dziewięciu – a marketing to głównie sztuka mówienia „nie”.

Kontekst Twojej firmy i rynku

Twoje marże, sezonowość, lokalna konkurencja z sąsiedniej ulicy – tego nie ma w danych treningowych żadnego modelu. Ktoś musi ten kontekst znać i wносить do każdej decyzji.

Odpowiedzialność

Narzędzie nie stanie przed Tobą na miesięcznym spotkaniu i nie odpowie za wynik. Rozliczalność – ktoś, kto pilnuje, poprawia i tłumaczy się z liczb – to usługa, nie funkcja.

Prawda i marka

Halucynacje, kwestie prawne (AI Act, prawa autorskie) i spójny głos marki wymagają redakcji człowieka. Publikacja bez niej to rosyjska ruletka reputacją.

Egzekucja w czasie

Systematyczność przez dwanaście miesięcy – publikacje, optymalizacje, reakcje – to nie funkcja narzędzia, tylko dyscyplina zespołu. Narzędzia nie mają nawyków.

Pętla z Twoją sprzedażą

Informacja „ci z kampanii A kupują, ci z B tylko pytają” musi krążyć między firmą a marketingiem. Tę pętlę utrzymują ludzie – i to ona robi największą różnicę w wynikach.

Część 3: Co to znaczy dla Twojego portfela

Zmieniła się umowa wartości między firmą a agencją: **płacisz coraz mniej za „wytwarzanie”, coraz więcej za myślenie i odpowiedzialność**. W praktyce: w tym samym abonamencie powinno mieścić się dziś więcej pracy niż trzy lata temu – bo produkcja staniała. Cztery pytania, które warto zadać każdej agencji w 2026 roku:

1. Gdzie konkretnie używacie AI w pracy nad moim kontem?
2. Co w tym procesie robi wyłącznie człowiek?
3. Czy oszczędność z AI wraca do mnie – większym zakresem albo niższą ceną?
4. Jak weryfikujecie fakty i oznaczacie treści (AI Act)?

A może samemu z AI, zamiast agencji? Uczciwie: dla części firm – tak. Sztuczna inteligencja realnie obniżyła próg samodzielnego marketingu, a nasz test „samodzielnie czy agencja” plus poradnik o AI od zera dają wszystko, czego trzeba na start. Warunki pozostały te same, co przed AI: czas, systematyczność i chęć.

Mówimy to wprost, bo klient zmuszony do agencji brakiem alternatyw to zły klient – a rynek, na którym firmy wybierają świadomie, jest lepszy także dla nas.

Dwa skrajne kłamstwa, które usłyszysz na rynku: „AI to hype, u nas nic się nie zmienia” – mówią ci, którzy nie nadążyli i liczą, że klienci też nie zauważą. Oraz: „AI zastąpi wszystko, zwolnij agencję i marketera dziś” – mówią głównie sprzedawcy kursów i narzędzi, którym płacisz zamiast tamtym. Prawda jest nudniejsza od obu skrajności: **zmienił się podział pracy, nie zniknęła potrzeba pracy.**

Z naszej praktyki (dane uproszczone):

Klient rozstał się z nami z komunikatem wprost: „ChatGPT robi to samo za ułamek ceny”. Wrócił po siedmiu miesiącach – i co ważne, nie dlatego, że AI go zawiodło. Zawiodło co innego: nikt nie miał czasu używać go systematycznie. Trzy kampanie ustawione i porzucone, treści publikowane zrywami, pomiar rozjechany. Jego własna diagnoza, nie nasza: „narzędzie było, brakowało kogoś, kto codziennie dokręca śruby”. Wróciliśmy w modelu hybrydowym – on tworzy surowe materiały z pomocą AI, my odpowiadamy za strategię, redakcję i optymalizację. Dla równowagi dodajmy uczciwie: mamy też byłych klientów, którzy odeszli „do AI” i radzą sobie świetnie. I dobrze – to znaczy, że test z naszego poradnika zadziałał u nich we właściwą stronę.

Q&A: pieniądze i przyszłość

1. Skoro AI tak przyspiesza pracę, czemu ceny agencji nie spadły o połowę?

Bo staniała produkcja, a nie myślenie i odpowiedzialność – które zawsze były głównym składnikiem ceny. Ale masz rację co do kierunku: zakres w abonamencie powinien rosnąć. Jeśli od dwóch lat dostajesz dokładnie tyle samo za tyle samo – to temat na negocjacje, a nasz artykuł o kulisach miesiąca pracy podpowie, o co konkretnie pytać.

2. Po czym poznać agencję, która używa AI mądrze?

Mówi o tym otwarcie i bez wybiegów, ma spisany proces weryfikacji faktów, oznacza treści zgodnie z AI Act, a oszczędność widać w zakresie usług. To zresztą jedno z najlepszych pytań rekrutacyjnych przy wyborze agencji marketingowej – wymijająca odpowiedź też jest odpowiedzią.

3. A jak to będzie wyglądać za dwa–trzy lata?

Uczciwie: w szczegółach nie wie nikt, a kto twierdzi inaczej, sprzedaje prognozę, nie wiedzę. Kierunek jest jednak czytelny: jeszcze więcej automatyzacji wykonania i jeszcze większa premia za strategię, dane własne i markę. Dlatego w planie na 2027 rok radzimy budować aktywa, nie tylko kampanie – aktywa przetrwają każdą wersję tej technologii.

Werdykt Boostwave

Czy AI zastąpi agencję marketingową? Złą – już zastępuje, i słusznie. Dobrą – właśnie uzbroiło: w szybszą produkcję, głębszą analizę i więcej czasu na to, za co naprawdę płacisz, czyli myślenie i odpowiedzialność. To pytanie warto zresztą zadawać co roku od nowa – także nam. Agencja, która przestaje się go [Agencja Marketingowa](#) bać, przestaje się też rozwijać.

Zadaj nam te cztery pytania o AI – odpowiemy konkretnymi, nie sloganami.

► Umów rozmowę: [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

BoostWave to agencja SEO, specjalizująca się w pomaganiu lokalnym przedsiębiorcom wygrywać walkę o klienta. Nie oferujemy pustych obietnic, oferujemy skuteczne strategie SXO.

Sprawdź nas: <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

Skonsultuj się z nami