

## **Nowości z ekosystemu Google – kluczowe zmiany w strategiach PPC**

W obliczu rosnącej konkurencji i zmieniających się wymagań rynku, jednym z najważniejszych narzędzi, które umożliwia firmom osiągnięcie lepszych wyników w kampaniach PPC, jest sztuczna inteligencja (AI). Zgodnie z najnowszymi danymi, AI nie jest już opcją, ale absolutną koniecznością, jeśli firmy mają utrzymać konkurencyjność i skutecznie adaptować się do dynamicznych warunków.

## **Trendy rynkowe i zachowania konsumentów**

Rynki e-commerce w Polsce rosną w szybkim tempie. Prognozy wskazują na wzrost o 7,2% w 2025 roku, a sprzedaż online wzrosła o 12,4% r/r, przy czym sprzedaż transgraniczna zanotowała jeszcze większy wzrost – o 25,2% r/r. Kluczowym trendem, który wyłania się z analiz, jest rosnąca potrzeba "Value Shopping" – konsumenci stawiają na zakup wartościowych produktów, co ma ogromny wpływ na sposób planowania kampanii marketingowych.

## **Rewolucyjne narzędzia kreatywne i innowacje w YouTube**

Google wprowadza także przełomowe narzędzie – **VEO 3**, model AI do generowania wideo z tekstu, które pozwala na tworzenie materiałów wideo o jakości niemal kinowej. Jest to przykład jak AI wpływa na rozwój mediów w reklamie, umożliwiając bardziej efektywne tworzenie treści. Z kolei platforma YouTube wprowadza funkcję **Open Call w BrandConnect**, która umożliwia łatwiejszą współpracę marek z twórcami treści, co znacząco zwiększa zasięg i angażowanie odbiorców.

## **Ekspertyza w AI jako przewaga konkurencyjna**

Z danych Google i Boston Consulting Group wynika, że agencje marketingowe są średnio o 35% bardziej zaawansowane w wykorzystaniu AI w marketingu niż reklamodawcy. Współczesne podejście do marketingu, oparte na AI, daje firmom możliwość szybszej adaptacji do rynku, personalizacji ofert, pomiaru ROI w czasie rzeczywistym i optymalizacji działań reklamowych.

*Odpowiadając na pytanie, jaki jest klucz do szybszej adaptacji do wymagań rynku i lepszego ROI w kampaniach PPC – zdecydowanie korzystanie z AI, które obecnie nie jest już opcją, ale koniecznością, żeby zdobyć przewagę rynkową –*

**Borys Marushchak - Performance Marketing Manager w [agencji digital marketingowej Harbingers](#)**

### **Wnioski strategiczne**

AI staje się fundamentem skutecznych kampanii PPC. To narzędzie, które pozwala nie tylko na optymalizację działań w czasie rzeczywistym, lecz także na personalizację ofert i lepsze dopasowanie treści do potrzeb konsumentów. Firmy, które zainwestują w AI, zyskają przewagę konkurencyjną, zwiększą efektywność swoich kampanii i przyspieszą adaptację do ciągle zmieniającego się rynku.

### **Źródła:**

- [Think with Google: Advertising Agency Partnership AI Adoption](#)
- [Think with Google: CMO AI Adoption Survey](#)
- [YouTube Trends Report](#)
- [Google Cloud: VEO 3 Public Preview](#)