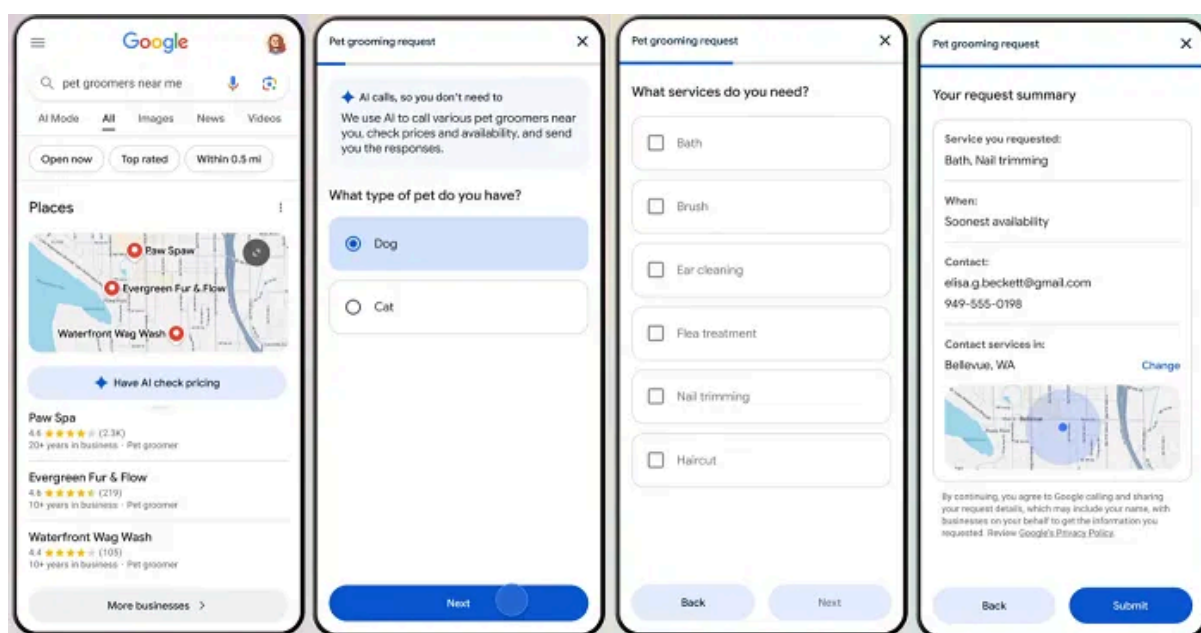


Google wprowadza AI, które dzwoni do firm. A to dopiero początek – zmiany w kampaniach Performance Max i raportach Google Ads

Google testuje sztuczną inteligencję, która... dzwoni do lokalnych firm w imieniu użytkownika. To już nie zapowiedź przyszłości, ale konkretna funkcjonalność testowana w USA. Równoległe gigant z Mountain View wdraża istotne zmiany w kampaniach Performance Max i systemie raportowania Google Ads, które dotyczą tysięcy marketerów również w Polsce.

Google AI w akcji: asystent, który wykona telefon za Ciebie



Nowa funkcja, testowana obecnie w Stanach Zjednoczonych, pozwala użytkownikowi zlecić Google AI wykonanie połączenia do lokalnej firmy w celu uzyskania konkretnych informacji, na przykład o cenach lub dostępności usług. Wystarczy zapytać Asystenta Google, a system sam zadzwoni, porozmawia z pracownikiem i zwróci gotowe podsumowanie.

Widzimy początek ery tzw. agentowej AI, czyli sztucznej inteligencji, która działa w imieniu człowieka, wykonując realne czynności w świecie offline. Choć na razie to rozwiązanie testowane jest poza Europą, jego wpływ na sposób interakcji klientów z wyszukiwarką i biznesami lokalnymi będzie globalny. To kwestia czasu, aż ten typ rozwiązań trafi do Polski – komentuje Borys Marushchak, Performance Marketing Manager w Harbingers.

Zmiana, która wymusi ruch po stronie marketerów – zasoby marki w PMax teraz na poziomie kampanii

Od teraz zasoby marki takie jak logo i nazwa firmy nie będą przypisane do pojedynczych grup, lecz do całej kampanii Performance Max. Dla użytkowników interfejsu oznacza to zmianę widoku. Ale dla firm zarządzających kampaniami przez API to konieczność natychmiastowej aktualizacji implementacji. Brak reakcji może skutkować błędami w działaniu kampanii.

Nowe raporty = mniej klików, więcej danych

W ramach aktualizacji Google Ads wprowadza rozwijane wiersze w *Channel Performance Report* (na razie w wersji beta). To pozwala jednym kliknięciem porównać skuteczność reklam opartych na feedzie produktowym i tych tworzonych z ręcznie dodanych zasobów.

– *To niepozorna zmiana, która w praktyce daje ogromny zysk czasowy i analityczny. Użytkownicy PMax w końcu mogą szybko ocenić, które typy kreacji działają najlepiej bez przekopywania się przez warstwy raportów* – **dodaje Borys Marushchak.**

Gemini 2.5 Pro – zaawansowana AI dostępna szerzej

Google udostępniło również nową wersję swojego modelu AI – Gemini 2.5 Pro – dla subskrybentów usługi Google AI Premium. Model wspiera m.in. programowanie, złożone rozumowanie i zadania matematyczne. To kolejny dowód na to, jak szybko rozwija się ekosystem Google wokół sztucznej inteligencji, nie tylko w kontekście użytkownika końcowego, ale też profesjonalnych zastosowań.

Jedno jest pewne – Google nie zamierza zwalniać

Połączenie automatyzacji, AI i integracji usług Google nabiera tempa. To już nie tylko trend, ale konkretne narzędzia, które wpływają na codzienną pracę marketerów i właścicieli firm.