

Google uruchamia agentic commerce i nowy standard Universal Commerce Protocol – rewolucja w handlu cyfrowym w 2026 roku

Google zapowiada kolejną fazę transformacji ekosystemu reklam i e-commerce, tym razem w kierunku **handlu agentowego (ang. agentic commerce)**, w którym AI nie tylko doradza, ale też finalizuje zakupy w imieniu klientów. Zmiany ogłoszone na początku roku stawiają fundamenty pod nowy model sprzedaży, w którym marketerzy i firmy muszą na nowo zdefiniować rolę danych produktowych, strategii reklamowej oraz obsługi klienta online.

Nowe rozwiązania Google koncentrują się na trzech kluczowych filarach:

1. Universal Commerce Protocol – standard komunikacji między AI a sklepami internetowymi

Google, wraz z partnerami branżowymi, wprowadza Universal Commerce Protocol (UCP), czyli otwarty standard, który ma położyć kres klasycznemu modelowi kliknij, przejdź na stronę, kup. UCP umożliwia **bezproblemową wymianę informacji między agentami AI, platformami sprzedażowymi i systemami płatności**, tak aby inteligentne systemy mogły prowadzić proces zakupowy od odkrycia produktu po płatność bez konieczności przechodzenia na tradycyjną stronę sklepu.

Dzięki temu rozwiązaniu konsumenci będą mogli:

- odkrywać i porównywać produkty przez AI w naturalnej konwersacji,
- ukończyć zakup w ramach AI Mode lub aplikacji Gemini,
- korzystać z natychmiastowych transakcji bez opuszczania interfejsu AI.

2. Direct Offers – personalizacja ofert w czasie rzeczywistym

Google testuje nowy format reklamowy Direct Offers, który pozwala markom wysyłać **personalizowane oferty zakupowe bezpośrednio w AI Mode** – dokładnie w momencie, gdy klient jest gotowy do zakupu. System analizuje kontekst konwersacji i zamiary użytkownika, po czym prezentuje mu odpowiednie

rabaty, pakiety promocyjne lub inne wartościowe propozycje zakupowe. To rozwiązanie stanowi most pomiędzy decyzją zakupową a finalizacją transakcji i może znacząco zwiększyć współczynnik konwersji, redukując straty wynikające z tradycyjnych porzuceń koszyków.

3. AI Mode i Gemini – nowe doświadczenia wyszukiwania i zakupów

Zgodnie z najnowszym newsem Google z lutego 2026 r., AI Mode w wyszukiwarce ma stać się centralnym narzędziem interakcji z użytkownikiem, łącząc tradycyjne wyszukiwanie, inspirację zakupową i realizację transakcji w jednym doświadczeniu.

Nowe możliwości obejmują m.in.:

- interaktywną konwersację zamiast wpisywania fraz,
- dynamiczne rekomendacje produktów i usług na podstawie kontekstu rozmowy,
- bezpośredni dostęp do realizacji zakupów z wykorzystaniem danych płatniczych zapisanych w usługach Google.

Model Gemini (aktualizowany w styczniu 2026 r.) został rozszerzony o narzędzia ułatwiające handel agentyczny(agentowy), w tym **rodzaje ofert, sugestie zakupowe i integrację z systemami płatności.**

2026 to nie tylko ewolucja narzędzi, to przełom w zaufaniu w relacji marka–klient. Universal Commerce Protocol i handel agentyczny(agentowy) redefiniują pojęcie cyfrowej konwersji: Twoja strona przestaje być jedynym miejscem sprzedaży, staje się źródłem danych dla agentów AI, którzy decydują o zakupie klienta. Największe ryzyko dla firm MŚP to zaniedbanie jakości danych produktowych. Bez perfekcyjnego feedu Twój produkt może nigdy nie zostać wybrany przez AI –
komentuje Borys Marushchak, Performance Marketing Manager, Harbingers

Co to oznacza w praktyce?

Nowe funkcje Google dla reklamodawców i sprzedawców przekształcają cały cykl zakupowy i sposób, w jaki marki mogą angażować klientów online:

- **jakość danych produktowych staje się strategicznym aktywem**, agent AI interpretuje je bezpośrednio w kontekście zapytań użytkowników.
- **tradycyjne narzędzia reklamowe ustępują miejsca modelom reagującym na intencję**, reklama musi być bardziej kontekstowa, a nie tylko oparta na słowach kluczowych.
- **personalizacja i bezpośrednie oferty w czasie rzeczywistym** stają się podstawowym elementem konwersji, szczególnie w wyszukiwaniu konwersacyjnym i AI Mode.

Źródło:

<https://blog.google/products/ads-commerce/digital-advertising-commerce-2026/>