

# Pomelli od Google dostępne w Polsce. AI pomoże firmom tworzyć kampanie zgodne z marką

Google udostępniło Pomelli użytkownikom w Europie, w tym w Polsce. To eksperymentalne narzędzie AI stworzone przez Google Labs we współpracy z Google DeepMind, które analizuje stronę internetową firmy i pomaga tworzyć materiały marketingowe spójne z jej stylem, językiem i identyfikacją wizualną. Narzędzie jest dostępne w języku angielskim.

Pomelli było wcześniej dostępne w publicznej wersji beta m.in. w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, Australii i Nowej Zelandii. Od 21 kwietnia 2026 roku z narzędzia mogą korzystać także użytkownicy w Unii Europejskiej, Islandii, Liechtensteinie, Norwegii, Szwajcarii i Wielkiej Brytanii. Rozwiązanie powstało z myślą przede wszystkim o małych i średnich firmach, które chcą szybciej przygotowywać materiały promocyjne, ale nie zawsze mają dostęp do rozbudowanego zespołu marketingowego, graficznego czy strategicznego. Pomelli ma wspierać tworzenie treści do mediów społecznościowych, reklam, stron internetowych oraz materiałów produktowych.

## Jak działa Pomelli?

Użytkownik podaje adres strony internetowej firmy, a Pomelli analizuje jej zawartość i tworzy tzw. **Business DNA** – profil marki obejmujący m.in. ton komunikacji, kolory, fonty i obrazy. Na tej podstawie narzędzie proponuje pomysły kampanii albo pracuje na bazie promptu wpisanego przez użytkownika. Następnie generuje gotowe kreacje, które można edytować i pobrać bezpośrednio w Pomelli. Google rozwija też funkcje przydatne w e-commerce. **Photoshoot** pozwala zmieniać proste zdjęcia produktów w bardziej profesjonalne ujęcia studyjne lub lifestyle'owe, wykorzystując kontekst marki oraz model generowania obrazów Nano Banana.

## Co to oznacza dla firm?

Pomelli pokazuje, że AI coraz częściej nie tylko generuje pojedyncze teksty czy grafiki, ale zaczyna wspierać cały proces marketingowy: od analizy marki, przez pomysł kreatywny, po przygotowanie materiałów do kampanii.

*Pomelli to ciekawy sygnał dla rynku, ale nie zastępstwo dla strategii marketingowej. Narzędzia AI coraz częściej nie tylko generują grafiki, ale próbują rozumieć markę, jej język, estetykę i ofertę. To może być realne wsparcie dla mniejszych firm, zwłaszcza na etapie szybkiego tworzenia pierwszych wariantów materiałów. Warto jednak pamiętać, że automatyzacja nie naprawi słabej strategii, niespójnej komunikacji ani nieuporządkowanych danych produktowych. Jeśli marka nie ma jasno określonego pozycjonowania, tonu komunikacji i zasad pracy z kreatywem, AI może tylko szybciej powielić chaos. Dlatego w 2026 roku przewagę będą mieć firmy, które połączą automatyzację z kontrolą jakości, spójnością marki i dobrze przygotowanym zapleczem danych. Najważniejsze pytanie nie brzmi dziś czy korzystać z AI, ale czy mamy wystarczająco uporządkowaną markę, dane i procesy, żeby AI pracowało na naszą korzyść – komentuje Tomasz Welc, Performance Manager w Harbingers.*

## Źródła

- Google Blog: **Pomelli AI marketing tool for SMBs is now in Europe**
- Google Polska: **Nowe narzędzie AI dla MŚP**
- Google Labs Help: **Get started with Pomelli**
- Google Blog: **Pomelli now creates studio-quality marketing assets**