

15 października 2025 r.

Wyszukiwarka przestaje być narzędziem do szukania, a staje się asystentem myślenia. Co Tryb AI od Google oznacza dla marek? Komentarz eksperta

W Polsce dostępne jest już najnowsze rozwiązanie Google, Tryb AI, pozwalający na zadawanie bardziej wielowątkowych pytań. Jak wpłynie to na zwyczaje użytkowników Internetu i ruch na stronach internetowych? Dostępne od około roku przeglądy AI (AI Overviews) już przyczyniły się do spadku liczby przejść na strony z wyników wyszukiwania aż o 34,5 proc. Co ta rewolucja oznacza dla firm i co liczy się w Internecie w erze sztucznej inteligencji, komentuje ekspert z dziedziny budowania marek i psychologii konsumentów.

Google rozszerzył dostępność swojego nowego **Trybu AI** na kolejne kilkadziesiąt języków i krajów, w tym Polskę. To zaawansowana wersja wyszukiwarki Google, pozwalająca na zadawanie bardziej złożonych pytań, które sztuczna inteligencja dzieli na podtematy i **wyszukuje wszystkie jednocześnie**, podpierając odpowiedzi linkami do źródeł. Pozwala na wyszukiwanie tekstem, głosem i obrazem. Google zastrzega, że cały czas pracuje nad ulepszaniem swojej sztucznej inteligencji.

Wyszukiwarka jako asystent myślenia – to koniec ery słów kluczowych?

Według dostępnych [analiz](#) przeglądy AI od Google (AI Overviews), udostępnione użytkownikom jesienią 2024 r., a w Polsce dostępne od marca bieżącego roku, **spowodowały spadek liczby przejść z wyników wyszukiwania na strony internetowe aż o 34,5 proc.**

*Co zmieni tryb AI w Google? Już [96 proc. polskich internautów korzysta z tej wyszukiwarki](#). Odpowiem więc jednym zdaniem: zmieni się wszystko – mówi Kacper Osiecki, CEO Enyo i pomysłodawca marketingowego powerhouse By The People Group. – Nie mówimy już o aktualizacji algorytmu, ale o **rewolucji poznawczej**. AI nie tylko porządkuje wyniki wyszukiwania, ono rozumie intencje użytkownika, interpretuje kontekst i syntetyzuje odpowiedzi. W efekcie **wyszukiwarka przestaje być narzędziem do „szukania”, a staje się asystentem myślenia. Dla marek to oznacza całkowitą zmianę logiki komunikacji. Dotychczas optymalizowaliśmy treści pod słowa kluczowe, a teraz musimy optymalizować je pod zrozumienie semantyczne. To, co liczy się w erze AI, to nie pozycja w wynikach wyszukiwania, ale to, czy nasze treści znajdują się w odpowiedzi generowanej przez model językowy (a tutaj otwiera się również nowa era dla mediów społecznościowych, w szczególności YouTube’a). Tryb AI w wyszukiwarce nie tylko skraca drogę od pytania do odpowiedzi, przede wszystkim **skraca też dystans między marką a decyzją konsumenta. I właśnie dlatego ta zmiana jest tak fundamentalna.*****

BY THE PEOPLE GROUP.

marketing powerhouse

Inwestycje w AI i analitykę – nowe podejście do komunikacji

By The People Group to marketingowy powerhouse, zrzeszający agencje z branż szeroko pojętej komunikacji oraz kreatywnej. Zapewnia wszystkim członkom **dostęp do narzędzi i rozwiązań trudno dostępnych dla większości małych agencji, m.in. do ekosystemów AI, wsparcia analitycznego i strategicznego**. Tylko w tym roku co trzecia złotówka z zysku została przeznaczona na rozwój technologii zwiększających potencjał kreatywny i operacyjny zespołów. Grupę tworzy obecnie ponad 150 osób. Obsługuje ona blisko 30 klientów i realizuje **ponad 500 projektów rocznie w Polsce oraz na rynkach międzynarodowych**.

BY THE PEOPLE GROUP to marketingowy powerhouse stworzony przez osiem agencji, na których czele stoją wysoko wyspecjalizowani eksperci i eksperci. Zatrudnia ponad 150 osób i współpracuje z ponad 30 klientami, obsługując ponad 500 projektów z branż kosmetycznej, modowej, gamingowej, technologicznej, FMCG, sztuki oraz motoryzacji w Polsce i na całym świecie. Jest obecna na rynkach polskim, hiszpańskim, włoskim, czeskim i austriackim.

<https://bpgmp.com/>