

Marketing w 2026 i 2027 roku – 7 zmian, które musi znać każdy właściciel firmy

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: lipiec 2026 · Czas czytania: ok. 8 minut

Nie musisz czytać branżowych newsletterów ani śledzić konferencji. Jako właściciel firmy musisz znać **siedem tektonicznych zmian**, które przedstawiają marketing w latach 2026–2027 – bo każda z nich sprowadza się do jednej decyzji po Twojej stronie. Poniżej wszystkie siedem, bez żargonu, każda z konkretnym „co z tym zrobić”. Do najważniejszych mamy osobne, pogłębione poradniki w tym cyklu.

1 Google coraz częściej odpowiada sam

Na wiele pytań użytkownik dostaje gotową odpowiedź AI (AI Overviews) nad klasycznymi wynikami – i często nigdzie już nie klika. Widoczność to dziś nie tylko pozycja w rankingu, ale bycie źródłem, które AI cytuje.

Co z tym zrobić: rozdziel frazy informacyjne od transakcyjnych i mierz obecność w odpowiedziach, nie tylko ruch.

2 Klienci pytają asystentów AI o polecenia firm

„Poleć mi dobrą księgową na Mokotowie” wpisywane w ChatGPT czy Gemini to już codzienność. Odpowiedzi budowane są z tego, co o Twojej firmie „wie” internet: strona, wizytówka, opinie, wzmianki.

Co z tym zrobić: zadбай o spójny, bogaty ślad cyfrowy – to nowa dyscyplina, którą w słowniku nazwaliśmy GEO.

3 Prawo dogoniło AI: obowiązki przejrzystości z AI Act

Od 2 sierpnia 2026 r. stosuje się kluczowe dla marketingu przepisy unijnego AI Act: informowanie, że rozmówcą jest chatbot, oznaczanie deepfake'ów i zasady dla treści generowanych przez AI. Zakazy najbardziej manipulacyjnych praktyk obowiązują już od 2025 r.

Co z tym zrobić: przejdź krótką checklistę z naszego poradnika o AI Act – dla typowej firmy to godzina porządków, nie rewolucja.

4 Pomiar kruszeje: prywatność wygrywa z precyzją

Blokady śledzenia, odrzucane zgody i regulacje sprawiają, że raporty mają coraz więcej „ciemnej materii” – części konwersji po prostu nie widać, choć klienci przychodzą.

Co z tym zrobić: buduj dane własne (baza kontaktów, CRM) i pytaj każdego klienta „skąd Pan o nas wie?”. Szczegóły w poradniku o końcu ciasteczek.

5 Reklamy przejęły automaty – i trzeba ich pilnować

Kampanie „inteligentne” (typu Performance Max) same dobierają miejsca i stawki. Automat wyda Twój budżet zawsze – mądrze tylko wtedy, gdy człowiek karmi go właściwymi danymi o konwersjach i pilnuje wykluczeń.

Co z tym zrobić: pytaj, kto i jak nadzoruje automatyzację – „ustawić i zapomnieć” to w 2026 r. przepis na przepalony budżet.

6 Zalew treści AI podniósł cenę autentyczności

Gdy każdy może wyprodukować sto poprawnych tekstów dziennie, „więcej” przestaje być przewagą. Premię dostaje to, czego AI nie podrobi: prawdziwe doświadczenie, własne dane, zdjęcia z realizacji, rozpoznawalna marka.

Co z tym zrobić: mniej treści, ale z Twoją wiedzą w środku – i uczciwie oznaczonych, gdy AI pomagało.

7 Marketing systematycznie drożeje

Reklama to aukcja, a licytujących przybywa; darmowe zasięgi wysychają; precyzja kosztuje więcej. Za te same efekty płaci się rok do roku więcej – to trend strukturalny, nie chwilowy.

Co z tym zrobić: odpowiadaj efektywnością, nie tylko budżetem – sześć ruchów obronnych rozpisaliśmy w poradniku o prognozach budżetowych.

Antyporadnik na FOMO: nie musisz reagować na wszystkie siedem naraz. Wybierz dwie zmiany najbliższe Twojemu modelowi biznesu (dla większości firm lokalnych będą to nr 1–2 i nr 3), zaplanuj po jednej decyzji na kwartał – a resztę obserwuj. Strategia to także świadome odkładanie rzeczy na później.

Czego NIE robić w odpowiedzi na trendy: nie wykonuj panicznych zwrotów za każdą nowinką (koszt zmiany kierunku zjada zyski z każdego kierunku); nie kupuj „pakietów AI” bez nazwanego celu biznesowego; i nie porzucaj tego, co u Ciebie działa, tylko dlatego, że ktoś nazwał to „starym”. Wizytówka Google i dobra strona są „stare” – i wciąż wygrywają najczęściej lokalnych rynków w Polsce.

Z naszej praktyki (dane uproszczone):

Klient B2B z Warszawy przyszedł z gotową decyzją: „przenosimy budżet na TikToka, bo wszyscy mówią, że tam jest przyszłość”. Zanim cokolwiek przenieśliśmy, sprawdziliśmy jedno: kim są jego klienci. Odpowiedź – dyrektorzy operacyjni firm produkcyjnych, którzy decyzje podejmują po lekturze materiałów eksperckich i rekomendacjach. Zamiast tańczyć trendy, zbudowaliśmy treści, które te osoby czytają i które asystenci AI zaczęli cytować przy pytaniach porównawczych. Morał, który przydaje się co roku na nowo: trend rynkowy to nie to samo, co *Twój* trend. Zmiany z tej listy filtruj zawsze przez jedno pytanie – gdzie decydują moi klienci?

Q&A: jak to ugryźć

1. Która z tych zmian najmocniej dotknie małą firmę lokalną?

Numery 1–2 (klienci coraz częściej pytają map i asystentów AI, więc wizytówka i opinie rosną na znaczeniu), numer 3 przy publikowaniu treści oraz numer 7, bo dotyczy każdego budżetu. Koniec ciasteczek (nr 4) boli firmy lokalne najmniej – targetowanie geograficzne działa po staremu.

2. Czy to znaczy, że dotychczasowa wiedza się dezaktualizuje?

Fundamenty – nie: dobra oferta, szczelna konwersja, pomiar i regularność działają tak samo jak dekadę temu. Zmienia się dystrybucja uwagi, czyli *gdzie* i *jak* klienci Cię znajdują. Kto ma fundamenty, ten zmiany kanałów przechodzi spokojnie; kto ich nie ma, tego żaden trend nie uratuje.

3. Jak często robić przegląd strategii pod kątem takich zmian?

Lekki przegląd kwartalnie (czy któraś zmiana uderza w mój kanał numer jeden?), gruntowny raz w roku. Szybsza reakcja jest uzasadniona tylko wtedy, gdy zmiana bije wprost w źródło większości Twoich zapytań – dobra agencja marketingowa powinna sygnalizować to sama, zanim zapytasz.

Werdykt Boostwave

Lata 2026–2027 nie wymagają od właściciela firmy zostania ekspertem od AI ani prawa unijnego. Wymagają siedmiu świadomych decyzji – z których większość sprowadza się do starych prawd w nowych dekoracjach: bądź tam, gdzie decydują Twoi klienci, mierz to, co płaci faktury, i graj w otwarte karty. Kto to robi, dla tego każda z tych zmian jest szansą, bo konkurencja właśnie wpada w panikę albo w drzemkę.

Chcesz wiedzieć, które dwie z siedmiu zmian dotyczą Twojej firmy najbardziej?

► Rozstrzygniemy to na bezpłatnej rozmowie: **Poznaj ofertę Boostwave**

Boostwave – agencja marketingowa z Warszawy. Pomagamy firmom zamieniać widoczność w klientów.

i Transparentność treści (AI): Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację publikujemy zgodnie z zasadą przejrzystości wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act).

Agencja SEO BoostWave

Jesteśmy ekspertami SEO, specjalizująca się w pomaganiu biznesom ze stolicy wygrywać walkę o klienta. Zamiast tanich sztuczek, oferujemy skuteczne strategie SXO.

Sprawdź nas: <https://boostwave.pl>

 **Adres:** ul. Hoża 86/410, 00-682 Warszawa

 **Telefon:** 510 768 987

 **Email:** kontakt@boostwave.pl

 **Godziny otwarcia:**

Poniedziałek - Piątek: 08:00 - 18:00

Sobota - Niedziela: Zamknięte

Zamów Audyt Strony