

Czego AI w marketingu nie umie – lista rzeczy, za które wciąż odpowiada człowiek

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: lipiec 2026 · Czas czytania: ok. 7 minut

Cały ten cykl opowiadał, co AI potrafi. Czas na drugą połowę mapy – nie z technofobii, tylko z czystej praktyki: **wiedza o tym, czego AI nie umie, chroni budżet skuteczniej niż znajomość najlepszych promptów**. Poniżej osiem obszarów, które w 2026 roku pozostają w rękach człowieka – a na końcu pokażemy, jak zamienić tę listę w konkretny podział ról w Twojej firmie i umowie z agencją.

8 obszarów odpowiedzialności człowieka

1 Prawda o faktach

AI nie odróżnia wiedzy od przekonująco brzmiącego zmyślenia – halucynacje to cecha technologii, nie usterka. Za każdy opublikowany fakt, liczbę i cenę odpowiada człowiek, który je sprawdził.

2 Wybór i rezygnacja

AI wygeneruje pięćdziesiąt pomysłów. Strategia polega na powiedzeniu „nie” czterdziestu dziewięciu – i wzięciu odpowiedzialności za ten jeden. Priorytety to decyzja, nie generacja.

3 Znajomość Twojego klienta

Model zna „przeciętnego klienta internetu”, nie panią Annę z Woli. Marże, sezonowość, lokalne realia, to, co klienci mówią przez telefon – ten kontekst wnosi wyłącznie człowiek. I to on robi różnicę w wynikach.

4 Smak i głos marki

AI potrafi naśladować styl – nie potrafi go bronić. Wyczucie „to nie brzmi jak my”, spójność w czasie i odwaga odrzucenia poprawnego, ale nijakiego tekstu to praca redaktora, nie modelu.

5 Etyka i granice

Co wypada, gdzie kończy się perswazja, a zaczyna manipulacja (której najostrzejsze formy AI Act wprost zakazuje) – maszyna wykona niemal każde polecenie. Sumienie zostało po Twojej stronie ekranu.

6 Relacje i zaufanie

Negocjacje, trudna rozmowa z niezadowolonym klientem, szczerze przeprosiny po wpadce – zaufanie buduje się między ludźmi. AI może przygotować grunt; wejść na niego musi człowiek.

7 Odpowiedzialność prawna i finansowa

Za treść, dane osobowe i wydany budżet odpowiada firma i konkretni ludzie – nie narzędzie. „AI mi tak doradziło” nie jest linią obrony ani przed urzędem, ani przed klientem, ani przed własnym księgowym.

8 Systematyczność i dowożenie

Narzędzie nie ma nawyków. Publikowanie co tydzień przez rok, cotygodniowe przeglądy kampanii, dokręcanie śrub – to dyscyplina ludzi. Historia klienta, który „odszedł do ChatGPT” i wrócił, opowiada dokładnie o tym punkcie.

Jak użyć tej listy w praktyce: to gotowy podział obowiązków – do wewnętrznej „polityki AI” i do umowy z agencją marketingową. Zasada brzmi: wszystko z ośmiu punktów ma przypisaną osobę z imienia i nazwiska; reszta może iść do AI pod nadzorem. Jedno zdanie w umowie – „za weryfikację faktów, decyzje strategiczne i akceptację publikacji odpowiada [rola/osoba]” – zamyka 90% przyszłych sporów o to, „kto zawinił”.

Dwa złudzenia, które kosztują realne pieniądze: antropomorfizacja – „AI rozumie mój biznes” (nie rozumie; dopasowuje wzorce, co bywa nie do odróżnienia od rozumienia dokładnie do momentu, w którym przestaje) – oraz abdykacja – „skoro AI to zrobiło, to nie moja wina” (Twoja; zawsze Twoja). Pierwsze złudzenie prowadzi do ślepego zaufania, drugie do braku kontroli. Oba kończą się tak samo: fakturą.

Z naszej praktyki (dane uproszczone):

Klient zautomatyzował [Agencja Marketingowa](#) wysyłanie wycen: AI przygotowywało i od razu wysyłało odpowiedzi na zapytania – „bo szybciej”. Po trzech tygodniach

system dwukrotnie „wynioskował” rabat, którego nie było w cenniku, i wysłał zaniżone wyceny. Klienci – słusznie – zażądali honorowania kwot. Koszt: kilka tysięcy złotych i dwie niezręczne rozmowy. Naprawa okazała się banalna: AI nadal przygotowuje szkic wyceny, ale przycisk „wyślij” klika człowiek po trzydziestosekundowej kontroli. Od roku – zero incydentów, a szybkość odpowiedzi prawie bez zmian. Zasada, którą stąd wynieśliśmy, pasuje do całej tej listy: **automatyzuj przygotowanie, nigdy decyzję.**

Q&A: granice w praktyce

1. Czy ta lista skróci się wraz z rozwojem AI?

Częściowo – punkty techniczne pewnie tak (weryfikacja faktów przy dostępie do źródeł już się poprawia). Ale odpowiedzialność, etyka i relacje to nie luki technologiczne do załatania, tylko role społeczne – ktoś musi odpowiadać przed kimś. Te punkty zostaną ludzkie z definicji, nie z powodu ograniczeń modeli.

2. Jak przekonać zespół, który boi się AI?

Dokładnie tą listą. Strach bierze się z niejasnego podziału ról – z pytania „czy to mnie zastąpi?”. Osiem punktów pokazuje czarno na białym: AI zabiera odtwórcze, a zostawia (i dowartościowuje) to, co w pracy najbardziej ludzkie. Zespół, który to widzi, przestaje sabotować i zaczyna używać.

3. W małej firmie „wszyscy to ja” – kto ma pełnić te osiem ról?

Właśnie dlatego lista jest krótka: osiem punktów to w praktyce godzina świadomej kontroli tygodniowo, nie etat. A część ról można kupić w abonamencie – redakcję, weryfikację i strategię przejmuje wtedy agencja, natomiast decyzje i sumienie zostają tam, gdzie były zawsze: u właściciela.

Werdykt Boostwave

Najlepsi użytkownicy AI, jakich znamy, nie są tymi, którzy wierzą w nią najmocniej – są tymi, którzy najprecyzyjniej wiedzą, gdzie przestać jej ufać. Osiem punktów z tego artykułu to mapa tych miejsc. Powieś ją obok biurka, wpisz do umowy, przypomnij zespołowi – i korzystaj z AI śmiało wszędzie poza nimi. Dokładnie tak robimy my.

Chcesz spisany podział ról „człowiek vs AI” dla swojej firmy i marketingu?

► Przygotujemy go na wspólnym warsztacie: [**Poznaj ofertę Boostwave**](#)

 **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, która pomaga lokalnym przedsiębiorcom wygrywać walkę o klienta. Zamiast tanich sztuczek, wdrażamy techniczne SEO i analitykę.

Zobacz ofertę: <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

Darmowa Wycena SEO