

Czym jest AI i dlaczego warto je znać w kontekście marketingu?

- AI (sztuczna inteligencja) to narzędzia oparte na danych, które potrafią generować nowe treści – tekst, obraz, dźwięk – na podstawie tego, czego „nauczyły się” z ogromnych zbiorów danych.
- Nie są to roboty ani samodzielne decydenty – AI nie podejmuje za Ciebie decyzji, nie zna Twojej marki ani odbiorców. Wymaga człowieka, który ją poprowadzi i oceni efekt.
- AI wspiera w pracy, szczególnie przy zadaniach powtarzalnych i czasochłonnych. Nie zastępuje człowieka, ale odciąża go, np. skracając czas pisania posta z 4 godzin do 40 minut.
- Kluczową umiejętnością w korzystaniu z AI jest zadawanie jasnych, konkretnych pytań (tzw. promptów) i krytyczne ocenianie tego, co AI proponuje.
- AI nie potrafi: wczuć się w emocje Twojej społeczności, dostrzegać kontekstu kulturowego i społecznego, ani brać odpowiedzialności za publikowane treści.

Co warto zapamiętać?

- AI to asystent, nie gotowiec – potrzebuje Twojego doświadczenia i refleksji.
- Dzięki AI szybciej planujesz, piszesz, edytujesz i analizujesz.
- Warto zacząć od prostych działań i eksperymentów: zadawaj pytania, testuj odpowiedzi, sprawdzaj, co działa.
- AI nie musi być trudne ani techniczne – to po prostu narzędzie, które dobrze użyte, daje dużą przewagę w codziennej pracy z mediami społecznościowymi.



W czym może pomóc AI?

1. Planowanie treści

- Proponuje pomysły na posty, dopasowane do Twojej branży lub grupy odbiorców.
- Pomaga ułożyć kalendarz publikacji – np. co publikować w poniedziałek, a co w piątek.
- Może zaproponować cały plan na miesiąc z tematami i formatami.

2. Pisanie postów i stories

- Tworzy szkice postów na bazie krótkiego opisu tematu i celu.
- Generuje wersje alternatywne (np. hasło, stories, reels z CTA).
- Ułatwia start – nie zaczynasz od pustej kartki.

3. Skracanie i przerabianie treści

- Potrafi przekształcić długi tekst (np. blog, newsletter) w:
 - post na LinkedIn,
 - krótkie hasła do karuzeli na Instagramie,
 - wiadomość do konkretnej grupy odbiorców.
- Umożliwia szybki recykling treści w różnych formatach.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

4.. Tworzenie grafik i pomysłów wizualnych

- Generuje proste grafiki lub tła na bazie tekstu (np. Canva AI, DALL·E).
- Pomaga dobrać kolory, layout, styl do formatu posta.
- Umożliwia szybkie poprawki i wersje alternatywne.

5. Pisanie podpisów, bio, tekstów do reklam

- Tworzy lub redaguje opisy profili, kampanii reklamowych, bio na Instagramie lub LinkedInie.
- Pomaga dobrać ton (np. ludzki, profesjonalny, z humorem) i długość tekstu.
- Podsuwa kreatywne propozycje haseł i CTA.

6. Research: trendy, pytania klientów, hashtagi

- Wyszukuje popularne pytania, które zadają Twoi odbiorcy.
- Sugeruje modne hashtagi, trendy na TikToku lub Instagramie.
- Skraca czas poszukiwań – choć warto pamiętać, że dane nie są idealnie aktualne.

7. Transkrypcje i streszczenia z nagrań

- Przetwarza nagrania z live'ów, webinarów, kursów:
 - tworzy transkrypcję,
 - dzieli na sekcje,
 - podsumowuje najważniejsze punkty,
 - podpowiada, jak wykorzystać nagranie w innych formatach (np. blog, post, PDF).



Czego się nauczyłaś?

- ☐ Wiem, czym jest AI i że to nie magia, tylko narzędzie pracujące na danych.
- ☐ Rozumiem, że AI może generować teksty, obrazy i dźwięki, ale nie podejmuje decyzji za człowieka.
- ☐ Potrafię wymienić najczęstsze zastosowania AI w marketingu (pisanie, grafiki, analiza, pomysły).
- ☐ Wiem, że kluczowa jest umiejętność zadawania pytań (promptów) i oceny efektów pracy AI.
- ☐ Umiem wskazać, czego AI nie potrafi – np. rozumieć kontekstu emocjonalnego czy kulturowego.
- ☐ Znam konkretne sposoby wykorzystania AI w codziennej pracy SMM – od planowania po recykling treści.
- ☐ Potrafię poprosić AI o skrócenie, streszczenie lub przeredagowanie istniejących materiałów.
- ☐ Wiem, jak AI może pomóc przy pisaniu bio, reklam, podpisów i haseł.
- ☐ Znam narzędzia do transkrypcji i podsumowań nagrań z pomocą AI.
- ☐ Czuję się gotowa, by testować AI w praktyce – krok po kroku, bez presji.
