

C A S E S T U D Y

Autonomiczny Dział Marketingu

AI Marketing Factory — inteligentna automatyzacja marketingu B2B

Jak sztuczna inteligencja obniża koszty pozyskania klienta
i eliminuje przepalanie budżetów reklamowych

Branża	B2B
Kanały	LinkedIn, Meta Ads, TikTok
Technologie	AI / ML, automatyzacja procesów, CRM
Przygotował	Process Hub PSA

1. Wyzwanie biznesowe

Firmy z sektora B2B — w szczególności te działające w branżach przemysłowych — stają przed tym samym problemem: tradycyjny marketing cyfrowy generuje wysokie koszty przy niskiej przewidywalności wyników. Budżety reklamowe są przepalane na kreacje, które nie rezonują z grupą docelową, a decyzje o tym, co publikować, opierają się głównie na intuicji.

Typowe problemy klientów

- **Wysoki koszt pozyskania leada (CPL)** — brak danych o tym, które elementy reklamy faktycznie działają. Każda kampania to strzał w ciemno.
- **Brak powtarzalności sukcesu** — gdy kampania się udaje, nikt nie wie dlaczego. Gdy się nie udaje — też nie. Wiedza o skuteczności nie kumuluje się w organizacji.
- **Ręczna, czasochłonna produkcja treści** — od briefu do publikacji mija kilka tygodni. Zanim kreacja trafi na rynek, kontekst zdążył się zmienić.
- **Dezintegracja narzędzi** — dane o kampaniach są rozproszone między platformami reklamowymi, CRM-em, arkuszami i skrzynkami mailowymi.
- **Zmęczenie materiału (Ad Fatigue)** — te same szablony i przekazy tracą skuteczność, ale zespół nie ma zasobów, żeby testować nowe podejścia wystarczająco szybko.

2. Rozwiązanie: Autonomiczny Dział Marketingu

AI Marketing Factory (AMF) to system, który łączy sztuczną inteligencję ze sprawdzonymi procesami marketingowymi — bez zastępowania człowieka, ale dając mu narzędzia, których wcześniej nie miał.

Kluczowa zasada: AI proponuje, człowiek decyduje. Żadna reklama nie zostanie opublikowana bez Twojej zgody. System nie wydaje budżetu samodzielnie — ale rekomenduje najlepsze opcje na podstawie twardych danych.

1 człowiek na ¼ etatu wykonuje pracę całego zespołu marketingowego składającego się minimum z 6 osób.

Co konkretnie robi system?

- **Analizuje, co działa** — system rozkłada każdą kampanię na składniki (kto jest odbiorcą, jaki przekaz, jaki format, jaki styl wizualny) i łączy je z twardymi wynikami: kosztem leada, liczbą konwersji, zwrotem z inwestycji. Po kilku kampaniach wie, które kombinacje przynoszą rezultaty.
- **Proponuje kolejne kampanie** — na podstawie zgromadzonej wiedzy AI przygotowuje kompletne rekomendacje: do kogo mówić, co mówić, w jakim formacie i na jakiej platformie. Ty zatwierdzasz lub poprawiasz — każda Twoja korekta jest lekcją dla systemu.
- **Produkuje treści szybciej** — system wspiera tworzenie tekstów, scenariuszy wideo, grafik i karuzeli. Zamiast tygodni od briefu do publikacji — godziny.
- **Testuje inteligentnie** — 60% działań to sprawdzone wzorce, 40% to kontrolowane eksperymenty z nowymi podejściami. System sam bilansuje bezpieczeństwo budżetu z odkrywaniem nowych, skutecznych metod.
- **Pamięta i uczy się** — z każdą kampanią baza wiedzy rośnie. System buduje pamięć organizacyjną — nawet gdy zmieni się zespół marketingowy, wiedza o tym, co działa na Twoim rynku, zostaje.

3. Jak to działa w praktyce

Cały proces jest przejrzysty i zarządzany przez Twój zespół. System prowadzi przez kolejne etapy — od zdefiniowania kampanii po analizę wyników — z czterema punktami kontrolnymi, w których człowiek podejmuje decyzję.

#	Etap	Co się dzieje
1	Zdefiniuj kampanię	Wybierasz cel (np. leady, zasięg), grupę docelową i budżet. To jedyny krok, który zawsze wykonujesz ręcznie.
2	AI robi research	System analizuje rynek, Twoją historię kampanii i przygotowuje rekomendację strategii komunikacji.
3	Sprawdź strategię	Punkt kontrolny: zatwierdzasz kierunek lub wprowadzasz poprawki. System uczy się z Twoich decyzji.
4	AI tworzy treści	System generuje teksty, scenariusze wideo, wytyczne graficzne — dopasowane do platform i grupy docelowej.
5	Sprawdź kreacje	Punkt kontrolny: akceptujesz, poprawiasz lub odrzucasz poszczególne elementy.
6	Produkcja i publikacja	Finalne materiały (grafiki, filmy) są przygotowywane i publikowane na wybranych platformach.
7	System zbiera dane	KPI z platform reklamowych i CRM-a splotają automatycznie. System wie, ile kosztował lead, jaki był zasięg.
8	Analiza i nauka	AI identyfikuje, które elementy kampanii przyczyniły się do sukcesu — i zapamiętuje to na przyszłość.

Punkty kontrolne (kroki 3 i 5) to momenty, w których Ty decydujesz. AI nigdy nie publikuje ani nie wydaje budżetu bez Twojej jawnej zgody.

4. Oczekiwane rezultaty

AI Marketing Factory jest zaprojektowane tak, aby dostarczać mierzalne rezultaty w trzech kluczowych obszarach: efektywności kosztowej, szybkości działania i jakości decyzji marketingowych.

Wskaźnik	Typowa sytuacja	Z systemem AMF	Mechanizm zmiany
Koszt leada (CPL)	Wysoki, niestabilny	Systematyczny spadek	<i>Eliminacja nieskutecznych kreacji na podstawie danych</i>
Czas produkcji kampanii	2-4 tygodnie	3-5 dni	<i>AI wspiera tworzenie treści i automatyzuje obieg pracy</i>
Trafność przekazu	Intuicyjna	Oparta na danych	<i>System pamięta, co działa na daną grupę docelową</i>
Powtarzalność wyników	Niska	Wysoka	<i>Baza wiedzy kumuluje się z każdą kampanią</i>
Ryzyko Ad Fatigue	Wysokie	Kontrolowane	<i>Wbudowany mechanizm testowania nowych podejść (40%)</i>
Wiedza w organizacji	W głowach ludzi	W systemie	<i>Pamięć organizacyjna niezależna od rotacji zespołu</i>

5. Co wyróżnia to podejście

Człowiek w centrum decyzji

W odróżnieniu od w pełni autonomicznych rozwiązań AI, AMF traktuje sztuczną inteligencję jako doradcę, a nie decydenta. Każda kampania przechodzi przez punkty kontrolne, w których to Ty lub Twój zespół macie ostatnie słowo. System nie podejmuje ryzykownych decyzji za Ciebie — dostarcza Ci informacje, których potrzebujesz, żeby podejmować je lepiej.

System, który się uczy

Każda Twoja decyzja — zatwierdzenie, poprawka czy odrzucenie propozycji AI — staje się sygnałem uczącym. To oznacza, że system z czasem coraz lepiej rozumie Twój rynek, Twoich klientów i Twoje preferencje. Po kilku miesiącach działania AMF zna specyfikę Twojej branży lepiej niż większość agencji marketingowych.

Kontrolowane innowacje

Większość firm wpada w jedną z dwóch pułapek: albo powtarzają te same kreacje aż do wyczerpania (Ad Fatigue), albo eksperymentują chaotycznie, przepalając budżet. AMF stosuje zasadę 60/40: 60% działań bazuje na sprawdzonych wzorcach, 40% to kontrolowane testy nowych podejść — z jasnym budżetem i mierzalnymi wynikami.

Integracja z istniejącymi narzędziami

AMF łączy się z platformami, które już znasz: Meta Ads, LinkedIn, TikTok, Pipedrive lub inny CRM, system zarządzania projektami. Nie wymagamy wymiany narzędzi — budujemy inteligentą warstwę, która spina je w jeden spójny proces.

6. Dla kogo jest Autonomiczny Dział Marketingu

AMF zostało zaprojektowane z myślą o firmach B2B, które:

- **Wydadają na reklamy cyfrowe**, ale nie widzą jasnego związku między wydatkami a wynikami sprzedażowymi.
- **Chcą skalować marketing**, ale nie chcą proporcjonalnie zwiększać zespołu ani budżetu.
- **Działają w branżach specjalistycznych**, gdzie zrozumienie odbiorcy (np. kadra zarządzająca w przemyśle) wymaga wiedzy domenowej, nie generycznych szablonów.
- **Cenią kontrolę nad przekazem**, ale potrzebują szybszego procesu od pomysłu do publikacji.
- **Chcą budować przewagę konkurencyjną** opartą na danych, a nie na pojedynczych talentach w zespole.

7. Analiza ROI: AMF vs. zespół vs. agencja

Aby obiektywnie ocenić wartość systemu, porównaliśmy roczne koszty uzyskania tych samych funkcjonalności trzema drogami: tradycyjnym zespołem in-house, współpracą z agencją marketingową oraz wdrożeniem AI Marketing Factory.

Zakres porównania

Wszystkie trzy scenariusze realizują ten sam zakres: strategia kampanii, tworzenie treści (copy + grafika + wideo), zarządzanie kampaniami na 3 platformach (Meta, LinkedIn, TikTok), analityka i optymalizacja, raportowanie. Nie uwzględniono budżetu mediowego (ad spend) — jest taki sam we wszystkich wariantach.

Scenariusz A: Zespół in-house

Stanowisko	Etat	Brutto /msc	Koszt pracodawcy
Marketing Manager (strategia, analityka)	1.0	12 000 zł	14 500 zł
Content Specialist (copy, scenariusze)	1.0	9 000 zł	10 900 zł
Graphic Designer (grafiki, karuzele)	1.0	9 500 zł	11 500 zł
Video Specialist (montaż, animacje)	0.5	5 500 zł	6 650 zł
Performance Specialist (kampanie paid)	1.0	11 000 zł	13 300 zł
Data Analyst (raportowanie, optymalizacja)	0.5	6 000 zł	7 250 zł
SUMA miesięczna	4.5 FTE	53 000 zł	64 100 zł

Koszt roczny zespołu in-house: **769 200 zł** (wynagrodzenia). Dodaj narzędzia (~2 500 zł/msc), rekrutację, onboarding, szkolenia — realistycznie **~850 000 zł/rok**.

Scenariusz B: Agencja marketingowa

Usługa	Koszt miesięczny
Strategia i zarządzanie kampaniami (retainer)	8 000 – 15 000 zł
Kreacja: copy + grafika (pakiet 8–12 kreacji/msc)	6 000 – 12 000 zł
Produkcja wideo (2–4 materiały/msc)	5 000 – 15 000 zł
Obsługa paid media (3 platformy)	4 000 – 8 000 zł lub % ad spend

PROCESSHUB

Analityka i raportowanie	2 000 – 5 000 zł
SUMA miesięczna (zakres średni)	35 000 – 55 000 zł

Koszt roczny agencji (przy średnim zakresie ~45 000 zł/msc): **~540 000 zł/rok**. Uwaga: agencja nie buduje pamięci organizacyjnej — wiedza o Twojej branży odchodzi razem z account managerem.

Porównanie roczne

	Zespół in-house	Agencja	AMF
Koszt roczny	~850 000 zł	~540 000 zł	~180 000 zł
Czas do pełnej operacyjności	3–6 miesięcy	1–2 miesiące	2–4 tygodnie
Samouczenie się systemu	Nie	Nie	Tak
Pamięć organizacyjna	Odchodzi z ludźmi	Odchodzi z agencją	Zostaje w firmie
Skalowalność	Wymaga rekrutacji	Wymaga większego retainera	Natychmiastowa
Optymalizacja 24/7	Nie	Nie	Tak
Kontrola nad procesem	Pełna	Ograniczona	Pełna
Baza wiedzy o skuteczności	Subiektywna	Brak transferu	Obiektywna, rosnąca

Oszczędność vs. zespół in-house: ~670 000 zł/rok (79%)

Oszczędność vs. agencja: ~360 000 zł/rok (67%)

Przy jednoczesnym wyższym poziomie analityki, samouczeniu się i pełnej pamięci organizacyjnej.

* Koszt AMF obejmuje: licencję na system, wdrożenie, szkolenie zespołu, wsparcie techniczne i bieżące aktualizacje. Szacunek oparty na typowym wdrożeniu dla firmy B2B o średniej skali działań marketingowych.