



# Kiedy marketerzy słuchają rekomendacji AI, a kiedy mają je w nosie?

I jak na to wpłynąć...



**Jan Zajac**

Sotrender



# AI jako bohater i najlepszy przyjaciel marketera i badacza







**Czy raczej AI, które  
zabierze nam pracę?**

# Już starożytni Grecy... Dedal i Talos







# Czy modele czeka los Talosa?

A close-up photograph of a sliced cinnamon roll. The roll is cut in half, revealing a soft, porous interior. A pat of butter is melting on top of the slice, with some butter dripping down the sides. The roll is set against a dark, gradient background. The text "Optymalizacja wielokryterialna" is overlaid on the right side of the image.

**Optymalizacja  
wielokryterialna**







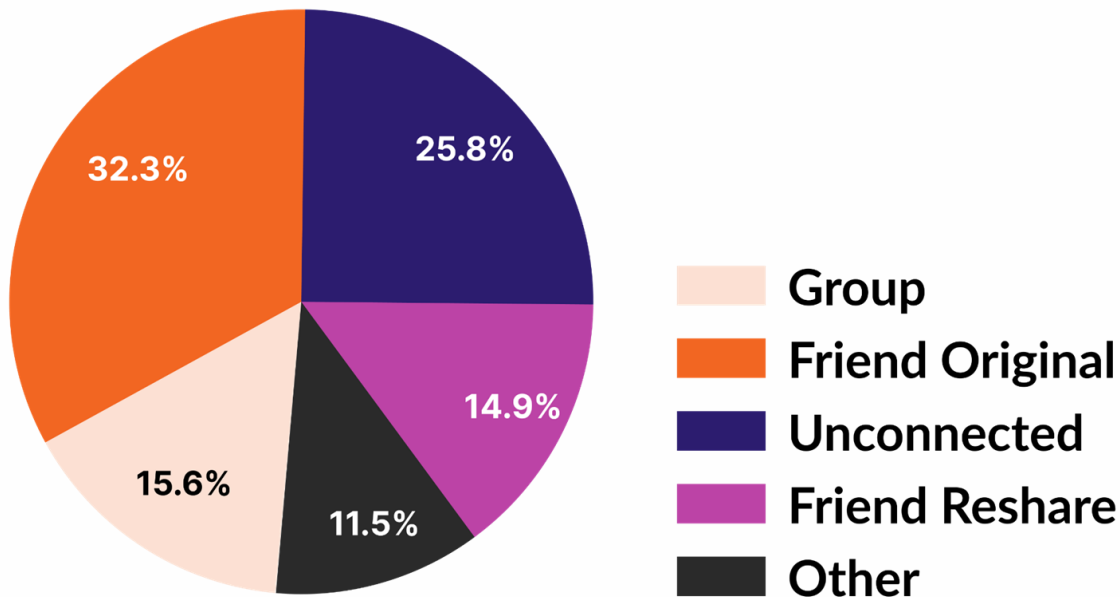
# Kryteria targetowania reklam: szansa i problem



# Bez reklam coraz ciężej...

Zasięg organiczny ma małe znaczenie

Sources of Feed content  
views in the United States



<https://transparency.meta.com/pl-pl/data/widely-viewed-content-report/>



# Dzień z życia social media managera



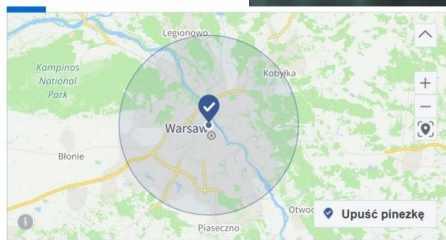
# Targetowanie reklam

Tysiące kryteriów targetowania:

- Lokalizacja
- Dane demograficzne
- Wydarzenia z życia
- Zainteresowania
- Zachowania

Grupy odbiorców:

- niestandardowych
- podobnych



Dodaj lokalizacje zbiorcze

Wiek 18 - 65+

Płeć 1 Wszyscy 2 Mężczyźni 3 **Kobiety**

Języki 1 Podaj język...

Szczegółowe opcje tagertowania 1 Uwzględnij osoby, które pasują do 1

tagertowania 1

Dane demograficzne > Wykształcenie > Poziom wykształcenia

**Tytuł magistra**

Dane demograficzne > Wykształcenie > Szkoły

Wielkość grupy odbiorców



Grupa odbiorców została zdefiniowana.

Potencjalny zasięg: 43 000 osób 1

Szacowane wyniki dzienne

Zasięg 1  
**753 – 2,2K**

Dokładność szacunków zależy od takich czynników, jak dane z poprzednich kampanii, wprowadzony budżet i dane rynkowe. Liczby określają orientacyjnie możliwe wyniki przy danym budżecie, ale są jedynie szacunkowe i nie gwarantują wyników.

Czy te wartości szacunkowe były pomocne?





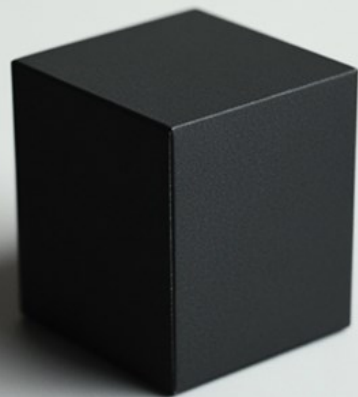
# Sztuczna inteligencja:

- Przyspiesza pracę
- Ogarnia wiele wymiarów
- Strzeże przed błędami
- Adaptuje się w czasie

# Chat GPT nie wystarczy - problem danych







# Nasze modele AI



Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

- 3 typy: CPM, CPE, CPC
- Uczone na prawdziwych danych ze 114k kampanii na Meta
- 3 fazy eksperymentów
- Faza testów z klientami

	A Pierwotna reklama	B <sup>+</sup> Zoptymalizowana reklama
Status	<span style="color: green;">●</span> Aktywna	<span style="color: green;">●</span> Aktywna
Budżet	50 PLN <span>Adsetu</span> <span>Całkowity</span>	50 PLN <span>Adsetu</span> <span>Całkowity</span>
Czas startu	21 Apr 2024	21 Apr 2024
Czas zakończenia	23 Apr 2024	23 Apr 2024
Cel kampanii	Świadomość	Świadomość
Cel optymalizacji budżetu	Zasięg	Zasięg
Strategia składania ofert	Najniższy koszt	Najniższy koszt
Zasięg	1654	★ 1973
Wyświetlenia	1791	★ 2005
CPM	2,99 PLN	★ 1,95 PLN

**CPM**

★ 2.99 PLN → 1.95 PLN

### Oczekiwany wzrost

**21%**

Według naszego modelu AI, użycie poniższych rekomendowanych ustawień zwiększy skuteczność twojej reklamy o 21%.

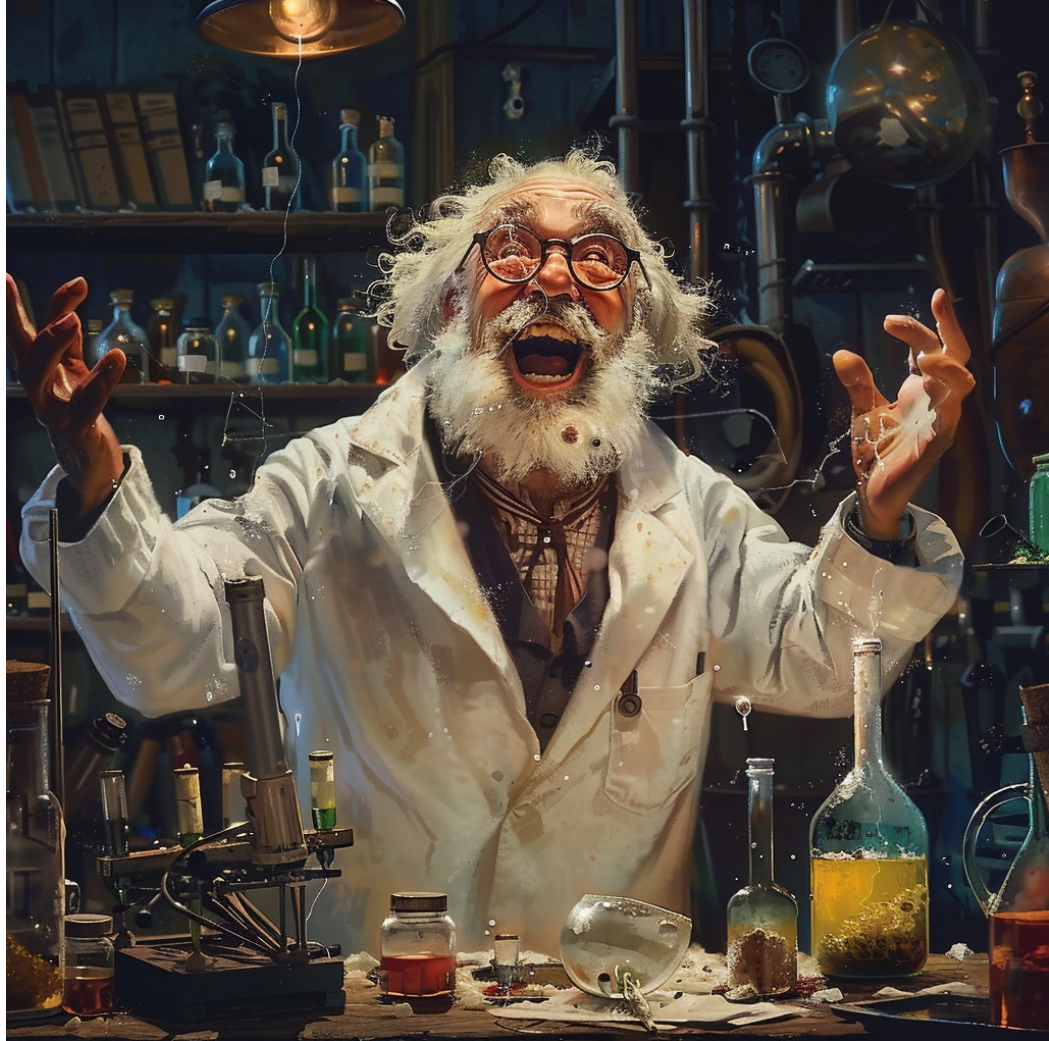




# Eksperyment

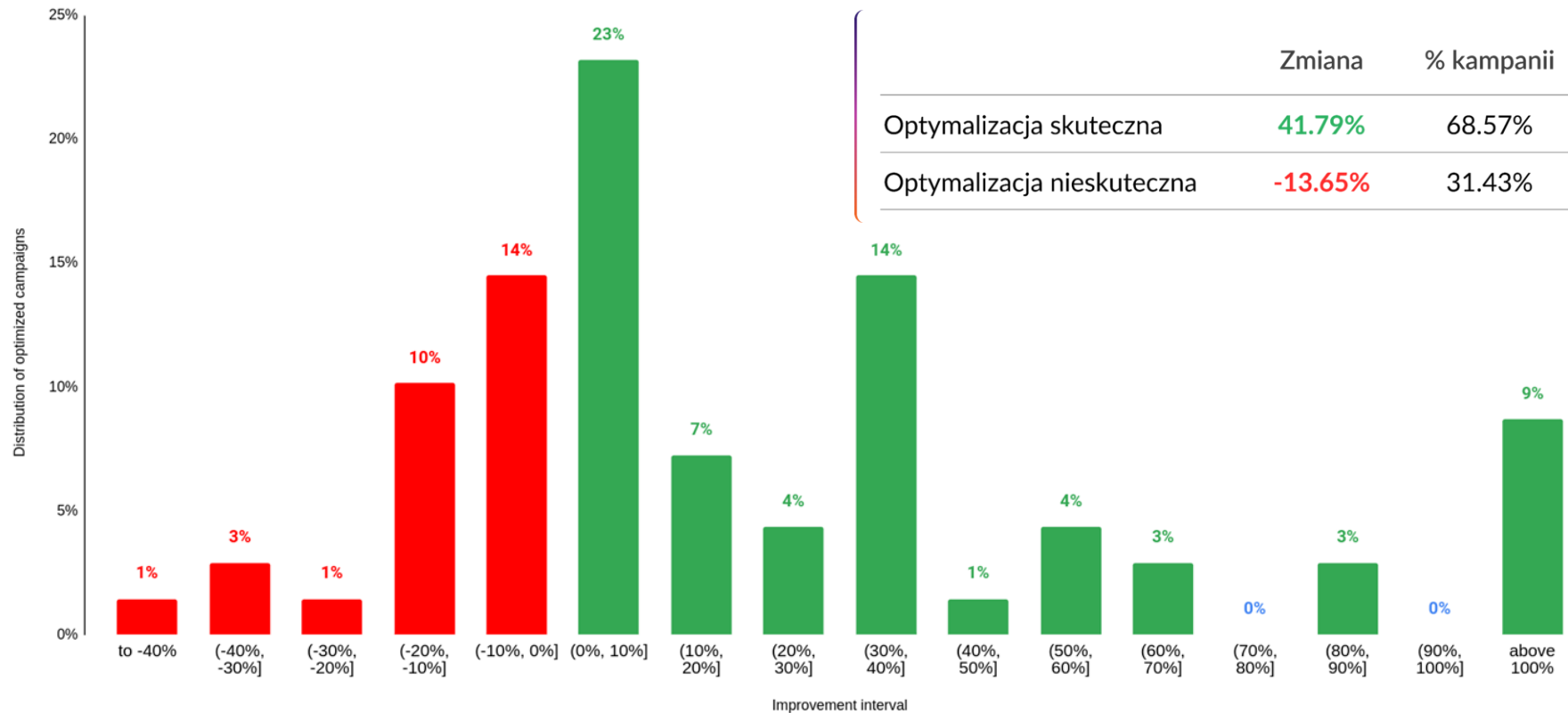
Po 2 kampanie w tym samym czasie: oryginalna i ze wskazówkami modelu

Łącznie 70 kampanii z 5 firm



# Algorytmy zadziłały

## % improvement in events from 1 zloty spent on campaign









**Czy to wystarczyło?**

# **Explainability (wyjaśnialność)**



Kampania\_summersale → TEST\_Kampania\_znizkinanowysezon → Nowykarnet\_visual\_marzec2021

Rekomendowane ustawienia dla: Nowykarnet\_visual\_marzec2021

Oczekiwany wzrost

21%

Według naszego modelu AI, użycie poniższych rekomendowanych ustawień zwiększy skuteczność twojej reklamy o 21%.

[Skąd to wiemy?](#)



- Wiek
- Szczegółowe opcje targetowania

Obecne ustawienia	Rekomendowane ustawienia	Wpływ ⓘ
24-35	? Nie wybrane do optymalizacji	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Uwzględnij osoby, które pasują do:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Zainteresowania: Szydelkowanie</li> <li>Zainteresowania: Jogging</li> <li>Zainteresowania: Biznes</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦✦ <b>Dodaj: Zainteresowania: Trening obwodowy</b> ●●●●</li> <li>✦✦ <b>Usuń: Zainteresowania: Jogging</b> ●●●●</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ i muszą też pasować do:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Poziom wykształcenia: W szkole wyższej</li> </ul> </li> </ul>	✓ Brak rekomendacji	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ i muszą też pasować do:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Dane demograficzne: Rodzic małego dziecka (3-5 lat)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦✦ <b>Usuń: Dane demograficzne: Rodzic małego dziecka (3-5 lat)</b> ●●●●</li> </ul>	

Oczekiwana poprawa

21%

**Dodaj: Zainteresowania: Trening obwodowy**

**Usuń: Zainteresowania: Jogging**

## Obecne ustawienia

## Rekomendowane ustawienia

Wpływ ⓘ

24-35



Nie wybrane do optymalizacji

✓ Uwzględnij osoby, które pasują do:

Zainteresowania: Szydełkowanie

Zainteresowania: Jogging

Zainteresowania: Biznes



**Dodaj:** Zainteresowania: Trening obwodowy



**Usuń:** Zainteresowania: Jogging



✓ i muszą też pasować do:

Poziom wykształcenia: W szkole wyższej



Brak rekomendacji

✓ i muszą też pasować do:

Dane demograficzne: Rodzic małego dziecka (3-5 lat)



**Usuń:** Dane demograficzne: Rodzic małego dziecka (3-5 lat)



**Dodaj:** Zainteresowania: Trening obwodowy

**Usuń:** Zainteresowania: Jogging

**Co optymalizować?**

**Budżet czy wyniki?**





## Co optymalizować?

- osiągnięcie tych samych efektów przy niższym budżecie

## Co optymalizować?

- czy raczej lepsze efekty przy tym samym budżecie?



Wolimy

**lepsze efekty w danym budżecie**

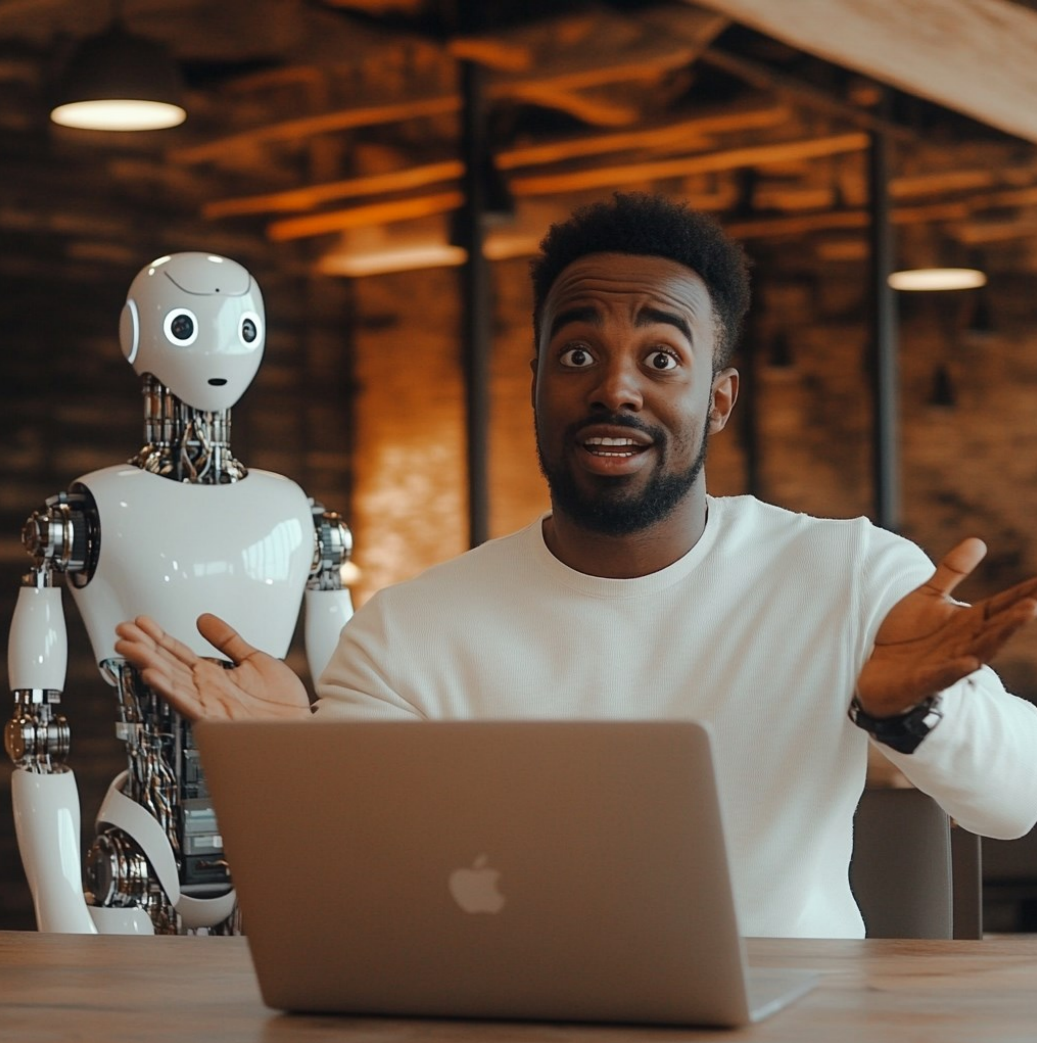
z obawy o utratę budżetu :)



# Czy ludzie wierzą AI?







***Ja nie kupuję do  
końca tego i nadal  
bym polegał na sobie***

***Ja dużo pracuję na kampaniach i lubię optymalizować kampanie ręcznie na ten moment.***



**Klienci bezpośredni  
bardziej skłonni do korzystania  
niż agencje**





***W końcu mnie  
zagonili do  
połączenia konta z  
Sotrenderem i mój  
entuzjazm siadł do  
zera***



**Rozmawiałam z Haliną,  
która u nas zajmuje się  
mediami  
społecznościowymi i  
powiedziała, że  
niestety tak długo  
wczytują się dane, że  
nie doczekała się  
rezultatu. Nie wiem z  
czego to wynika, może  
mamy słaby internet.**



## Add-ons:

Meta Ads

Optimization



+\$65/month

✦✦ Powered by AI

# Nasz Talos obronił się







**Ale ilu innych  
Talosów  
polegnie w  
walce z ludźmi?**





# Kiedy marketerzy słuchają rekomendacji AI, a kiedy mają je w nosie?

I jak na to wpłynąć...



**Jan Zajac**

Sotrender