Velads

Bezpłatny przewodnik · wydanie listopad 2026

ChatGPT Ads w Polsce

Przewodnik na start po OpenAI Ads Manager

Gdzie wyświetlają się reklamy w ChatGPT, komu się opłacają, ile kosztuje test i jak ustawić pierwszą kampanię — na podstawie dokumentacji OpenAI.

Stan na 11 listopada 2026 r. Platforma jest nowa i zmienia się częściej niż Google czy Meta. Przewodnik opiera się na publicznej dokumentacji OpenAI.

Velads · agencja performance marketingu
Ostrzeszów · cała Polska · velads.pl

Google Partner

SPIS TREŚCI

Co znajdziesz w środku

Ten przewodnik jest dla właściciela firmy albo marketera, który chce sprawdzić reklamy w ChatGPT bez przepalania budżetu. Rozdziały 1–4 pomogą zdecydować, czy test ma sens. Rozdziały 5–7 prowadzą przez ustawienia w kolejności, w jakiej klikasz je w panelu. Na końcu jest checklista do wydruku.

00 **Dlaczego teraz** 3
Popyt na temat w Polsce w liczbach

01 **Czym są reklamy w ChatGPT** 4
Gdzie się wyświetlają, kto je widzi, jak wygląda karta reklamy

02 **Czym to się różni od Google i Meta** 6
Kontekst rozmowy zamiast słowa kluczowego

03 **Dla kogo tak, dla kogo jeszcze nie** 8
Zasady reklam i test samooceny

04 **Ile kosztuje test** 10
Modele rozliczeń, budżet dzienny, plan na 4–6 tygodni

05 **Przygotowanie: konto, rozliczenia, pomiar** 12
Ads Manager, OpenAI Pixel, Conversions API, robots.txt

06 **Pierwsza kampania krok po kroku** 15
Cel, budżet, lokalizacja, wskazówki kontekstowe, reklama

07 **Pomiar i decyzje po teście** 21
Okna atrybucji, raporty, kiedy skalować, a kiedy wstrzymać

✓ **Checklista, słowniczek, źródła** 23
Do wydruku i do sprawdzenia w dokumentacji

Wolisz, żeby ktoś przejrzał to razem z Tobą?

Jeśli w którymś miejscu utkniesz, możesz po prostu zadzwonić. Doradzimy, nawet jeśli kampanię prowadzisz sam.

Tel. **575 496 513** · **kontakt@velads.pl**

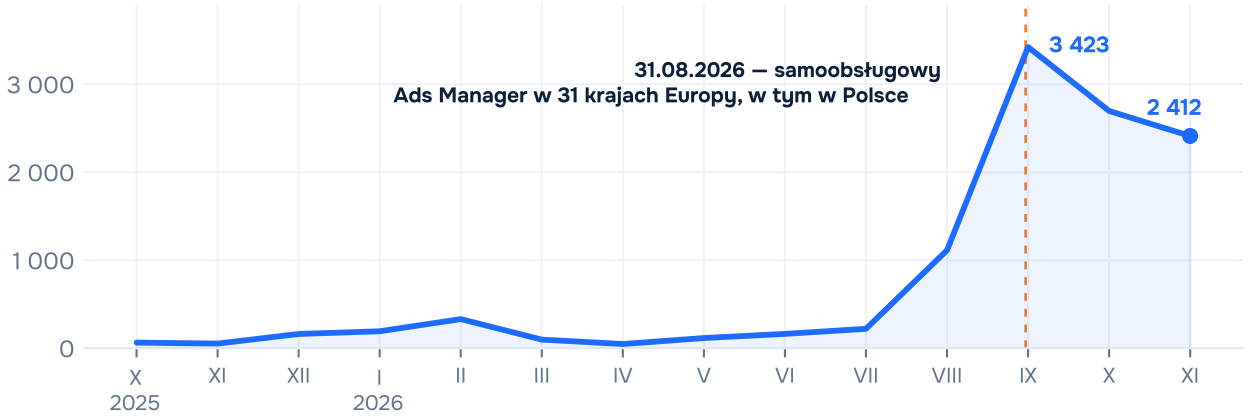
00 · DLACZEGO TERAZ

Polskie firmy zaczęły pytać o reklamy w ChatGPT

Przez rok fraza „chatgpt ads” miała w Polsce od kilkudziesięciu do kilkuset wyszukiwań miesięcznie. We wrześniu 2026 r. było ich 15 razy więcej niż w lipcu — tuż po tym, jak OpenAI udostępniło w Europie samoobsługowy panel reklamowy.

Wyszukiwania frazy „chatgpt ads” w Polsce

Liczba wyszukiwań miesięcznie, X 2025 – XI 2026



Źródło: Ahrefs, Polska, pobrano 11.11.2026 (historia wolumenu). Data panelu: komunikat OpenAI „ChatGPT Ads dostępny w Europie”, aktualizacja z 31.08.2026.

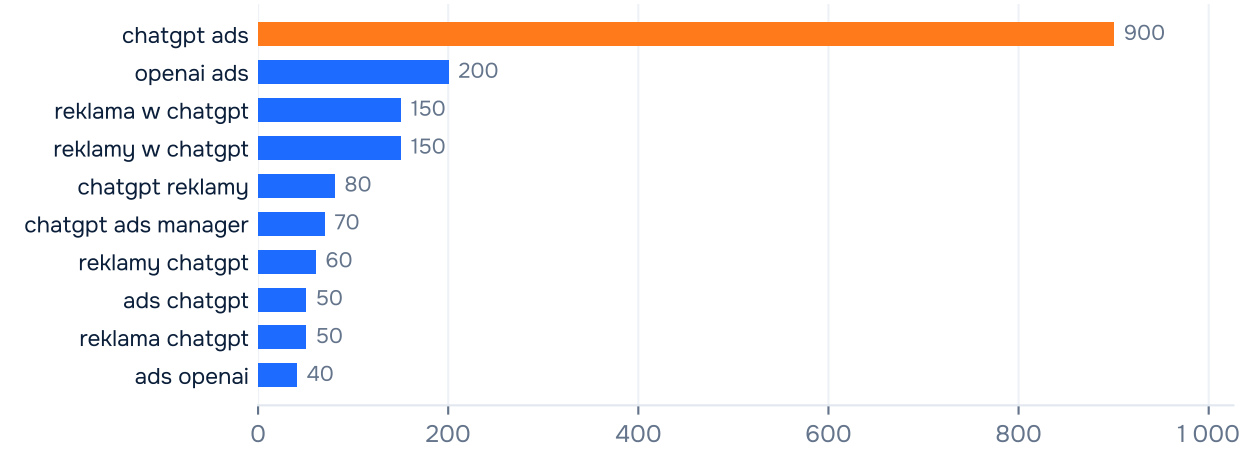
3 423
wyszukiwań „chatgpt ads” we wrześniu 2026
Ahrefs, Polska

×15
wzrost między lipcem (221) a wrześniem 2026
Ahrefs, Polska

2 412 / 5 355
„chatgpt ads” vs „facebook ads” w listopadzie 2026
Ahrefs, Polska

Jak Polacy szukają informacji o reklamach w ChatGPT

10 najczęstszych fraz, średnia liczba wyszukiwań miesięcznie. Warianty pisowni („chat gpt”) mają osobno po 20–30 wyszukiwań; „ile kosztuje reklama w chatgpt” — 10.

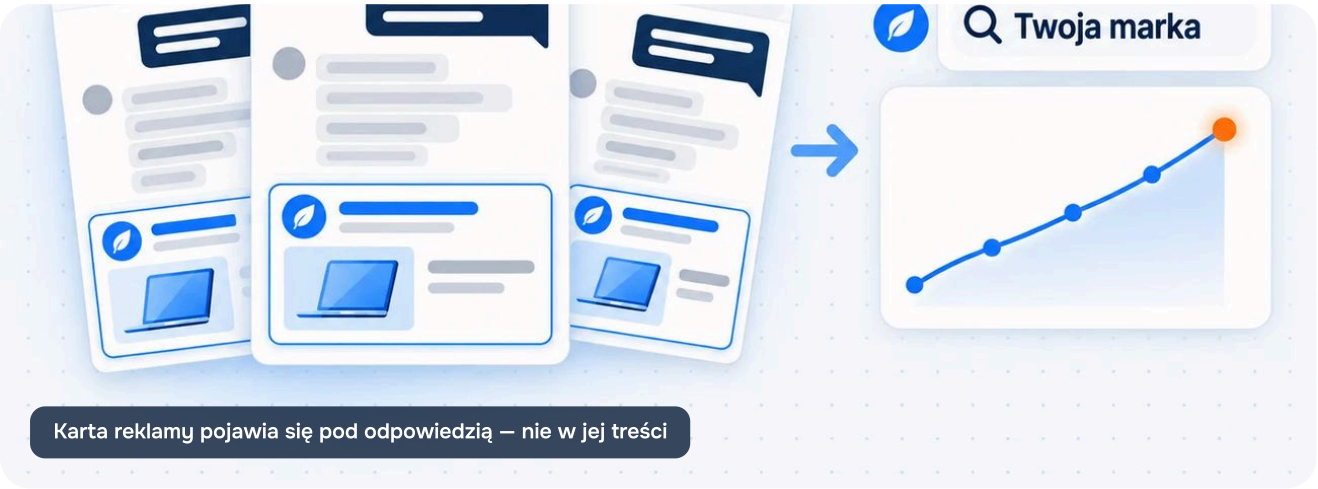


Źródło: Ahrefs, Polska, pobrano 11.11.2026. Ahrefs nie podaje dla tych fraz stawek CPC.

01

Czym są reklamy w ChatGPT

Reklama pojawia się pod odpowiedzią ChatGPT, gdy temat rozmowy pasuje do Twojej oferty. Jest wyraźnie oznaczona i oddzielona od odpowiedzi — i nie wpływa na to, co ChatGPT mówi.



Gdzie się wyświetla

OpenAI pokazuje **jedną jednostkę reklamową pod odpowiedzią**. Może mieć jeden obraz albo kilka. Firma testuje też format z kilkoma obrazami wyświetlany w trakcie generowania obrazu przez ChatGPT.

Reklamy działają na osobnych systemach niż model czatu. Według OpenAI reklamodawca nie może wpłynąć na treść, kolejność ani brzmienie odpowiedzi. Reklama to płatne miejsce — nie rekomendacja OpenAI.

Kto ją widzi

- ✓ Użytkownicy planów **Free i Go**, także niezalogowani (im pokazywane są tylko reklamy odpowiednie dla każdego odbiorcy).
- ✗ Plany Plus, Pro, Business, Enterprise i Edu — bez reklam.
- ✗ Osoby poniżej 18 lat (wg wieku konta i predykcji wieku) oraz czaty tymczasowe.
- ✗ Rozmowy o tematach wrażliwych: osobiste zdrowie, zdrowie psychiczne, polityka.

W SKRÓCIE

- Reklamodawca nie widzi rozmów — dostaje tylko dane zbiorcze (wyświetlenia, kliknięcia, konwersje).
- W EOG i Szwajcarii personalizacja reklam początkowo jest niedostępna. Liczy się kontekst bieżącej rozmowy.
- Użytkownik może ukryć reklamę, zgłosić ją albo zapytać o nią ChatGPT.
- Panel i dokumentacja są po angielsku; pomoc OpenAI ma polskie tłumaczenie maszynowe.

01 · JAK WYGLĄDA REKLAMA

Anatomia karty reklamy pod odpowiedzią

Poniżej rekonstrukcja układu na podstawie opisu w pomocy OpenAI. Firma, treść rozmowy i reklama są **fikcyjne** — to przykład, nie zrzut z ChatGPT.

PRZYKŁAD

Schemat rozmowy — uproszczony

Mam stary blat laminowany w kuchni. Lepiej wymienić go na dębowy czy kwarcowy? Gotuję codziennie.

Oba materiały się sprawdzą, ale różnią się pielęgnacją. Drewno wymaga olejowania co kilka miesięcy, za to można je odnowić...

1 2 3 5

SP **Stolarnia Przykład** · Sponsorowane

Blaty dębowe na wymiar do kuchni

Pomiar, olejowanie i montaż w Wielkopolsce. Zobacz, jak dobrać grubość i wykończenie.

przyklad-stolarnia.pl/blaty

4

1. **Nazwa i favicon** — Brand Name i logo z ustawień konta.
2. **Tytuł** — 3–50 znaków.
3. **Opis** — do 100 znaków.
4. **Obraz** — jeden albo 4–6 kwadratowych (beta).
5. **Strona docelowa** — jeden adres dla całej reklamy.

Oś czasu wdrożenia

- **9.02.2026** — start testu reklam w USA
- **18.08.2026** — zapowiedź 31 rynków w Europie
- **31.08.2026** — samoobsługowy Ads Manager w tych 31 krajach — Polska na liście dostępnych
- **26.10.2026** — reklamy z kilkoma obrazami (otwarta beta)
- **30.10.2026** — „creative enhancements" włączone domyślnie
- **9.11.2026** — Target CPA i Target CPC dla nowych kampanii
- **1.01.2027** — koniec stawek Max Bid i Max CPC

Co pokazuje oś

W ciągu dwóch miesięcy od startu w Polsce OpenAI zmieniło format reklamy, sposób ustalania stawek i domyślne ustawienia kreacji. Przed każdą kampanią sprawdź aktualną pomoc — ten przewodnik oddaje stan z 11.11.2026.

Konto nowe = najpierw kraj konta

Nowe konta samoobsługowe mogą na początku reklamować się tylko w kraju, w którym zostały założone. Dla polskiej firmy oznacza to Polskę.

02

Czym to się różni od Google i Meta

W Google płacisz za obecność przy wpisanym haśle, w Meta — za dotarcie do wybranych odbiorców. W ChatGPT system dopasowuje reklamę do tego, o czym człowiek właśnie rozmawia.

	GOOGLE ADS	META ADS	CHATGPT ADS
Co uruchamia reklamę	Hasło wpisane w wyszukiwarkę (słowo kluczowe)	Profil i zachowanie użytkownika, dobór odbiorców przez algorytm	Kontekst i intencja bieżącej rozmowy, treść reklamy i strony, wskazówki kontekstowe
Czym sterujesz	Słowa kluczowe, wykluczenia, lokalizacje, listy odbiorców	Odbiorcy, lokalizacje, miejsca wyświetlania, kreacje	Kraj, województwo, kody pocztowe, platforma, wskazówki kontekstowe (do 2 000 na grupę)
Raport wyszukiwanych haseł	Tak	Nie dotyczy	Brak — rozmowy są prywatne
Remarketing i listy klientów w Polsce	Tak (przy zgodach)	Tak (przy zgodach)	Personalizacja w EOG niedostępna — OpenAI zaleca nie używać list klientów
Za co płacisz	Najczęściej za kliknięcie	Najczęściej za wyświetlenia	Za 1 000 wyświetleń albo za ważne kliknięcie — nigdy za samą konwersję
Pomiar	Tag Google, GA4	Piksel Meta + Conversions API	OpenAI Pixel, Conversions API, Image Tag, UTM
Benchmarki kosztów	Velads: usługi lokalne CPC 2–6 zł	Velads: lead remontowo-budowlany 35–60 zł	Brak — OpenAI nie publikuje benchmarków
Dojrzałość	Dojrzała platforma	Dojrzała platforma	Beta; format, stawki i panel zmieniają się co kilka tygodni

Benchmarki Velads: z kont, które prowadzimy (Polska, 2026) — koszt zależy od branży, oferty i jakości strony, to widełki, nie obietnica. Dane ChatGPT Ads: pomoc i dokumentacja OpenAI, stan na 11.11.2026.



Co z tego wynika w praktyce

- **Nie licytujesz haseł.** Opisujesz ofertę, klienta i sytuację — system sam ocenia, kiedy reklama pasuje.
- **Nie wrócisz do odwiedzających.** Do remarketingu w Polsce zostają Meta i Google.
- **Nie porównasz od razu z Google.** Pierwszy test to nauka kanału, nie jego ocena po tygodniu.

02 · MECHANIKA

Jak OpenAI wybiera, którą reklamę pokazać

System ocenia oczekiwaną trafność i wynik. Gdy kilka reklam się kwalifikuje, liczy się połączenie trafności i stawki reklamodawców. O cenie decyduje aukcja: według pomocy OpenAI płacisz cenę wyznaczoną przez zwycięską stawkę aukcji.

WEJŚCIE
Sygnały
- temat i intencja rozmowy
- tytuł i opis reklamy
- treść strony docelowej
- wskazówki kontekstowe
- targetowanie kampanii

→

FILTR
Czy wolno?
- kategoria dozwolona
- rozmowa nie jest wrażliwa
- kraj, platforma, budżet
- reklama po weryfikacji

→

WYBÓR
Aukcja
- trafność + stawka
- zwycięska stawka wyznacza cenę
- jedna karta pod odpowiedzią

Czym są wskazówki kontekstowe (context hints)

Krótkie zdania na poziomie grupy reklam, które opisują, **co** oferujesz, **komu** pomagasz i **kiedy** to się przydaje. Nie są słowami kluczowymi w dopasowaniu ścisłym, nie gwarantują emisji i nie zastąpią ustawień lokalizacji. Jak je pisać — strona 18.

Creative enhancements — włączone domyślnie

Od 30.10.2026 OpenAI może samo dopasować tytuł i opis do rozmowy, przyciąć obraz, zmienić adres docelowy na trafniejszą podstronę albo przetłumaczyć tekst. Nie zobaczysz podglądu każdej wersji. Wyłączysz to w `Manage settings`.

Nasza rada przy creative enhancements

Jeśli Twoja branża wymaga precyzyjnych sformułowań (ceny „od”, warunki promocji, parametry techniczne), zdecyduj świadomie: zostaw funkcję włączoną tylko wtedy, gdy strona docelowa i reklama są aktualne. OpenAI tworzy warianty na podstawie Twojej reklamy i treści strony.

Intencja w rozmowie a intencja w wyszukiwarce

Pytanie w ChatGPT bywa dłuższe niż hasło w Google: zawiera budżet, ograniczenia, porównanie opcji. OpenAI pisze o docieraniu do ludzi, gdy „szukają informacji, porównują opcje i podejmują decyzje”. Dlatego najlepiej sprawdzają się oferty, które trzeba wyjaśnić — o tym w rozdziale 3.



03

Dla kogo tak, dla kogo jeszcze nie

Zanim policzysz budżet, sprawdź dwie rzeczy: czy Twoja kategoria jest dopuszczona i czy Twój klient w ogóle rozmawia z ChatGPT przed zakupem.

Komu polecamy test

- **Oferta, którą klient porównuje** – oprogramowanie, kursy, sprzęt specjalistyczny, wyposażenie domu, podróże.
- **Sklep z uporządkowanym katalogiem** – aktualne ceny i dobre zdjęcia to gotowy feed produktowy.
- **Firma działająca na większym obszarze** – województwo albo wiele kodów pocztowych.
- **Strona, która odpowiada na pytania** – konkretna podstrona z jasnym następnym krokiem.

Komu dziś odradzamy

- **Usługi „na już”** – pomoc drogowa, ślusarz. Tu wygrywa wyszukiwarka i Wizytówka Google.
- **Finanse, zdrowie, prawo** – poza USA co do zasady niedozwolone.
- **Odbiorcy na płatnych planach** – firmy na planach Business reklam nie zobaczą.
- **Remarketing** – w EOG brak personalizacji; lepsze są Meta i Google.
- **Budżet na granicy 65 zł dziennie** – test trwa długo i daje mało danych.

Kategorie w zasadach reklam OpenAI (stan na 11.11.2026)

KATEGORIA	W POLSCE	UWAGI
Dom i lifestyle, usługi lokalne, podróże, produkty cyfrowe i edukacja	Wspierane	Kategorie, na których OpenAI skupia się w fazie testów
Dorośli i randki, alkohol, tytoń, hazard, polityka, narkotyki, podróbki, pojedyncze oferty pracy i nieruchomości	Zakazane	Dotyczy też strony docelowej. Portal z ogłoszeniami – tak, bez wskazania konkretnej oferty
Usługi zdrowotne i medyczne, suplementy, telemedycyna	Niedozwolone	Wyjątek: oprogramowanie i infrastruktura dla ochrony zdrowia
Usługi finansowe (kredyty, pożyczki, inwestycje)	Zakazane / wybrani	Część (np. ubezpieczenia, leasing aut) tylko dla wybranych zatwierdzonych firm – bez naboru. Oprogramowanie finansowe: tak
Usługi prawne	Niedozwolone	Dozwolone tylko w USA, dla licencjonowanych prawników

Źródło: OpenAI Ad policies v1.6 (IX 2026) i tabela kwalifikowalności w pomocy OpenAI („Troubleshooting common onboarding and policy issues”). Lista skrócona – przed startem sprawdź pełną wersję.

Zasada spójności

Zatwierdzona reklama nie może prowadzić na stronę z treściami niedozwolonymi (przykład OpenAI: dostawa jedzenia kierująca do dostawy alkoholu) ani udawać interfejsu ChatGPT.

03 · TEST SAMOOCENY

Sześć pytań, zanim wydasz pierwszą złotówkę

Odpowiedz szczerze. Każde „nie” to rzecz, którą warto naprawić przed testem — albo sygnał, że Twoje pieniądze lepiej sprawdzą się dziś w innym kanale.

1. **Moja kategoria jest dozwolona w Polsce.**
   Nie działam w finansach, zdrowiu, prawie, alkoholu, hazardzie ani innej kategorii zakazanej (str. 8). ☐ tak ☐ nie

2. **Klient przed zakupem porównuje opcje i zadaje pytania.**
   „Co wybrać”, „czym to się różni”, „na co uważać” — a nie „potrzebuję kogoś w 30 minut”. ☐ tak ☐ nie

3. **Działam w całej Polsce albo przynajmniej w całym województwie.**
   Przy wąskim obszarze reklama ma mało rozmów, w których może się pojawić. ☐ tak ☐ nie

4. **Mam stronę docelową, która odpowiada na pytania klienta.**
   Konkretna podstrona usługi lub produktu, dostępna dla bota OAI-AdsBot (str. 14). ☐ tak ☐ nie

5. **Zmierzę wynik — zapytanie, telefon albo sprzedaż.**
   OpenAI Pixel lub Conversions API, a co najmniej parametry UTM i GA4. ☐ tak ☐ nie

6. **Mogę przeznaczyć na test kilka tysięcy złotych bez szkody dla kanałów, które już działają.**
   Przykład: 100 zł dziennie przez 6 tygodni to 4 200 zł (str. 11). ☐ tak ☐ nie

5–6 × „tak”
Masz dobre warunki do testu. Przejdź do rozdziału 4 i zaplanuj budżet oraz kryteria sukcesu.

3–4 × „tak”
Najpierw uzupełnij braki — zwykle pomiar i stronę docelową. To się przyda także w Google i Meta.

0–2 × „tak”
Na dziś lepiej postawić na sprawdzone kanały. Wróć do ChatGPT Ads, gdy platforma dojrzeje.



Nie masz pewności, jak wypada Twoja branża?

Na bezpłatnej konsultacji powiemy wprost, czy test w ChatGPT ma sens w Twojej branży — i jeśli nie, to też.

Tel. 575 496 513 · kontakt@velads.pl

04

Ile kosztuje test

OpenAI podaje minimum budżetu, ale nie podaje, ile kosztuje kliknięcie czy klient. Test planujesz więc od kwoty, którą możesz przeznaczyć na naukę.

CEL KAMPANII (W PANELU)	ZA CO PŁACISZ	KIEDY WYBRAĆ
Views (CPM) · w części pomocy: Reach	Za 1 000 wyświetleń	Rozpoznawalność, nowa marka lub kategoria
Clicks (CPC)	Za ważne kliknięcie	Start bez pomiaru konwersji albo z małą liczbą konwersji
Conversions · oCPC / oCPM	Za kliknięcie (oCPC) albo za 1 000 wyświetleń (oCPM) — nie za konwersję	Gdy OpenAI Pixel lub Conversions API już przesyła zdarzenia standardowe

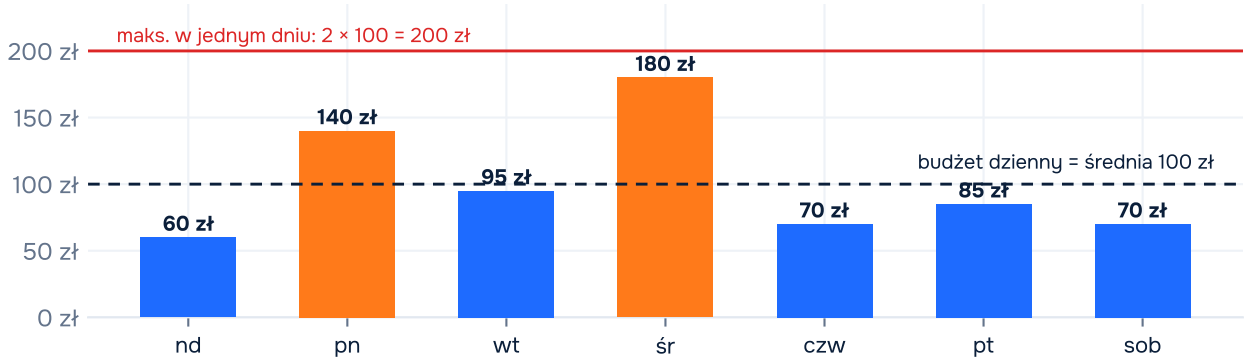
65 zł
minimalny budżet dzienny kampanii przy rozliczeniu w PLN
Pomoc OpenAI, tabela walut

2× / 7×
maks. wydatek w jednym dniu / w tygodniu względem budżetu dziennego
Pomoc OpenAI: Daily budgets

brak
oficjalnych benchmarków kosztu kliknięcia i konwersji
Pomoc OpenAI: FAQ

Jak działa budżet dzienny: średnia z tygodnia, nie sztywny limit

Budżet dzienny 100 zł, tydzień budżetowy od niedzieli do soboty (strefa czasowa konta). Suma tygodnia ≤ 7 × 100 = 700 zł.



Przykład obliczeniowy — liczby założone. Zasady: pomoc OpenAI „Daily budgets", stan na 11.11.2026.

Dwie pułapki budżetu

Po wstrzymaniu kampanii reklamy mogą się wyświetlać jeszcze do 24 godzin, a koszt jest naliczany. Gdy kampania wyda tygodniowy limit wcześniej, może przestać się wyświetlać do niedzieli, mimo że ma status aktywnej.

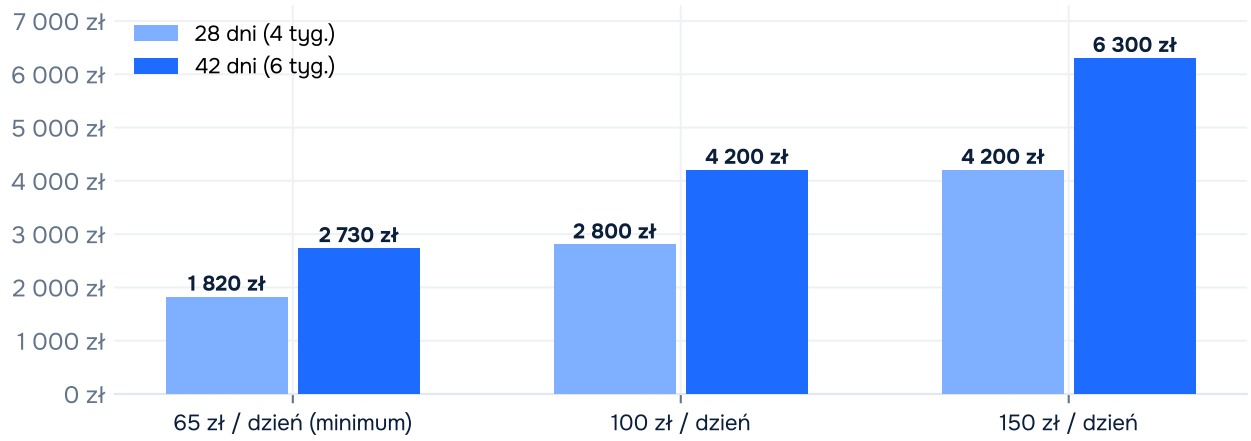
04 · PLAN TESTU

Budżet × czas × kryteria ustalone przed startem

Ponieważ nie ma benchmarków, punktem odniesienia są **Twoje własne kanały**. Zapisz przed startem, ile dziś płacisz za zapytanie lub sprzedaż w Google i Meta, i jaki koszt wyniku w ChatGPT uznasz za sukces.

Ile kosztuje test przy różnych budżetach dziennych

Łączny maksymalny koszt testu = budżet dzienny × liczba dni (4 i 6 tygodni)



Przykład obliczeniowy — liczby założone. 65 zł to minimum OpenAI dla PLN. Bez kosztów obsługi kampanii.

Zasady dobrego testu

- **4–6 tygodni** i oceniaj w pełnych tygodniach budżetowych (niedziela–sobota).
- **Jedna kampania, 2–3 grupy reklam** wokół różnych potrzeb klienta.
- **Kilka wariantów tytułu i opisu** w każdej grupie — OpenAI zaleca różne „kąty” zamiast powtarzania tego samego.
- **Bez dużych zmian w pierwszych dniach.** Konwersje pojawiają się w raportach z opóźnieniem 24–48 h.

Stawki w listopadzie 2026

Od 9.11.2026 nowe kampanie dostają **Target CPC** (kliknięcia) i **Target CPA** (konwersje) — średni koszt, do którego system dąży, a nie cena gwarantowana. Alternatywą jest **Intelligent bidding** (dawniej Maximize Results). Max Bid i Max CPC znikną 1.01.2027.

Pomoc OpenAI zaleca dla CPC start od stawki maksymalnej 3–5 USD za kliknięcie. To punkt wyjścia do licytacji, nie prognoza kosztu w Polsce.

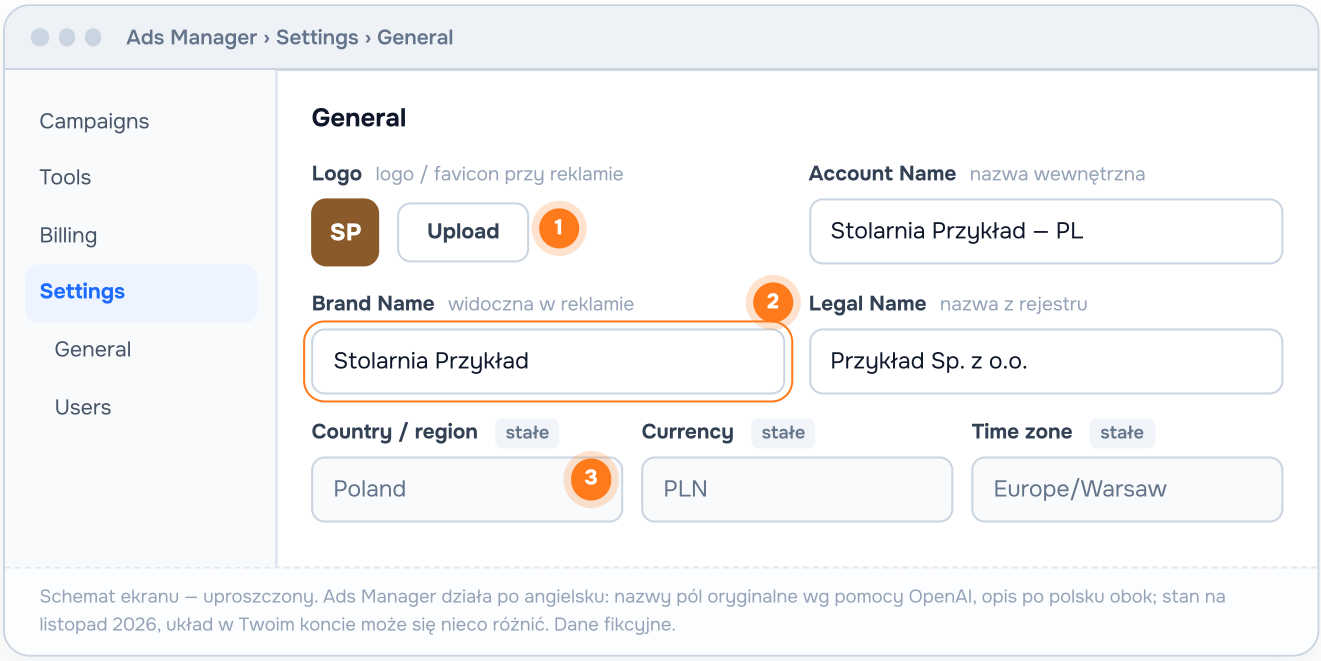
CO MIERZYMY W TEŚCIE	GDZIE	PO CO
Wyświetlenia, kliknięcia, CTR	Ads Manager (co ok. 15 min)	Czy reklama w ogóle trafia do rozmów i przyciąga uwagę
Wydatek, śr. CPC, śr. CPM	Ads Manager (wydatek z opóźnieniem 7–8 h)	Porównanie kosztu ruchu z innymi kanałami
Konwersje i koszt konwersji	Ads Manager + GA4 (UTM)	Kryterium decyzji: skalować, poprawić czy wstrzymać
Jakość zapytań lub zamówień	CRM, sklep, telefon	Czy kliknięcia z ChatGPT to klienci, a nie tylko ciekawscy

05

Przygotowanie: konto, rozliczenia, pomiar

Konto zakładasz na `ads.openai.com`, logując się kontem OpenAI. Trzy ustawienia wybierasz raz na zawsze — dlatego sprawdź je, zanim klikniesz „utwórz”.

1. **Zaloguj się** kontem OpenAI (najlepiej na służbowy e-mail) i wybierz: start od adresu strony albo prosto do Ads Manager.
2. **Ustaw logo i nazwy** w `Settings → General`.
3. **Skonfiguruj rozliczenia** w `Billing`: karta, dane firmy, adres, e-mail do faktur, NIP (VAT ID).
4. **Przejdź weryfikację** konta i firmy, jeśli panel o nią poprosi.
5. **Zaproś zespół** w `Settings → Users → Invite`: Admin, Member albo Viewer.



Schemat ekranu — uproszczony. Ads Manager działa po angielsku: nazwy pól oryginalne wg pomocy OpenAI, opis po polsku obok; stan na listopad 2026, układ w Twoim koncie może się nieco różnić. Dane fikcyjne.

1. **Logo** — pokazuje się jako ikona przy każdej reklamie. W API OpenAI wymaga min. 256 × 256 px (JPEG, PNG, WebP).
2. **Brand Name** — nazwa, którą klient widzi w ChatGPT. Zmiana później wstrzymuje emisję do ponownej akceptacji, a zmiana Legal Name uruchamia ponowną weryfikację firmy.
3. **Kraj, waluta, strefa czasowa** — nie zmienisz ich po założeniu konta. Pomyłka oznacza nowe konto.

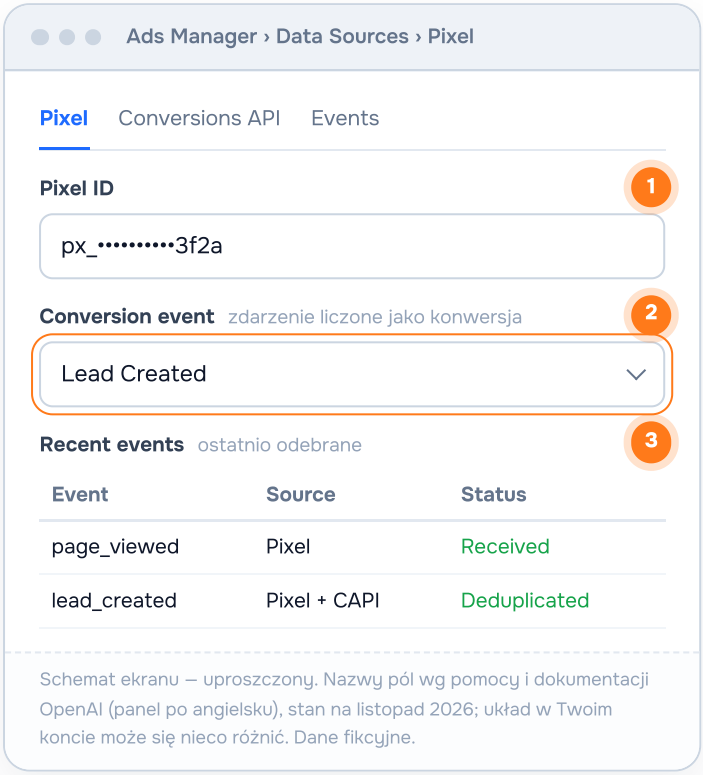
Konto na firmę, nie na agencję

Każdy reklamodawca powinien mieć osobne konto. Jeśli współpracujesz z agencją, zaproś ją do swojego konta — dane i historia zostają u Ciebie.

05 · POMIAR KONWERSJI

OpenAI Pixel, Conversions API i zdarzenia

Bez pomiaru nie ocenisz testu i nie użyjesz celu Conversions. Masz trzy sposoby: **Pixel** (przeglądarka), **Conversions API** (serwer) i **Image Tag** (strony bez JavaScriptu). Najpewniej: Pixel + Conversions API z tym samym ID zdarzenia.



1. **Pixel ID** tworzysz w zakładce konwersji. Ten sam identyfikator służy Pixelowi i Conversions API.
2. **Zdarzenie standardowe** — tylko takie może być celem optymalizacji. Własne (custom) tylko mierzysz.
3. **Sprawdź odbiór** — sama instalacja nie dowodzi, że zdarzenia docierają.

Zgody w Polsce

Pixel ma przełącznik zgody: `oaiq("consent", false)` przed inicjalizacją i `true` po akceptacji. Podłącz go do banera cookies.

Identyfikator kliknięcia oppref

OpenAI dokleja go do adresu strony, a Pixel trzyma w cookie 30 dni. Nie gub go przy przekierowaniach; w Conversions API przekazuj go w zdarzeniu z serwera.

ZDARZENIE (W KODZIE)	KIEDY WYSŁAĆ	ZDARZENIE	KIEDY WYSŁAĆ
lead_created	wysłany formularz, prośba o kontakt	**order_created**	zakończony zakup
appointment_scheduled	umówiona wizyta, demo, konsultacja	**checkout_started**	rozpoczęcie zamówienia
registration_completed	rejestracja konta lub na wydarzenie	**items_added**	dodanie do koszyka
subscription_created	start płatnej subskrypcji	**contents_viewed**	obejrzany produkt lub treść
trial_started	start okresu próbnego	**page_viewed**	wejście na ważną stronę
app_installed / app_opened	tylko Conversions API	**custom**	inne działanie — bez optymalizacji

Źródło: developers.openai.com/ads/supported-events — 12 zdarzeń standardowych + custom. Wartość podajesz w groszach (12999 = 129,99 zł) z walutą PLN.

05 · STRONA DOCELOWA

Wpuść bota OpenAI i daj klientowi odpowiedź

Każdą stronę docelową sprawdza **OAI-AdsBot**. Jeśli go zablokujesz, reklama zostanie odrzucona. OpenAI zaleca też wpuszczenie **OAI-SearchBot**. To inne boty niż GPTBot, który zbiera dane do trenowania modeli — możesz blokować GPTBot i jednocześnie wpuszczać AdsBot.

Fragment robots.txt

```
# Boty reklamowe i wyszukiwarki OpenAI — wpuść
User-agent: OAI-AdsBot
Allow: /

User-agent: OAI-SearchBot
Allow: /

# Opcjonalnie: bez trenowania modeli
User-agent: GPTBot
Disallow: /
```

Według OpenAI dane zebrane przez OAI-AdsBot nie służą do trenowania modeli. Bot odwiedza tylko strony zgłoszone jako reklamy. Adresy IP: openai.com/adsbot.json.

Robots.txt to nie wszystko

- **Zapora, CDN, ochrona przed botami** — sprawdź, czy bot nie dostaje CAPTCHA ani wyzwania przeglądarki.
- **Przekierowania i subdomeny** — ustawienia muszą przepuszczać bota na każdym hoście po drodze.
- **Pełny adres z reklamy** — z parametrami UTM, na telefonie i komputerze.
- **Treść ładowana skryptem** — kod 200 z pustą stroną też jest błędem.

BOT DOSTAJE	CO TO ZNACZY	CO ZROBIĆ
403 / Access denied	Blokuje zapora lub reguła bezpieczeństwa	Sprawdź hosta, który odmówił — może to być subdomena po przekierowaniu
404 / Page not found	Strona nie istnieje albo przekierowanie prowadzi donikąd	Popraw adres lub cel przekierowania
429 / Too many requests	Limit zapytań lub ochrona przed botami	Złagodź limit dla zweryfikowanych botów OpenAI
Pusta strona, logowanie, wyzwanie	Bot nie widzi treści	Udostępnij treść bez logowania i bez CAPTCHA

Źródło: pomoc OpenAI „Advertiser guidance for allowing OpenAI web crawlers", stan na 11.11.2026.



Strona, która odpowiada na pytanie z rozmowy

- Kieruj na podstronę usługi lub produktu, nie na stronę główną.
- Cena „od", zakres, czas realizacji i obszar działania — na górze strony.
- Jeden jasny następny krok: formularz, telefon, koszyk.
- Te same fakty w reklamie, na stronie i we wskazówkach.

06

Pierwsza kampania krok po kroku

W panelu wybierasz `Create → Create campaign`. Struktura jest trzypoziomowa, podobna do Google i Meta.

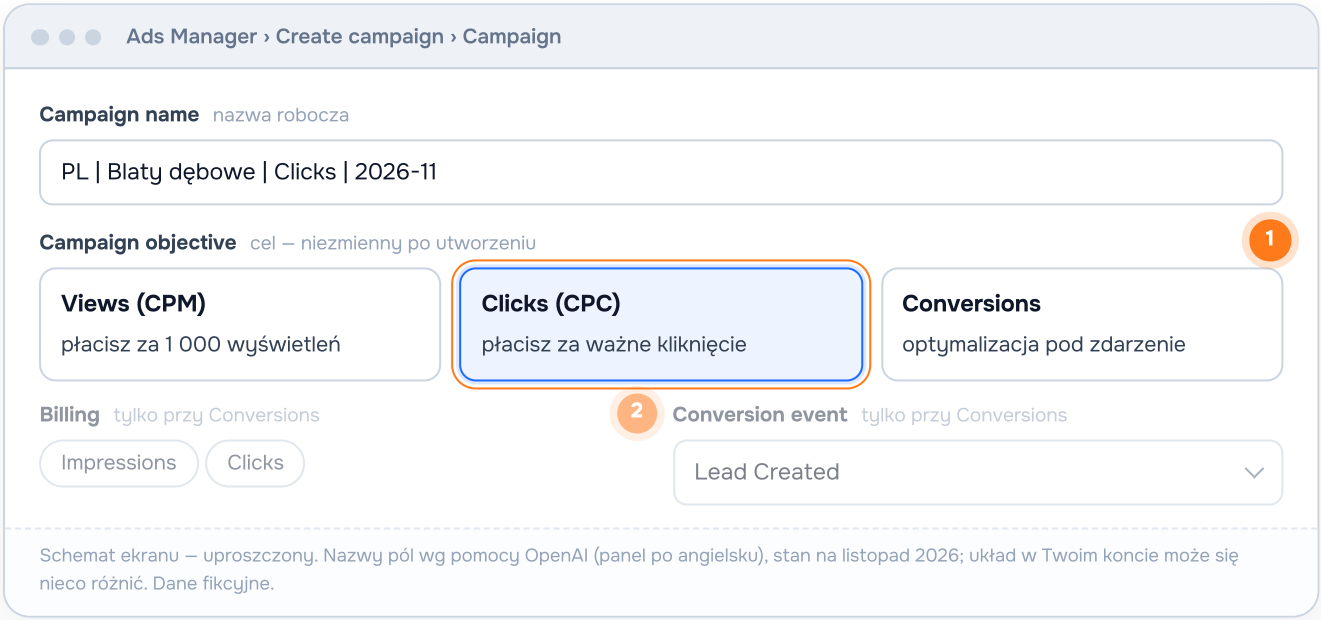
POZIOM 1
Campaign
- cel i model rozliczeń
- zdarzenie konwersji
- budżet i daty
- kraj, regiony, platformy

→

POZIOM 2
Ad Group
- jeden temat lub potrzeba
- context hints
- strategia stawek

→

POZIOM 3
Ad
- tytuł, opis
- obraz lub 4–6 obrazów
- strona docelowa, UTM



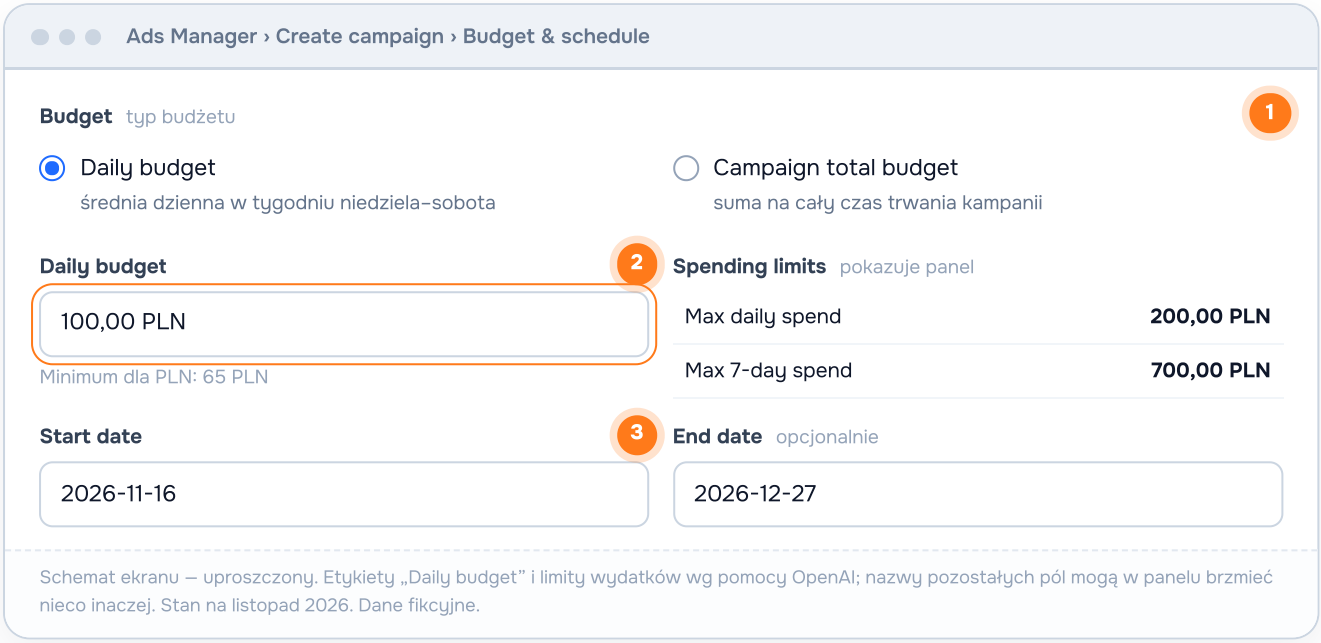
1. **Na pierwszy test: Clicks (CPC)**, jeśli nie masz jeszcze odbieranych konwersji. Gdy Pixel lub CAPI zbiera zdarzenia, rozważ Conversions. Celu nie zmienisz – tylko nowa kampania albo `Clone Campaign` z innym celem.
2. **Conversions: rozliczenie i zdarzenie** – Impressions (oCPM) albo Clicks (oCPC). Według OpenAI rozliczenie za wyświetlenia pozwala optymalizować pod szerszy zbiór konwersji, także po obejrzeniu reklamy. Zdarzenia też nie zmienisz później.

! Pierwsza kampania bez dat

Przy pierwszej kampanii pola daty startu i końca mogą być niedostępne przed publikacją. Jeśli chcesz wystartować w konkretnym dniu, nie publikuj kampanii tylko po to, by zobaczyć te pola – reklamy mogą ruszyć od razu po akceptacji.

06 · KROK 2 · BUDŻET

Budżet dzienny, budżet całkowity i daty



1. **Na start wybierz Daily budget.** OpenAI zaleca go nowym reklamodawcom, a strategie automatyczne działają tylko z budżetem dziennym. Zmiana z budżetu całkowitego na dzienny jest nieodwracalna.
2. **Kwota to średnia, nie sufit.** Panel pokazuje maksimum dzienne (2×) i tygodniowe (7×). Zmiana w trakcie dnia liczy limit od najwyższej kwoty z tego dnia.
3. **Daty** — ustaw koniec testu (np. po 6 tygodniach). Przy budżecie całkowitym bez daty końca panel rozkłada wydatki na 60 dni.

Budżet kampanii a limity konta

Próg płatności (kiedy karta zostaje obciążona) to nie budżet. Rośnie automatycznie po kolejnych udanych płatnościach. Przy dodaniu karty bank może pokazać czasową blokadę autoryzacyjną — to nie opłata za reklamy.

Ile kampanii na start?

Jedna. OpenAI radzi osobne kampanie dla różnych celów, regionów lub kategorii — ale przy 65–150 zł dziennie każdy podział zmniejsza ilość danych w kampanii.

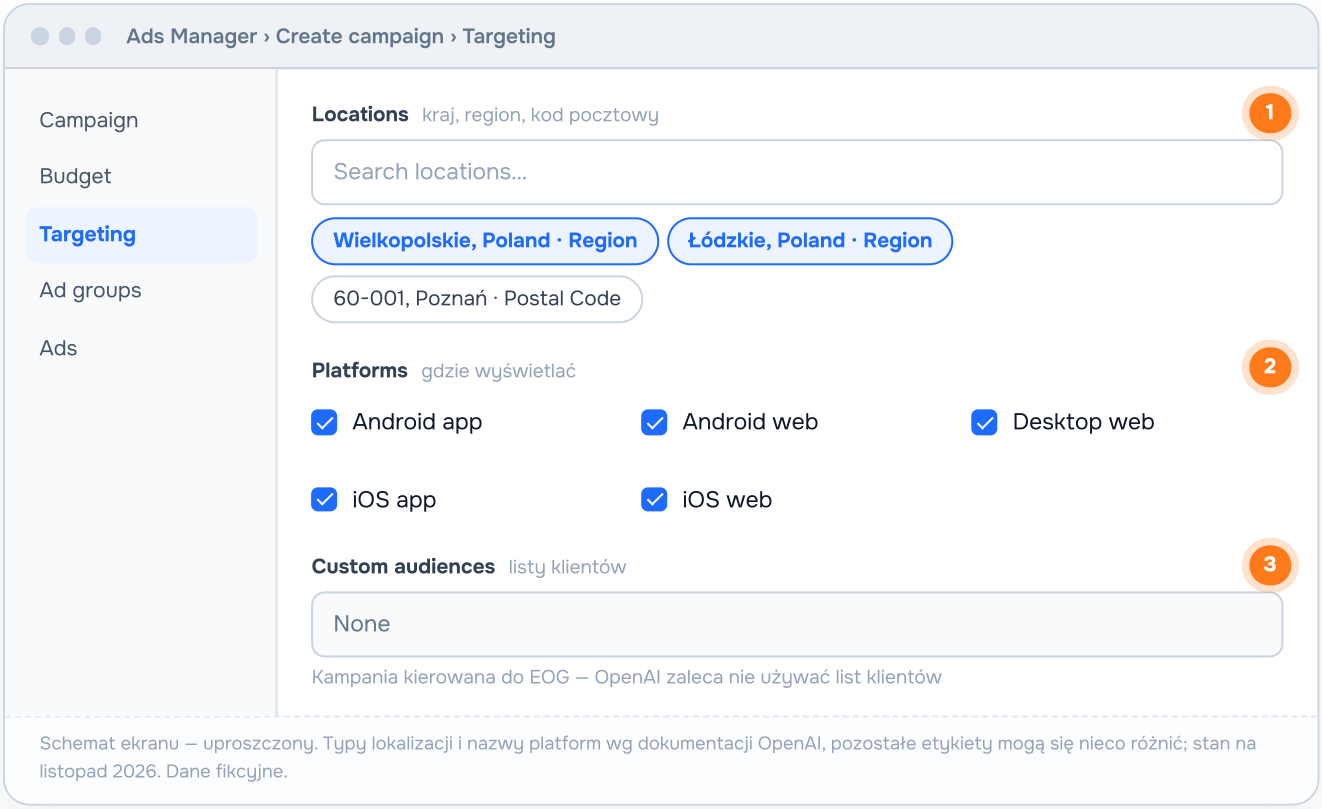
Nazewnictwo

Ustal jeden schemat nazw od pierwszego dnia, np. `kraj | produkt | cel | miesiąc` . Przy eksporcie CSV i porównaniu z GA4 oszczędzi Ci to sporo czasu.

06 · KROK 3 · KIEROWANIE

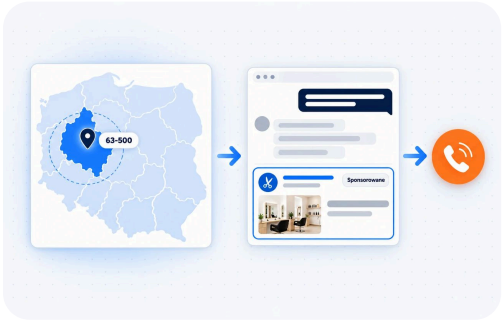
Lokalizacja, platformy i listy odbiorców

W Polsce możesz kierować reklamy na **cały kraj, 16 województw albo kody pocztowe** — w katalogu lokalizacji OpenAI jest ich 20 299. Miast jako osobnego poziomu dla Polski w katalogu nie ma; obszar miasta zbudujesz z kodów pocztowych (do 2 500 pozycji na liście).



Schemat ekranu — uproszczony. Typy lokalizacji i nazwy platform wg dokumentacji OpenAI, pozostałe etykiety mogą się nieco różnić; stan na listopad 2026. Dane fikcyjne.

1. **Lokalizacja** — wpisz nazwę województwa albo kod i wybierz z listy. Uwaga: kampanie z feedu produktowego mają tylko poziom kraju.
2. **Platformy** — na start zostaw wszystkie pięć. Wyniki rozbijesz potem w raporcie (`Segment → Platform`).
3. **Listy klientów** — włączanie wymaga min. 25 000 dopasowanych osób, a w EOG i Szwajcarii personalizacja jest niedostępna. Pomiń przy kampanii w Polsce.



Firma lokalna — jak to ustawić z głową

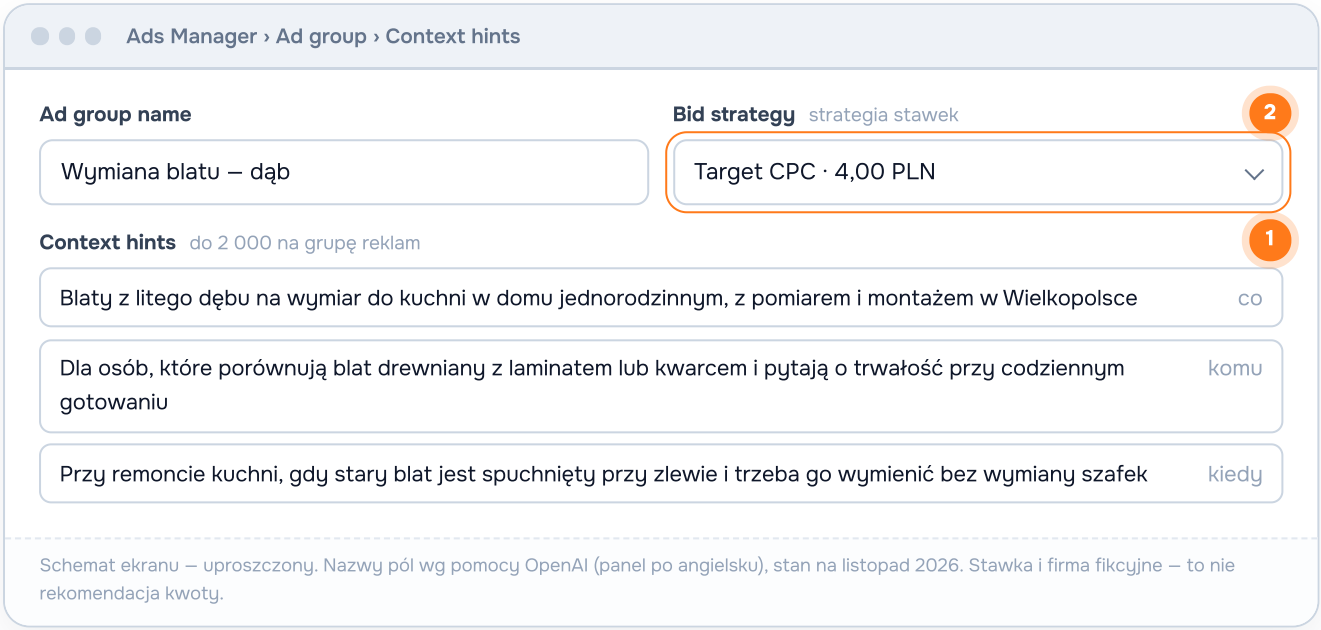
Wybierz województwo albo kilkadziesiąt kodów pocztowych zamiast jednej dzielnicy — wąski obszar to mało rozmów. Obszar działania wpisz też w opisie reklamy i na stronie. Wskazówki kontekstowe **nie ograniczają** emisji geograficznie: „tylko w Poznaniu” we wskazówce nic nie zmieni.

Źródła: katalog lokalizacji OpenAI (openai-geotargets.csv, pobrany 11.11.2026), pomoc „Creating campaigns for ChatGPT Ads”.

06 · KROK 4 · GRUPA REKLAM

Wskazówki kontekstowe: co, komu, kiedy

Grupę reklam budujesz wokół jednej potrzeby klienta, np. „wymiana blatu” i osobno „renowacja blatu”. Wskazówki dodają to, czego nie widać od razu w reklamie i na stronie: **co** oferujesz, **komu** pomaga, **kiedy** się przydaje.



1. **Jedno zdanie = jedna myśl.** Naturalnym językiem, prawdziwie, z konkretem. Aktualizuj, gdy zmienia się oferta, cena lub obszar. Edycja zastępuje całą listę.
2. **Strategia stawek** — Target CPC, Target CPA albo Intelligent bidding. Target to średnia, nie limit.

Słabe wskazówki

- ✕ „blaty”, „kuchnia”, „dąb”
  pojedyncze słowa — system i tak to wie z reklamy
- ✕ „pokazuj tylko w Poznaniu”
  polecenie emisji — do tego służy lokalizacja
- ✕ „najlepsze blaty w Polsce”
  ogólnik bez informacji, ryzyko zarzutu wprowadzania w błąd

Dobre wskazówki

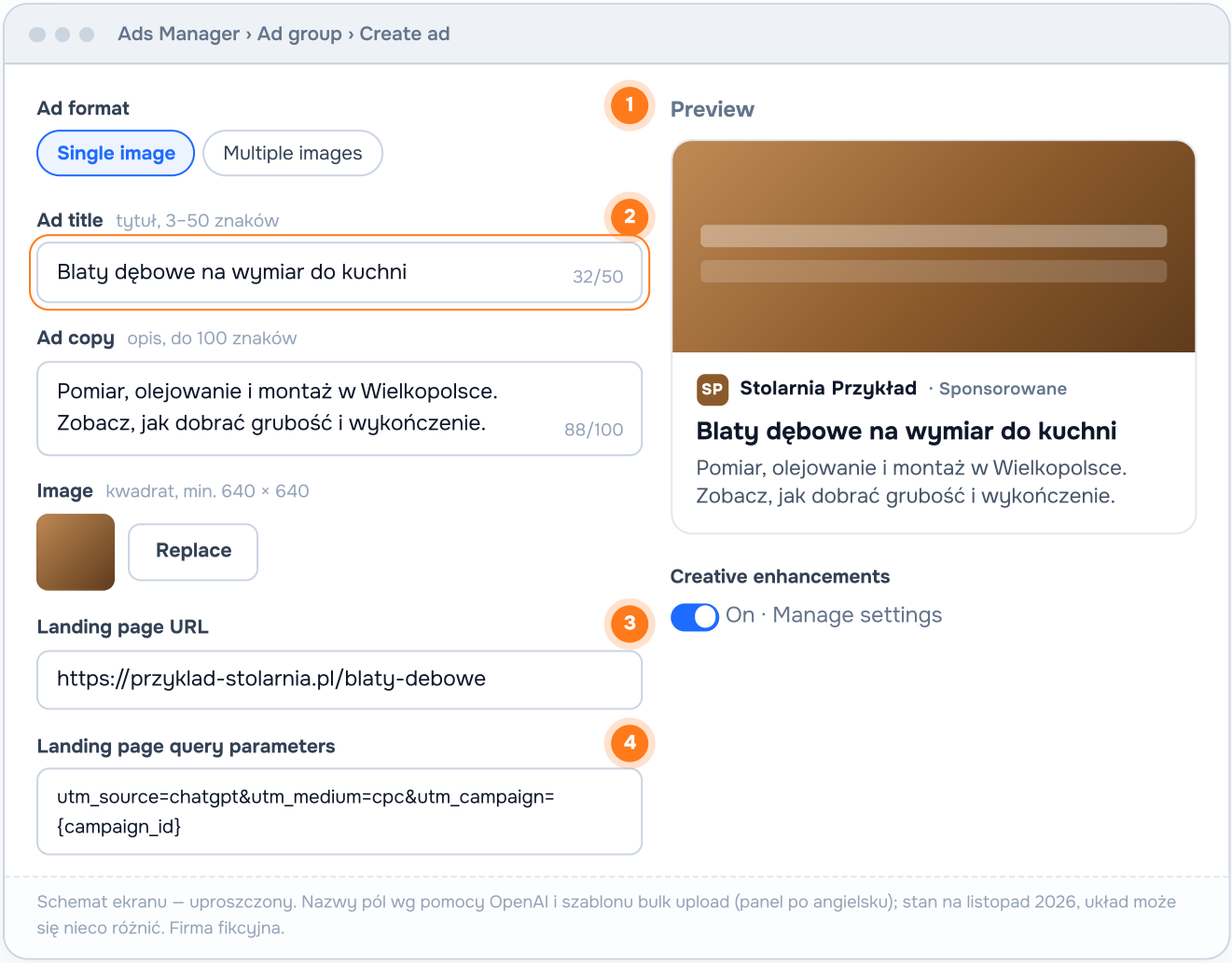
- ✓ Konkretna cecha + po co klientowi
  „olejowany blat dębowy, który można odnowić po latach zamiast wymieniać”
- ✓ Sytuacja, w której klient o to pyta
  „remont kuchni w bloku z wąskim blatem pod oknem”
- ✓ Prawdziwe warunki
  „pomiar gratis przy zamówieniu w Wielkopolsce” — jeśli tak jest

PRZYKŁAD OPENAI — SŁABIEJ	LEPIEJ (TŁUMACZENIE VELADS)
„Buty”	Lekkie buty do biegania w terenie po kamienistych szlakach
„Outdoor”	Wodoodporne obuwie na wędrówki w deszczową pogodę
„Klienci z Kalifornii”	Ustaw Kalifornię w lokalizacji kampanii, a we wskazówce opisz zastosowanie produktu

Źródło: developers.openai.com/ads/campaign-targeting („Write useful hints”). Przykłady ilustrują styl — nie gwarantują wyświetlenia w danej rozmowie.

06 · KROK 5 · REKLAMA

Edytor reklamy: tytuł, opis, obraz, adres



Schemat ekranu — uproszczony. Nazwy pól wg pomocy OpenAI i szablonu bulk upload (panel po angielsku); stan na listopad 2026, układ może się nieco różnić. Firma fikcyjna.

1. **Single image** albo **Multiple images** (4–6 kwadratowych obrazów 1:1, otwarta beta). Przy wielu obrazach CTA to tylko „Learn more", a każdy obraz prowadzi pod ten sam adres.
2. **Tytuł i opis** — limit 50 i 100 znaków. W szablonie importu OpenAI rekomenduje krócej: tytuł 16–24, opis 32–48 znaków. Opis ma dodawać informację, a nie powtarzać tytuł.
3. **Strona docelowa** — konkretna podstrona, dostępna dla OAI-AdsBot i OAI-SearchBot.
4. **Parametry UTM** — możesz użyć makr {campaign_id}, {ad_group_id}, {ad_id}. Pierwszeństwo ma adres reklamy, potem reklama, grupa i kampania.

Obraz bez niespodzianek

Najbezpieczniejszy wybór: kwadrat 1200 × 1200 px w JPG lub PNG. Taki format przejdzie i w edytorze (min. 640 × 640, JPEG/PNG/WebP), i w imporcie CSV (PNG/JPG, kwadrat, maks. 1200 × 1200). Prosty, czytelny, zgodny z tytułem — bez kolażu i drobnego tekstu.

06 · SKLEPY INTERNETOWE

Kampania z feedu produktowego i publikacja

Sklep może wgrać katalog i tworzyć reklamy produktów automatycznie. Według pomocy OpenAI reklamy z feedów należą do najlepiej działających w programie (bez podania liczb).

1. **Tools → Feeds → Create Feed**, potem import: plik CSV/TXT, Hosted URL albo SFTP. Produkty wygasają po 2 tygodniach — lepiej użyć stałego adresu URL.
2. **Nowa kampania**, w polu typu kampanii wybierz **Product feed**. Lokalizacja tylko na poziomie kraju.
3. **Grupa reklam**: wybierz feed, filtry produktów, sprawdź liczbę gotowych produktów. Strategia: Maximize results / Intelligent bidding.
4. **Szablon reklamy** — jeden na grupę. Układ (pojedyncza karta lub karuzela) dobiera OpenAI.



Produkty z feedu trafiają tylko do reklam — nie do organicznych odpowiedzi ChatGPT. Produkt odrzucony za naruszenie zasad poprawiasz w katalogu — wsparcie OpenAI nie rozpatruje odwołań dla pojedynczych pozycji.

Przed kliknięciem „Active" — szybka kontrola

SPRAWDŹ	DLACZEGO
Billing, weryfikacja, logo i Brand Name	Bez rozliczeń i weryfikacji reklamy się nie wyświetlą
Cel, zdarzenie konwersji, typ budżetu	Tych ustawień nie zmienisz po publikacji
Daty i status kampanii	Reklamy ruszają zaraz po akceptacji, jeśli nic ich nie blokuje
Adresy docelowe z UTM — test na telefonie	Bot i klient muszą trafić na właściwą stronę
Ustawienie creative enhancements	Domyślnie włączone — zdecyduj świadomie

Utknąłeś na którymś kroku?

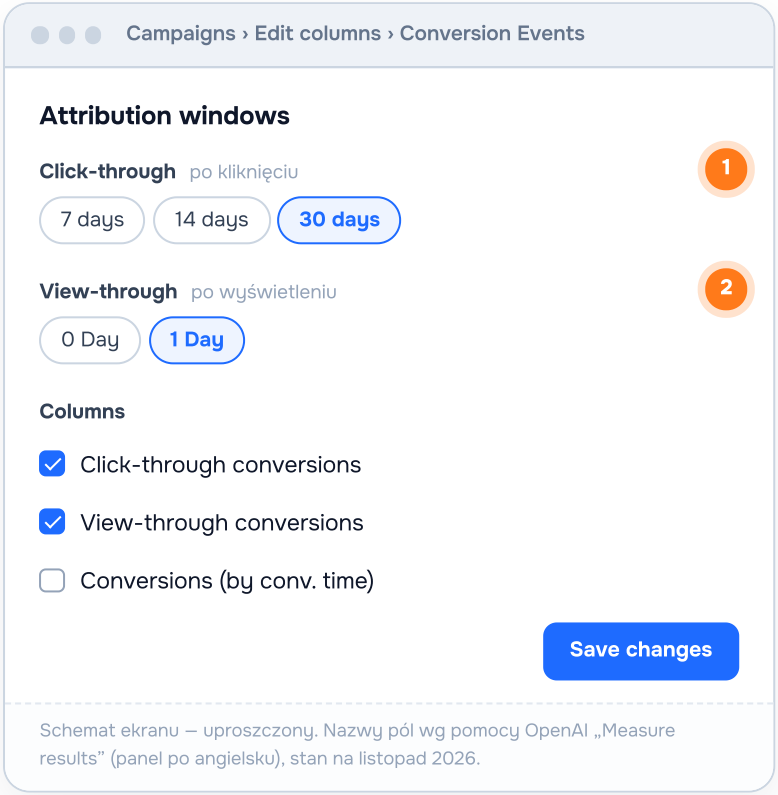
Doradzimy, nawet jeśli kampanię prowadzisz sam. Możemy też spojrzeć na ustawienia przed publikacją — druga para oczu często wyłapuje rzeczy, których nie da się później zmienić.

Tel. **575 496 513** · **kontakt@velads.pl**

07

Pomiar i decyzje po teście

Raport OpenAI pokazuje wyświetlenia, kliknięcia, wydatek, CTR, średni CPC i CPM oraz konwersje. Zanim porównasz je z Google czy GA4, ustaw okno atrybucji i pamiętaj o opóźnieniach danych.



Schemat ekranu — uproszczony. Nazwy pól wg pomocy OpenAI „Measure results" (panel po angielsku), stan na listopad 2026.

1. **Klik: 7, 14 lub 30 dni** (domyślnie 30). Do porównania z GA4 ustaw okno zbliżone do tego, którego używasz w innych kanałach.
2. **Wyświetlenie: 0 lub 1 dzień** (domyślnie 1). Przy 1 dniu konwersje po samym obejrzeniu wchodzą do sumy Conversions. Do uczciwego porównania z Google odczytuj osobno kolumnę kliknięć.

Okno zmienia tylko raport

Zmiana okna nie wpływa na optymalizację, stawki ani rozliczenie. To model last-touch, nie wielokanałowy.

~15 min
odświeżanie wyświetleń, kliknięć i CTR

7–8 h
opóźnienie danych o wydatkach (CPC i CPM jeszcze później)

24–48 h
zanim konwersje pojawią się w raporcie

UTM i GA4

Dodaj UTM do każdej reklamy, np. `utm_source=chatgpt&utm_medium=cpc`. Wtedy w GA4 widzisz ChatGPT Ads jako osobne źródło i porównujesz je z Google i Meta tą samą miarą. Bezpośrednie połączenie GA4 z Ads Managerem jest w becie — dostęp przez opiekuna konta OpenAI.

Dlaczego liczby się różnią

- inne okna atrybucji i strefy czasowe,
- zgody i blokowanie cookies w przeglądarce,
- konwersje modelowane w Ads Managerze,
- wizyty bota z UTM w analityce — to nie płatne kliknięcia.

07 · DECYZJE

Skalować, poprawić czy wstrzymać

Decyzję podejmujesz po pełnym teście, według kryteriów zapisanych przed startem (str. 11). Poniżej tabela, z której korzystamy przy nowych kanałach.

CO WIDZISZ	PRAWDOPODOBNA PRZYCZYNA	CO ROBISZ
Brak wyświetleń po 24 h	Reklama w weryfikacji, brak rozliczeń, daty, kraj spoza dozwolonych dla konta	Status „Not serving” — najedź na niego, by zobaczyć powód
Wyświetlenia są, kliknięć mało	Tytuł i opis nie pasują do rozmów, w których się pojawiasz	Nowe warianty tekstu z innym kątem, doprecyzuj wskazówki
Kliknięcia są, konwersji brak	Strona nie odpowiada na pytanie albo pomiar nie działa	Sprawdź odbiór zdarzeń, oppref, stronę na telefonie
Budżet się nie wydaje	Za niski Target CPC/CPA, ostrzeżenie „Low bid”, mało sygnałów	Porównaj target z faktycznym kosztem, podnieś stopniowo
Koszt wyniku w Twoim progu	Kanał działa dla Twojej oferty	Zwiększaj budżet stopniowo, oceniaj w pełnych tygodniach; rozważ cel Conversions
Koszt wyniku wyraźnie ponad progiem po pełnym teście	Kanał na dziś nie pasuje do oferty lub branży	Wstrzymaj i wróć za kilka miesięcy — platforma szybko się zmienia

Reklama odrzucona — co sprawdzić

- Czy tekst, obraz i strona są zgodne z zasadami (kategoria, brak przesady i fałszywych obietnic).
- Czy strona nie blokuje OAI-AdsBot ani adresów IP OpenAI.
- Edytuj i wyślij ponownie albo poproś o ponowną weryfikację, jeśli to błąd.
- Zmiana tekstu reklamy uruchamia nową weryfikację.

Kontakt z OpenAI

Pomoc: `ads-support@openai.com` albo czat w Centrum pomocy. Przygotuj ID konta i kampanii, zakres dat ze strefą czasową, zrzut ekranu i eksport CSV.

Nie wysyłaj haseł ani pełnych danych karty.

Wyniki nie układają się w jasny obraz?

Jeśli chcesz, spojrzymy na dane z testu razem z Tobą i powiemy, co bylibyśmy skłonni zmienić — a co zostawić bez zmian.

Tel. **575 496 513** · **kontakt@velads.pl**

CHECKLISTA DO DRUKU

Przed startem kampanii w ChatGPT Ads

Decyzja i plan

- [ ] Kategoria dozwolona w Polsce
  zasady reklam OpenAI, str. 8
- [ ] Test samooceny: min. 5 × „tak”
  str. 9
- [ ] Budżet testu i czas (4–6 tygodni)
  zapisany, z kwotą maksymalną
- [ ] Koszt wyniku w Google/Meta spisany
  punkt odniesienia dla decyzji
- [ ] Próg sukcesu ustalony przed startem

Konto i strona

- [ ] Kraj, waluta (PLN), strefa czasowa sprawdzone
  nie zmienisz ich później
- [ ] Logo, Brand Name, Legal Name
- [ ] Billing: karta, dane firmy, NIP
- [ ] Weryfikacja zakończona, zespół zaproszony
- [ ] robots.txt: OAI-AdsBot i OAI-SearchBot wpuszczone
- [ ] Zapora/CDN nie blokuje botów OpenAI
- [ ] Podstrona docelowa odpowiada na pytania

Pomiar

- [ ] OpenAI Pixel w <head> na wszystkich stronach
- [ ] Zgoda połączona z banerem cookies
- [ ] Zdarzenie standardowe wysyłane i odebrane
  np. lead_created, order_created
- [ ] Conversions API z tym samym event ID
  opcjonalnie, zalecane
- [ ] oppref nie ginie przy przekierowaniach
- [ ] UTM w każdej reklamie, GA4 widzi źródło

Kampania

- [ ] Cel: Clicks lub Conversions — świadomie
  niezmienny po utworzeniu
- [ ] Daily budget ≥ 65 zł, data końca testu
- [ ] Lokalizacja: kraj / województwa / kody
- [ ] 2–3 grupy reklam, każda z wskazówkami
- [ ] Kilka wariantów tytułu i opisu w grupie
- [ ] Obraz kwadratowy, czytelny
- [ ] Decyzja o creative enhancements

SŁOWNICZEK

Pojęcia, które pojawiają się w panelu

CPM (Views)
Koszt 1 000 wyświetleń. Rozliczenie za wyświetlenia.

CPC (Clicks)
Koszt ważnego kliknięcia w reklamę.

oCPC / oCPM
Kampania optymalizowana pod konwersję, ale rozliczana za kliknięcie (oCPC) albo za wyświetlenia (oCPM).

Target CPC / Target CPA
Średni koszt kliknięcia lub konwersji, do którego dąży system. Nie jest ceną gwarantowaną.

Intelligent bidding
Automatyczne stawki pod jak najwięcej wyników w budżecie (dawniej Maximize Results).

Context hints
Wskazówki kontekstowe na poziomie grupy reklam — opis oferty, klienta i sytuacji. Nie są słowami kluczowymi.

Zdarzenie (event)
Działanie na stronie wysyłane do OpenAI, np. lead_created. Zdarzenie standardowe może być celem kampanii.

OpenAI Pixel / Conversions API
Pomiar z przeglądarki / z serwera. Razem z tym samym event ID — bez podwójnego liczenia.

oppref
Identyfikator kliknięcia dopisywany do adresu strony; Pixel trzyma go w cookie 30 dni.

Okno atrybucji
Czas po kliknięciu (7/14/30 dni) lub wyświetleniu (0/1 dzień), w którym konwersja jest przypisana reklamie.

EOG
Europejski Obszar Gospodarczy (UE + Islandia, Liechtenstein, Norwegia). Tu reklamy w ChatGPT nie są personalizowane.

OAI-AdsBot
Bot OpenAI sprawdzający strony docelowe reklam.

Czytaj dalej na blogu Velads

Reklamy w ChatGPT w Polsce
velads.pl/blog/reklamy-w-chatgpt/

ChatGPT Ads — jak ustawić kampanię
velads.pl/blog/chatgpt-ads-jak-ustawic-kampanie/

AI w marketingu
velads.pl/blog/ai-w-marketingu/

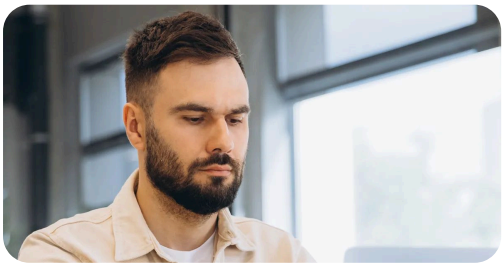
Meta Ads czy Google Ads?
velads.pl/blog/meta-ads-czy-google-ads/

CPC, CPM, CPA, CPL — co oznaczają
velads.pl/blog/co-to-jest-cpc-cpm-cpa-cpl/

Landing page — co to jest
velads.pl/blog/landing-page-co-to-jest/

Google Analytics 4 — co to jest
velads.pl/blog/google-analytics-4-ga4-co-to-jest/

Usługa: ChatGPT Ads w Velads
velads.pl/uslugi/chatgpt-ads/



Wpisy na blogu powstały we wrześniu 2026 r. Tam, gdzie różnią się od tego przewodnika (np. kierowanie na województwa i kody pocztowe), obowiązuje stan z przewodnika — oparty na dokumentacji OpenAI z 11.11.2026.

ŹRÓDŁA

Na czym oparliśmy ten przewodnik

Stan na 11 listopada 2026 r. Platforma jest nowa i zmienia się częściej niż Google czy Meta — przed kampanią sprawdź aktualne wersje.

Pomoc OpenAI (help.openai.com/en/articles/...)

1. Ads in ChatGPT — 20001047
2. Ads in ChatGPT: The Basics — 20001207
3. Ads Manager Availability — 20001245
4. Ads Manager Account Setup — 20001213
5. Creating campaigns for ChatGPT Ads — 20001210
6. Create Ad Groups for ChatGPT Ads — 20001211
7. Creating ads for ChatGPT Ads — 20001212
8. Writing context hints for ChatGPT Ads — 20001521
9. Creative enhancements for ChatGPT Ads — 20001614
10. Bidding strategies and how pricing works — 20001634
11. Daily budgets — 20001413 · Budget pacing — 20001515
12. Conversion-optimized Campaigns — 20001412
13. Conversion Measurement — 20001409 · Measure results — 20001214
14. Advertiser guidance for allowing OpenAI web crawlers — 20001243
15. Create Campaigns from Product Feeds — 20001268
16. Launch Campaigns — 20001209 · Billing & Payment — 20001216
17. Troubleshooting common issues — 20001217
18. Troubleshooting onboarding and policy issues — 20001534
19. Connecting Google Analytics 4 — 20001562 · FAQ — 20001220

Dokumentacja deweloperska (developers.openai.com/ads/...)

1. llms.txt — spis dokumentacji Ads
2. campaign-management.md, campaign-targeting.md
3. location-targeting.md + openai-geotargets.csv
4. platform-targeting.md, bidding-and-budgets.md
5. conversion-tracking.md, measurement-pixel.md
6. conversions-api.md, image-tag.md, supported-events.md
7. reporting.md, product-feeds.md, account-management.md
8. api-reference/ads.md, api-overview.md (changelog)
9. developers.openai.com/api/docs/bots — boty OpenAI

Pozostałe

1. OpenAI Ad policies v1.6 — openai.com/policies/ad-policies/
2. „ChatGPT Ads dostępny w Europie" — openai.com/pl-PL/index/chatgpt-ads-expands-across-europe/ (18.08 i 31.08.2026)
3. Ahrefs Keywords Explorer, Polska, pobrano 11.11.2026
4. Benchmarki Velads dla Google Ads i Meta Ads — velads.pl/uslugi/ (z kont, które prowadzimy, Polska, 2026)

Czego celowo nie podajemy

Prognoz CPC, CPL i ROAS dla ChatGPT Ads w Polsce. OpenAI nie publikuje benchmarków, a każda liczba „średnio w branży" byłaby dziś zgadywaniem.

Co zmieniło się w dokumentacji OpenAI między 1.10 a 11.11.2026

Stawki	Target CPA i Target CPC dla nowych kampanii od 9.11.2026; „Maximize Results" nazywa się teraz Intelligent bidding; Max Bid i Max CPC znikną 1.01.2027.
Kreacje	Reklamy z 4–6 obrazami (otwarta beta od 26.10.2026); creative enhancements włączone domyślnie od 30.10.2026.
Raport konwersji	Konwersje po wyświetleniu (okno 1 dzień) wliczane do sumy Conversions; okna 7/14/30 dni ustawiane w Edit columns.
Aukcja	Pomoc nie mówi już o „aukcji drugiej ceny" — cenę wyznacza zwycięska stawka aukcji.
Pomiar i inne	Event Quality Score, połączenie z GA4 (beta), Negative Phrases dla wybranych reklamodawców, feedy hotelowe (USA, ograniczona beta).

INFORMACJE O WYDANIU

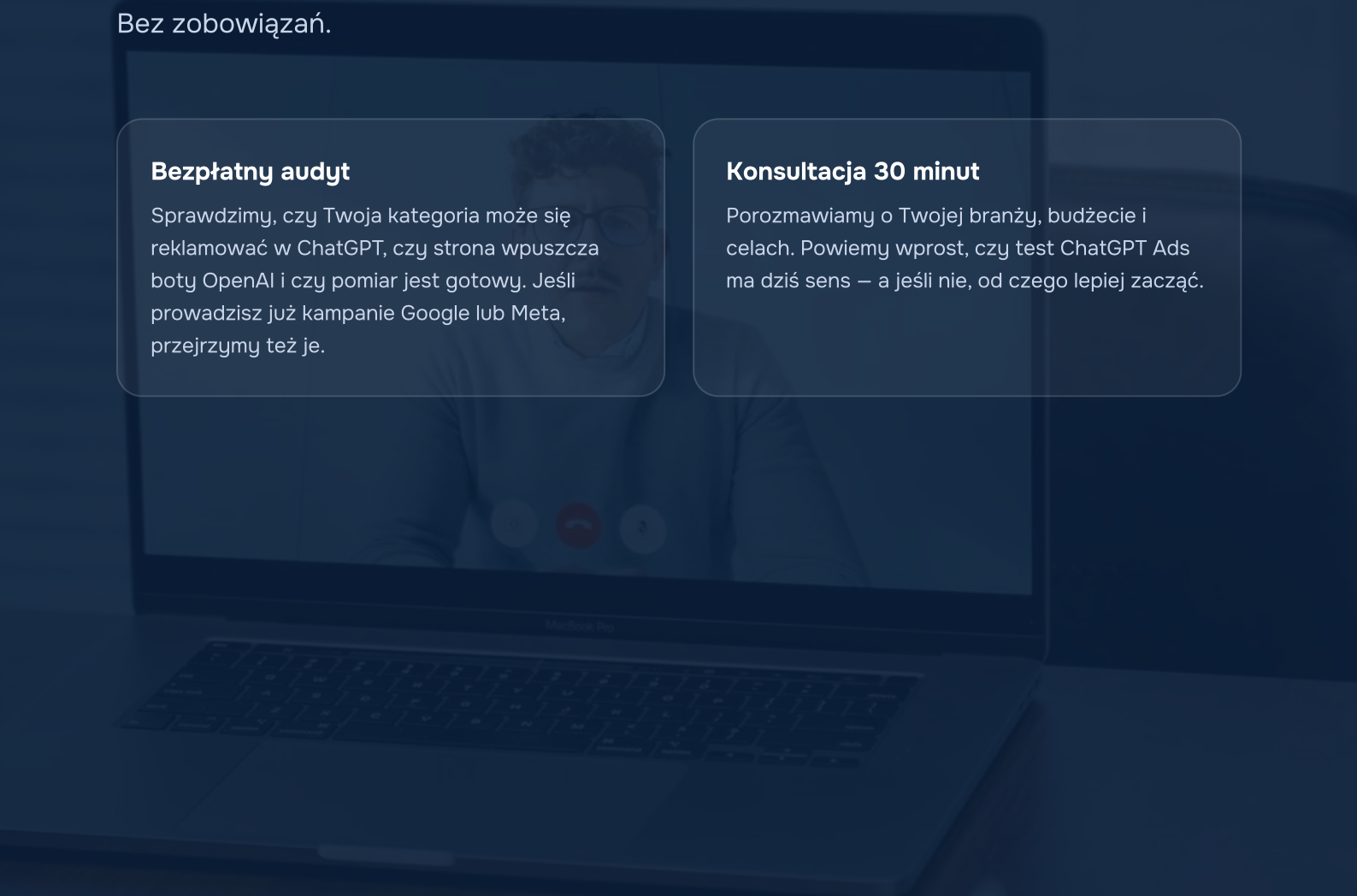
Stopka redakcyjna

Autor	Bartosz Woryma — specjalista marketingu Google Ads i Meta Ads, Velads.
Wydawca	Velads — Mediano Bartosz Woryma, ul. Towarowa 3a, 63-500 Ostrzeszów, NIP 5140368553. Kontakt: kontakt@velads.pl, velads.pl.
Wydanie	Listopad 2026. Stan informacji na 11.2026; platformy często zmieniają panele i zasady — sprawdzaj aktualną dokumentację.
Prawa autorskie	© 2026 Velads. Wszelkie prawa zastrzeżone. Możesz bezpłatnie pobrać, czytać, drukować i udostępniać ten poradnik w niezmienionej formie, z podaniem źródła. Bez zgody wydawcy nie wolno go sprzedawać ani publikować zmienionych fragmentów jako własnych.
Zastrzeżenie	Poradnik ma charakter edukacyjny i informacyjny. Nie jest poradą prawną, podatkową ani gwarancją wyników kampanii. Przykładowe liczby i budżety są poglądowe — wyniki zależą od branży, oferty, strony i rynku. W sprawach zgód (RODO, cookies, Prawo komunikacji elektronicznej) skonsultuj się z prawnikiem lub inspektorem ochrony danych.
Znaki towarowe	Google, Google Ads, Meta, Facebook, Instagram, ChatGPT i OpenAI to znaki towarowe ich właścicieli. Velads nie jest powiązany z Meta Platforms ani OpenAI i nie działa w ich imieniu. Velads jest certyfikowanym Partnerem Google.

CO DALEJ

Masz już mapę. Jeśli chcesz, przejdziemy ją razem.

Prowadzimy kampanie Google Ads, Meta Ads, TikTok Ads i ChatGPT Ads dla firm z całej Polski. Jeśli wolisz, żeby ktoś spojrzał na Twój pomysł na test — zadzwoń albo napisz. Bez zobowiązań.



Bezpłatny audyt

Sprawdzimy, czy Twoja kategoria może się reklamować w ChatGPT, czy strona wpuszcza boty OpenAI i czy pomiar jest gotowy. Jeśli prowadzisz już kampanie Google lub Meta, przejrzymy też je.

Konsultacja 30 minut

Porozmawiamy o Twojej branży, budżecie i celach. Powiemy wprost, czy test ChatGPT Ads ma dziś sens — a jeśli nie, od czego lepiej zacząć.

Telefon
575 496 513

E-mail
kontakt@velads.pl

Strona
velads.pl

Velads · Ostrzeszów · działamy w całej Polsce. Ocena 5,0 w Google (31 opinii). Przewodnik jest bezpłatny — możesz go udostępniać w całości.

Velads

© 2026 Velads · stan na 11.11.2026

Google Partner