

Social Media

Podsumowanie 2025 roku

1. Algorytm Andromeda od Meta i jego wpływ na reklamę

W 2025 roku Meta wprowadziła algorytm Andromeda, który zmienił zasady gry w prowadzeniu kampanii reklamowych. Zamiast klasycznego targetowania liczy się teraz przede wszystkim jakość kreacji i to, jak algorytm przewidzi zachowanie odbiorców. To oznacza mniej ręcznego ustawiania kampanii, a więcej pracy nad contentem.

2. Deepfejki – rosnące zagrożenie dla wiarygodności treści

2025 pokazał, jak mocno deepfejki mogą namieszać w komunikacji. Materiały tworzone przez AI są już tak wiarygodne, że odbiorca coraz trudniej odróżnia prawdę od manipulacji. Dla deweloperów, to jasny sygnał: wiarygodność i transparentność będą jeszcze ważniejsze. Rządy pracują nad regulacjami, ale technologia wciąż biegnie szybciej niż przepisy.

3. Model AI Grok i kontrowersje wokół jego działania

Platforma X (wcześniej Twitter) została zintegrowana z modelem Grok, który bardzo szybko zyskał miano najbardziej kontrowersyjnego narzędzia AI. Działania polegające na generowaniu szkodliwych treści, antysemitkich wypowiedzi czy nielegalnych obrazów wywołały liczne protesty. W wielu krajach ruszyły regulacje i dochodzenia, które mogą odcisnąć piętno na sposobie tworzenia i dystrybucji treści reklamowych, również w sektorze nieruchomości.

Prognozy na 2026 rok

1. AI i automatyzacja jako rdzeń doświadczenia społecznościowego

W tym roku sztuczna inteligencja będzie jeszcze mocniej decydowała o tym, co widzą użytkownicy i jakie treści kupują. Automatyzacja obejmie tworzenie reklam, dobór odbiorców, rekomendacje, a nawet moderację dyskusji.

2. Surowsze regulacje wobec deepfejków i AI-generated content

W 2026 roku możemy spodziewać się dużo ostrzejszego podejścia do materiałów generowanych przez AI. Państwa będą wprowadzać rozwiązania, które mają ograniczyć fałszywe treści. Dla marek – również deweloperów – to jasny komunikat: transparentna komunikacja i budowanie zaufania będą jeszcze ważniejsze niż dotychczas.

3. Social commerce jako nowy sposób konsumpcji treści i zakupów

Media społecznościowe coraz bardziej przejmują rolę marketplace'ów. W 2026 klienci będą kupować bez wychodzenia z aplikacji, a wyszukiwanie mieszkań będzie odbywać się bezpośrednio na TikToku, Instagramie czy Facebooku.



**Anna
Gumowska**

Lorem Ipsum

**prime
time
pr**