**Czy strony internetowe mają jeszcze sens? Tak – ale tylko dobre**

**W czasach, gdy sztuczna inteligencja potrafi pisać, projektować, programować, a nawet obsługiwać klientów, pojawia się jedno ważne pytanie:**

 **Czy strony internetowe w ogóle mają jeszcze sens?**

 **Odpowiedź brzmi: tak, ale...**

Tylko jeśli są naprawdę dobre. Przeciętność już nie wystarcza. Strony „na odwal się”, pełne ogólników, z przestarzałym designem i zerową interakcją – powoli umierają. I dobrze. Nadchodzi czas jakości, użyteczności i personalizacji.

**7 typów stron, które w dobie AI znikną szybciej, niż myślisz**

**1. Blogi pełne pustych słów**

„10 sposobów na poprawę produktywności”, „Jak dobrze zacząć dzień” – brzmi znajomo? Strony wypełnione masowo kopiowanymi lub generycznymi tekstami, które niczego nie wnoszą, przestaną istnieć. AI pisze lepiej, szybciej i bez zmęczenia.

Przetrwają blogi oparte na osobistych doświadczeniach, ekspertyzie lub unikalnych danych.

**2. Strony stworzone tylko pod reklamy**

Portale typu „kopiuj-wklej”, zbudowane wyłącznie po to, by nabić kliknięcia i zarobić na AdSense, nie mają przyszłości. Wyszukiwarki coraz lepiej rozpoznają, które strony są wartościowe – a które to cyfrowy spam.

Przetrwają katalogi i bazy danych z realnym zastosowaniem, aktualne i interaktywne.

**3. Martwe wizytówki firm – relikt poprzedniej dekady**

W przeszłości wystarczyło mieć stronę internetową, by „być w internecie”. Dziś to już nie działa. Strona typu wizytówka, z kilkoma suchymi informacjami, bez funkcjonalności i interakcji, nie spełnia oczekiwań współczesnych użytkowników.

Weźmy przykład: strona salonu fryzjerskiego zawierająca jedynie numer telefonu, godzinę otwarcia i dwa zdjęcia – nie przekona nikogo w 2025 roku. Klient chce:

l

zarezerwować wizytę online, bez dzwonienia, 24/7,

l

porozmawiać z chatbotem o dostępnych usługach i terminach,

l

zobaczyć opinie i aktualne zdjęcia z social mediów,

l

dostać powiadomienie SMS lub e-mail, że fryzjer czeka.

Brak takiej funkcjonalności sprawia, że firma traci klientów, zanim ci w ogóle ją poznają.

Przetrwają strony z automatyzacją, czatami AI, systemem rezerwacji i aktualnymi informacjami.

**4. Mini-encyklopedie bez życia**

Strony, które próbują „udawać Wikipedię”, ale są nieaktualne, bez źródeł i społeczności – znikną. AI potrafi szybciej, dokładniej i czytelniej streścić niemal każdą dziedzinę wiedzy.

Przetrwają portale z analizą, opinią, kontekstem i zaangażowaną społecznością.

**5. Uśpione fora internetowe**

Fora bez ruchu, aktualizacji i moderacji giną w ciszy. Gdy pytania techniczne i życiowe można zadać AI lub na żywym Discordzie, użytkownicy nie chcą czekać tygodni na odpowiedź.

Przetrwają niszowe fora z ekspertami i aktywną społecznością.

**6. Strony z gotowcami do kopiowania**

Życzenia świąteczne, wzory umów, CV do pobrania – kiedyś przydatne, dziś... zbędne. AI stworzy dokument szyty na miarę, spersonalizowany i gotowy w 30 sekund.

Przetrwają interaktywne generatory dokumentów i konfiguratory z eksportem.

**7. Sklepy internetowe bez AI i personalizacji – jak kioski w świecie Amazona**

Handel online przeszedł transformację. To już nie tylko wrzucanie produktów na stronę i czekanie na sprzedaż. Klienci oczekują doświadczenia zakupowego na poziomie Netflixa czy Amazona – rekomendacji, pomocy, intuicyjności.

A tymczasem wiele małych (i nawet średnich) e-sklepów wciąż oferuje:

l

te same produkty w tej samej kolejności wszystkim użytkownikom,

l

brak czatu lub jakiejkolwiek formy pomocy,

l

skomplikowany koszyk i długie formularze.

W erze AI to po prostu zbyt słabe, by przetrwać. Konsument, który może porozmawiać z inteligentnym asystentem zakupowym, sprawdzić recenzje i otrzymać ofertę dostosowaną do swoich zainteresowań – nie wróci na stronę, która wygląda jak z 2012 roku.

Jak zauważa Łukasz Jurys, członek zarządu CalmFox:

**„W e-commerce wygrywa dziś nie ten, kto ma największy magazyn, ale ten, kto najlepiej rozumie klienta. A to oznacza automatyzację, analizę zachowań i natychmiastowe reagowanie. Sklepy bez tych narzędzi nie konkurują z AI – one konkurują z czasem użytkownika. I przegrywają.”**

Przetrwają e-sklepy z AI, chatbotami, niszową ofertą i świetnym UX.

Jak przetrwać cyfrową rewolucję?

Jeśli chcesz, by Twoja strona miała sens w świecie, gdzie AI zjada średniaków na śniadanie, zadbaj o cztery rzeczy:

1.

Wartość unikalną – Twoje doświadczenie, głos, dane lub emocje.

2.

Interakcję – czaty, automatyzację, rezerwacje, reakcję w czasie rzeczywistym.

3.

Personalizację – niech użytkownik czuje, że strona mówi do niego.

4.

Aktualność – integracja z AI, dynamiczne treści, ruch i rozwój.

Internet się nie kończy. Kończy się tylko era stron bez duszy.

 Jeśli chcesz, by Twoja witryna przetrwała – niech będzie nie tylko ładna, ale też mądra.