

Google rozszerza Product Studio o animacje wideo. Funkcja „Animuj obrazy” trafia do Polski w ramach stopniowego rolloutu

Google rozszerza możliwości Product Studio w Google Merchant Center o funkcję „animuj obrazy”, która pozwala zamieniać statyczne zdjęcia produktowe w krótkie wideo reklamowe generowane przez AI. Nowa opcja jest kolejnym etapem rozwoju Product Studio, które wcześniej oferowało m.in. edycję tła, generowanie scen produktowych oraz poprawę jakości obrazów. Funkcja jest już dostępna również na polskim rynku, jednak Google podkreśla, że wdrożenie ma charakter stopniowy. Oznacza to, że na części kont w Polsce zakładka odpowiedzialna za tworzenie wideo może pojawić się z opóźnieniem.

Product Studio zostało wprowadzone wcześniej jako zestaw narzędzi AI do pracy na obrazach produktowych. Najnowsza aktualizacja rozszerza je o generowanie animowanych wideo na bazie istniejących zdjęć – bez potrzeby eksportu materiałów do zewnętrznych narzędzi czy angażowania zespołów kreatywnych.

Opcja „animuj obrazy” umożliwi tworzenie krótkich klipów wideo, w których AI automatycznie:

- animuje statyczne obrazy,
- dobiera układ scen i tempo,
- dopasowuje styl do atrybutów produktu i branding.

Reklamodawca wybiera motyw (np. promocja, nowość), a system korzysta z gotowych szablonów i sugerowanych komunikatów, zamiast wymagać ręcznego pisania promptów. Nowa funkcja wpisuje się w szerszą strategię Google polegającą na automatyzacji tworzenia zasobów reklamowych w Google Ads – szczególnie na potrzeby kampanii Shopping i Performance Max.

*To naturalne rozszerzenie Product Studio, które przesuwa wideo z kategorii „formatu premium” do codziennego narzędzia testowego w performance marketingu. Dla e-commerce oznacza to możliwość szybkiego sprawdzania wideo jako assetu w Performance Max, bez dodatkowych kosztów produkcyjnych – komentuje **Borys Marushchak, Performance Marketing***

Manager w Harbingers. Trzeba jednak jasno powiedzieć: AI nie naprawi słabego feedu ani niskiej jakości zdjęć. Ta funkcja najlepiej zadziała tam, gdzie fundamenty takiej jak produkt, zdjęcie i komunikat są już dobrze przygotowane – **dodaje**.

Gdzie można wykorzystać wygenerowane wideo?

Wygenerowane materiały trafiają do zasobów kreatywnych konta i mogą być wykorzystywane w:

- kampaniach Shopping,
- Performance Max,
- reklamach wideo na YouTube.

Google pozycjonuje funkcję przede wszystkim pod krótkie, dynamiczne formaty, które mają zwiększać CTR i zaangażowanie w porównaniu do statycznych zdjęć produktowych.