

Google Ads rozszerza narzędzia kontroli danych i testowania kreatywności – kolejny krok w automatyzacji kampanii

Google kontynuuje strategiczne inwestycje w ulepszenia platformy reklamowej, które mają na celu zwiększenie transparentności danych i jakość optymalizacji kampanii. Najnowsze funkcje ogłoszone w systemie Google Ads to:

1. **Nowy Diagnostics Hub dla połączeń danych** – centralny panel, który monitoruje stan integracji danych konwersji, CRM i tagowania oraz alarmuje o błędach, które mogą zaburzać automatyczne ustalanie stawek i raportowanie.
2. **Wbudowane A/B-testy zasobów w kampaniach Performance Max (beta)** – narzędzie pozwalające bezpośrednio w kampanii porównywać dwa zestawy zestawów kreacji, dzieląc ruch i analizując efektywność poszczególnych assetów.

Te aktualizacje wpisują się w trend, w którym Google Ads przekształca się z zestawu narzędzi operacyjnych w platformę zorientowaną na dane i eksperymentowanie, co pozwala zespołom marketingowym monitorować i aktywnie optymalizować jakość danych i kreatywność kampanii.

Diagnostics Hub – ochrona danych i stabilność konwersji

Nowość w sekcji *Data Manager* w Google Ads to dedykowany panel diagnozujący połączenia danych konwersji. System oznacza ich stan etykietami, a także raportuje błędy – od złych formatów danych po odrzucone połączenia CRM. Nawet drobne błędy integracji mogą prowadzić do zafałszowania pomiarów, co z kolei negatywnie wpływa na automatyczne ustalanie stawek i optymalizację kampanii. Diagnostics Hub to narzędzie, które pozwala szybciej wykrywać i naprawiać problemy.

Performance Max z natywnym A/B-testingiem zasobów

Dotychczas testowanie różnych wersji kreacji kreatywnych w kampaniach Performance Max wymagało często osobnych eksperymentów lub manualnej rotacji assetów. Google pracuje nad wbudowaną funkcją A/B Testing, która pozwala w obrębie jednego *asset group* rozdzielić ruch pomiędzy zestaw „control” i „treatment”.

Kluczowe korzyści:

- Możliwość porównania zestawów kreacji bez tworzenia osobnych kampanii.
- Kontrolowany podział ruchu i jasne metryki, które pomagają podejmować decyzje o wdrożeniu zwycięskich assetów.
- Mniejsze ryzyko błędów strukturalnych przy testowaniu zasobów.

Nowe narzędzia Google Ads to odpowiedź na realne wyzwania pracy z danymi i kreatywnością w kampaniach performance. Diagnostics Hub daje nam wgląd, którego wcześniej brakowało, szybciej widzimy problemy z przepływem danych i możemy je eliminować, zanim wpłyną na jakość optymalizacji i algorytmy automatycznego ustalania stawek. Z kolei wbudowany A/B-testing assetów w Performance Max to duży krok naprzód. Do tej pory testowało się kreacje w sposób pośredni lub mniej kontrolowany. Teraz mamy narzędzie, które formalizuje eksperymentowanie kreatywne wewnątrz kampanii – to realna wartość dla zespołów, które chcą działać szybciej, bardziej systemowo i na bazie danych. Patrząc szerzej, te zmiany potwierdzają, że platforma nie tylko automatyzuje kampanie, ale coraz bardziej wspiera profesjonalne zarządzanie nimi na poziomie technicznym i strategicznym – **komentuje Tomasz Welc, Performance Marketing Team Leader w Harbingers.**

Źródła:

<https://searchengineland.com/performance-max-built-in-a-b-testing-for-creative-assets-spotted-468459>

<https://searchengineland.com/google-ads-adds-a-diagnostics-hub-for-data-connections-468434>