



Kundmatchning 2026

Så kopplar du kundlistan i WordPress till Google Ads

Samtycke • Export • Filformat • Automatisering • Felsökning

Guide: Kundmatchning

Från kundregistret i WordPress till en fungerande målgrupp i Google Ads — juli 2026

Customer Match — kundmatchning — låter dig visa annonser för personer du redan har en relation med: befintliga kunder, nyhetsbrevsprenumeranter, tidigare köpare. Du laddar upp e-postadresser eller telefonnummer, Google matchar dem mot inloggade Google-konton, och matchade användare blir en målgrupp du kan rikta mot, utesluta eller använda som signal till budgivningen.

Tekniken är inte svår. Det som faller de flesta är ordningen: man börjar med exporten och upptäcker för sent att samtycket saknas, att kontot inte är behörigt, eller att filen är formaterad så att hälften av kunderna aldrig matchas. Den här guiden tar det i rätt ordning — från förutsättningar och juridik till export, filformat, uppladdning, automatisering och felsökning.

Snabbkoll — vad kundmatchning är och inte är

Det många tror	Så ligger det till
Google får se mina kunders e-postadresser	Uppgifterna omvandlas till en kryptografisk kod (SHA-256) före matchning. Google jämför koder, inte adresser
Alla i listan går att nå	Bara de som matchas mot ett aktivt Google-konto. Räkna med att en betydande del faller bort
Nyhetsbrevslistan kan användas direkt	Samtycke till nyhetsbrev är inte samtycke till annonsmatchning. Rättslig grund måste finnas för just detta ändamål
Alla konton kan använda funktionen	Google kräver god policyhistorik och betalningshistorik. Nya konton får ofta vänta
Listan sköter sig själv när den väl är uppladdad	Medlemskap upphör efter 540 dagar. Utan påfyllning tynar listan bort
Det är bara till för att sälja mer till befintliga kunder	Ofta mer värt som uteslutning och som signal för att hitta nya, liknande kunder

Beslutsgenväg — vilken metod passar dig?

1. Vill du bara testa om det fungerar? → Manuell CSV-export en gång (steg 3–5)
2. Under 500 kunder och lugn tillväxt? → Manuell uppladdning varje kvartal räcker
3. Löpande försäljning och nya kunder varje vecka? → Automatisk synk via plugin eller kopplingstjänst (steg 6)
4. Egen utvecklare och krav på full kontroll? → Data Manager API direkt mot databasen (steg 6)
5. Osäker på samtyckesläget? → Börja i steg 2. Det avgör om du får göra något av ovanstående

Steg 1: Kontrollera förutsättningarna

Fem saker måste vara på plats innan det är någon idé att exportera en fil. Tar du dem i den här ordningen slipper du göra om arbetet.

Checklista före start

1. **Kontobehörighet.** Google kräver god historik av policyefterlevnad och en betalningshistorik i kontot. Kravet publiceras inte som en exakt checklista, men nystartade konton nekas ofta. Kontrollera direkt i Google Ads: finns *Målgruppshanteraren* → *Segment* → *Kundlista* som valbart alternativ är kontot behörigt
2. **Rättslig grund och samtycke.** Se steg 2 — den delen är inte förhandlingsbar inom EU
3. **Integritetspolicy.** Den måste beskriva att kunduppgifter delas med tredje part för tjänster som utförs för din räkning. Saknas skrivningen bryter du mot Googles villkor även om allt annat är rätt
4. **Tillräckligt underlag.** Google kräver minst 100 aktiva matchade användare för att en lista ska gå att använda. Eftersom bara en del av en uppladdad fil matchas behöver rålistan vara betydligt större — sikta på minst 300–500 kontakter för marginal
5. **Åtkomst till kunddata.** Administratörsbehörighet i WordPress och tillgång till kundregistret. Vid guest checkout finns uppgifterna på ordern, inte på ett användarkonto — det påverkar hur du exporterar (steg 3)

Vanligt misstag: att bygga hela flödet och först vid uppladdningen upptäcka att kontot inte är behörigt. Kontrollen tar två minuter i Målgruppshanteraren. Gör den först.

Steg 2: Samtycke och regler — läs det här först

För kunder inom EES gäller två separata regelverk samtidigt: dataskyddsförordningen och Googles egen EU-policy för användarsamtycke. Båda måste uppfyllas.

Vad lagen kräver

Att lämna ut en kunds e-postadress till Google för annonsmatchning är en behandling av personuppgifter som kräver rättslig grund. Kunden ska också informeras om ändamålet. Ett samtycke som lämnats för **ett** ändamål täcker inte automatiskt ett annat: att någon prenumererar på ditt nyhetsbrev betyder inte att de samtyckt till att användas som annonsmålgrupp.

Vad Google kräver utöver lagen

Googles EU-policy för användarsamtycke gäller data om användare i EES, Storbritannien och Schweiz. Sedan mars 2024 måste två separata samtyckessignaler vara satta till beviljat för att data ska få användas för annonspersonalisering: en för användardata och en för personalisering. Saknas signalerna behandlas datan som icke-samtyckt och används inte — uppladdningen går igenom, men matchningen ger inget resultat.

- **Vid API-uppladdning** sätts signalerna som fält i anropet
- **Vid manuell uppladdning** anger du samtyckesstatus i gränssnittet i samband med importen
- **Via en kopplingstjänst** ansvarar du för att leverantören faktiskt skickar signalerna vidare — fråga uttryckligen, det är inte självklart

Varning: samtyckesstatusen gäller hela uppladdningen, inte per rad. Blandar du kunder med och utan samtycke i samma fil och anger beviljat, gäller den statusen för samtliga. Håll dem i separata filer.

Praktisk konsekvens: du behöver kunna se i ditt eget system vilka kunder som samtyckt. Kan du inte det i dag är det där arbetet börjar — inte i exporten.

Guiden är skriven av annonsörer, inte jurister. Vid osäkerhet om rättslig grund för just era kunduppgifter: stäm av med den som ansvarar för dataskydd hos er.

Steg 3: Hämta ut listan ur WordPress

Hur du får ut listan beror på hur butiken är byggd. Tre vägar täcker de flesta fall.

A. WooCommerce inbyggda export

Gå till *WooCommerce* → *Kunder*, välj *Exportera* och ladda ner CSV-filen. Den innehåller namn, e-post, adressuppgifter, registreringsdatum och antal ordrar. Fördelen är att inget behöver installeras. Nackdelen är att exporten inte går att filtrera — du får alla kunder i en fil och får sortera själv.

B. Analysvyn i WooCommerce

Under *Analys* → *Kunder* kan du filtrera innan du laddar ner: land, antal ordrar, total spendering och senaste aktivitet. Det är den enklaste vägen till segmenterade listor — exempelvis "kunder som handlat för mer än 5 000 kr" — utan tilläggsplugin.

C. Exportplugin när du behöver mer

Behöver du filtrera på egna fält, exportera gästkunder eller schemalägga återkommande exporter räcker inte inbyggda verktyg. I WordPress-katalogen finns flera fungerande alternativ, bland annat *Export Customers Data* och *PiWeb Export Customers*, båda med filtrering och stöd för gästkunder. Välj utifrån om du behöver just filtrering, egna metafält eller schemaläggning — funktionerna varierar mer än priset.

Vilka segment är värda att skapa?

Segment	Använd till
Alla köpande kunder	Grundlistan. Uteslutning i nykundskampanjer, signal till budgivningen
Köpt senaste 90 dagarna	Merförsäljning och tillbehör medan varumärket är färskt
Köpt för 12–24 månader sedan	Återaktivering — ofta den mest lönsamma listan
Högt kundvärde	Underlag för att låta Google hitta liknande nya kunder
Prenumeranter utan köp	Konvertera intresse till första order

Steg 4: Förbered filen rätt

Här avgörs matchningsgraden. En slarvig fil matchar dåligt oavsett hur bra listan är i övrigt.

Kolumnrubriker

Rubrikerna måste skrivas på engelska och stavas exakt: **Email, Phone, First Name, Last Name, Country, Zip**. Samtliga rubriker från mallen ska finnas med även om du inte har data i alla kolumner. Enklast är att ladda ner Googles CSV-mall i uppladdningsvyn och fylla den.

Normalisera innan uppladdning

Fält	Krav
E-post	Gemener, inga mellanslag före eller efter, alltid med domän
Telefon	E.164-format med landskod: +46701234567. Inte 070-123 45 67
Förnamn / efternamn	Gemener, utan titlar och suffix. Svenska tecken är tillåtna
Land	ISO-landskod, alltså SE — inte "Sverige". Ska anges även om alla kunder finns i samma land
Postnummer	Utan mellanslag och utan tillägg

Hasha själv eller låta Google göra det?

Uppgifterna måste omvandlas med SHA-256 innan matchning. Du väljer var det sker:

- **Låt Google hasha** — du laddar upp filen som den är och Google gör omvandlingen vid mottagandet. Enklast, och rätt val för de allra flesta
- **Hasha själv före uppladdning** — uppgifterna lämnar aldrig ditt system i klartext. Rimligt för känsliga branscher, men kräver att normaliseringen sitter perfekt: ett enda extra mellanslag ger en annan kod och kunden matchas aldrig

Varning — det klassiska Excel-felet: öppna aldrig CSV-filen i Excel innan uppladdning. Excel tolkar telefonnummer som tal, tar bort inledande nollor och kan skriva om plustecknet. Filen ser oförändrad ut men matchningen kollapsar. Behöver du redigera: använd Google Kalkylark med kolumnerna formaterade som text, eller redigera i en ren textredigerare.

Steg 5: Ladda upp i Google Ads

Själva uppladdningen tar några minuter. Matchningen tar längre tid.

1. Öppna *Verktyg* → *Delat bibliotek* → *Målgruppshanteraren* i Google Ads
2. Välj *Dina datasegment* och skapa nytt segment av typen **Kundlista**
3. Namnge listan så att den går att förstå om ett år — exempelvis "Köpare 90 dagar — uppdaterad 2026-07" snarare än "Lista 1"
4. Ladda upp CSV-filen och ange om datan redan är hashad
5. Ange samtyckesstatus enligt steg 2
6. Sätt medlemskapets varaktighet. Standard är 540 dagar, vilket också är maximum
7. Bekräfta att datan samlats in i enlighet med Googles policy och slutför

Räkna med upp till 48 timmar innan listan är matchad och användbar. Listan visar bara aktiva, matchade användare och storleken avrundas — det är alltså normalt att siffran är lägre än antalet rader i filen.

Steg 6: Automatisera synkroniseringen

Manuell export fungerar för att komma igång, men listan blir inaktuell direkt. Vägen till automatik beror på hur tekniskt du vill jobba — skillnaden mellan alternativen är större än priset antyder.

Fyra vägar, från enklast till mest tekniskt

Väg	Vad som krävs	Passar
1. Manuell CSV	Ingenting. Export och uppladdning för hand	Test, små listor, låg förändringstakt
2. Kopplingstjänst Zapier, Make	Konto hos tjänsten, ingen kod. Månadsavgift	Den som vill ha automatik utan att röra webbplatsen
3. WordPress-plugin t.ex. Conversios	Installation i WordPress, inloggning mot Google Ads	WooCommerce-butiker som vill ha allt samlat
4. Server-side / API	Serverkontainer eller utvecklare	Butiker som redan kör server-side

Rekommendation för de flesta: väg 3 om butiken är byggd i WooCommerce, väg 2 om den inte är det. Väg 4 är rätt lösning tekniskt sett, men kräver att någon redan har byggt en server-side-uppsättning — bygg den inte enbart för kundmatchningens skull.

Ett vanligt missförstånd, direkt ur vägen

Googles officiella tillägg *Google for WooCommerce* löser inte detta. Tillägget hanterar produktflöde till Merchant Center, Performance Max-kampanjer och Google-taggen — men har ingen funktion för kundmatchning. Är det installerat behöver du fortfarande något av alternativen ovan.

Väg 3 i praktiken: plugin i WooCommerce

Conversios (WordPress-katalogen, finns i gratis- och Pro-version) har en funktion för kundmatchningslistor och är den mest tillgängliga vägen för en WooCommerce-butik. Så här ser installationen ut:

1. Installera tillägget via *Tillägg* → *Lägg till nytt* och aktivera det
2. Gå till *Pixel & Analytics* → *Google Ads* och logga in med det Google-konto som har åtkomst till annonskontot
3. Välj rätt Google Ads-konto i listan och bekräfta kopplingen
4. Öppna funktionen för kundmatchningslista och välj vilka kunder som ska ingå
5. Ställ in samtyckesinställningarna enligt steg 2 innan första synken körs
6. Kontrollera efter ett dygn i Målgruppshanteraren att listan skapats och börjat fyllas

Kontrollera först: funktioner flyttas mellan gratis- och Pro-planen över tid. Verifiera på leverantörens sida att kundmatchning ingår i den plan du tänker köpa innan du betalar — det är en fråga som besvaras på två minuter och som annars kostar en licens i onödan.

Väg 2 i praktiken: kopplingstjänst

Zapier och Make har färdiga kopplingar mellan WooCommerce och Google Ads kundlistor. Principen är enkel: en ny kund i butiken utlöser att kontakten läggs till i listan.

1. Skapa ett scenario med WooCommerce som utlösare — vanligtvis "ny order" eller "ny kund"
2. Anslut butiken med API-nycklar från *WooCommerce* → *Inställningar* → *Avancerat* → *REST API*
3. Lägg till Google Ads som åtgärd och välj att lägga till kontakten i en kundlista
4. Ange vilken lista som ska fyllas — eller låt tjänsten skapa den
5. Testa med en verklig order innan du aktiverar scenariot

Viktig begränsning: kopplingstjänster arbetar framåt i tiden. Befintliga kunder följer inte med automatiskt. Ladda därför upp en historisk lista manuellt en gång enligt steg 3–5, och låt sedan automatiken sköta påfyllningen.

Väg 4: när det är motiverat

Stape erbjuder en app för WordPress som skapar och fyller kundlistan automatiskt, med inställningar för både användardata, samtycke och historisk påfyllning. Uppsättningen kräver dock en server-side-kontainer, vilket är ett eget projekt. Kör ni redan server-side spårning är det en naturlig utbyggnad — annars inte.

Bygger ni helt eget: Google rekommenderar sedan 2026 **Data Manager API** framför Google Ads API. Det ger bättre rapportering av matchningsgrad och stöd för att lägga till och ta bort enskilda poster i stället för att ersätta hela listan vid varje synk. Sedan 1 april 2026 fungerar dessutom inte längre kundmatchning via Google Ads API för utvecklartokens som inte redan använt funktionen — bygger ni nytt är Data Manager API alltså inte bara rekommendationen, utan i praktiken enda vägen.

Tre frågor att ställa innan du väljer verktyg

1. **Skickas samtyckessignaler för EES-kunder?** Utan dem används inte datan. Fråga uttryckligen — det framgår sällan av marknadsföringsmaterialet
2. **Går det att styra vilka kunder som ingår?** Alla kunder i en enda lista är sällan det du vill ha på sikt
3. **Hur ofta sker synken, och kan befintliga kunder fyllas på i efterhand?** Utan historisk påfyllning tar det månader innan listan blir användbar

Steg 7: Använd listan i kampanjerna

En uppladdad lista gör ingen nytta i sig. Det är hur du använder den som avgör värdet — och det vanligaste felet är att bara tänka "rikta annonser mot befintliga kunder".

Fyra användningsområden, i ordning efter hur ofta de underskattas

1. **Uteslutning.** Ta bort befintliga kunder från nykundskampanjer. Du slutar betala för klick från personer som redan handlat, och kampanjens siffror börjar visa faktisk nyförsäljning
2. **Signal till budgivningen.** Lägg listan som observation i stället för målgruppsstyrning. Kampanjen når fortfarande alla, men systemet vet vilka som liknar dina kunder och kan justera buden därefter
3. **Underlag för nykundsförvärv.** En lista med dina mest värdefulla kunder blir underlag för att hitta nya med liknande beteende
4. **Riktad återaktivering.** Egna kampanjer mot kunder som inte handlat på ett år, gärna med eget budskap och egen budget

Best practice: börja med observation, inte målgruppsstyrning. Styrning begränsar räckvidden direkt; observation ger dig data om hur segmentet presterar innan du fattar beslut. Väljer du styrning från start vet du inte om begränsningen var värd det.

Steg 8: Underhåll och felsökning

Kundmatchning är inget engångsprojekt. Två saker behöver bevakas löpande: färskheten i listan och matchningsgraden.

Underhåll

- **540 dagar är taket.** Medlemskap som inte uppdaterats inom den tiden upphör. Listan måste dessutom ha minst 100 medlemmar tillagda eller uppdaterade inom perioden för att förbli användbar
- **Sätt en påminnelse** om du kör manuellt — kvartalsvis är ett rimligt intervall för de flesta butiker
- **Städa vid avregistrering.** Den som återkallar sitt samtycke ska tas bort ur listan, inte bara ur nyhetsbrevet

Felsökning

Symptom	Trolig orsak
Listan visar färre medlemmar än filen	Normalt. Endast matchade, aktiva användare räknas och siffran avrundas
Mycket låg matchningsgrad	Formatfel. Kontrollera telefonformat, teckenkodning och att filen inte passerat Excel
Uppladdningen avvisas	Rubriker som avviker från mallen, eller kolumn som saknas helt
Listan går inte att välja i kampanjen	Under 100 matchade användare, eller kontot saknar behörighet

Snabbstart — kom igång på en eftermiddag

Vill du ha ett fungerande resultat utan att läsa guiden från början: följ de här sju stegen i ordning. De ger en användbar lista samma dag, och du kan bygga vidare senare.

1. **Kontrollera behörigheten.** Google Ads → *Verktyg* → *Målgruppshanteraren*. Går det att skapa segment av typen Kundlista? Ja → fortsätt. Nej → kontot är inte behörigt än, och resten är meningslöst
2. **Kontrollera samtycket.** Kan du peka ut vilka kunder som samtyckt till att uppgifterna används för annonsering? Nej → stanna här och lös det först (steg 2)
3. **Exportera kunderna.** *WooCommerce* → *Analys* → *Kunder*, filtrera vid behov, ladda ner CSV
4. **Städa filen.** Behåll e-postkolumnen, döp rubriken till **Email**, gemener genomgående. Öppna inte filen i Excel
5. **Ladda upp.** Målgruppshanteraren → nytt segment → Kundlista. Låt Google hashas, ange samtyckesstatus, spara
6. **Vänta ett dygn** och kontrollera att listan fått matchade medlemmar
7. **Använd den till uteslutning.** Lägg listan som exkludering i dina nykundskampanjer. Det är den snabbaste effekten och det är svårt att göra fel

Nästa steg när det fungerar: automatisera påfyllningen enligt steg 6, och lägg till listan som observation i fler kampanjer. Sätt samtidigt en påminnelse i kalendern om att fylla på listan varje kvartal tills automatiken är på plats.

Bra att veta just nu (juli 2026)

- **Tröskeln är sänkt till 100.** Google sänkte minimikravet från 1 000 till 100 aktiva användare, för alla nätverk och segmenttyper. Kundmatchning är därmed realistiskt även för mindre butiker — tidigare rådet att "det krävs stora volymer" är föråldrat.
- **Data Manager API har tagit över.** Google rekommenderar det framför Google Ads API för nya flöden, och sedan 1 april 2026 är den äldre vägen stängd för nya utvecklartokens. Bygger ni eget, bygg mot Data Manager API.
- **Samtyckessignalerna är hårdare än de verkar.** Utan dem accepteras uppladdningen men datan används inte för EES-användare. Det syns inte som ett felmeddelande, bara som en lista som aldrig presterar.
- **Matchningsgraden varierar kraftigt.** E-post ger normalt bäst utfall, adressuppgifter sämst. Ligger ni påfallande lågt är förklaringen nästan alltid formatering — inte kundunderlaget.
- **Tumregel:** börja med uteslutning. Det är den användning som ger tydligast effekt snabbast, kräver minst underhåll och är svårast att göra fel.