



Meta Ads + Claude

Så kopplar du ihop annonskontot med din AI — steg för steg

Förutsättningar • Koppling • Användning • Säkerhet • Felsökning

Guide: Meta Ads + Claude

Från noll till fungerande koppling — och vad du faktiskt bör använda den till, juli 2026

Den 29 april 2026 öppnade Meta sitt annonssystem för externa AI-verktyg. Produkten heter **Meta ads AI connectors** och innebär att du kan koppla ditt annonskonto direkt till Claude och sedan ställa frågor, hämta rapporter och göra ändringar i vanlig text — utan utvecklarkonto, API-nycklar eller kod. Kopplingen sker via en så kallad MCP-server som Meta själva driver.

Det låter enklare än det är att göra *klokt*. Själva anslutningen tar några minuter. Att förstå vad Claude får göra i kontot, vad som händer med behörigheterna och vilka frågor som faktiskt ger nytta tar längre tid. Den här guiden går igenom hela kedjan: förutsättningar, koppling steg för steg, färdiga promptar att utgå från, säkerhetsspärrarna och de fel som brukar dyka upp.

Snabbkoll — sex vanliga missförstånd

Det många tror	Så ligger det till
Claude kan börja spendera mina pengar	Kampanjer, annonsgrupper och annonser som skapas via kopplingen läggs pausade . Något måste aktiveras aktivt innan det börjar leverera
Jag riskerar att bli avstängd	Detta är Metas egen officiella ingång, inte ett kringgående. Autentiseringen sker med vanlig Meta Business-inloggning
Det krävs utvecklarkonto och API-godkännande	Inte för MCP-vägen. Ingen utvecklarapp, ingen granskningskö, inga nycklar att rotera
Claude får se allt i mitt Business Manager	Kopplingen ärver dina egna behörigheter och de portföljer du väljer vid inloggningen. Inte mer
Man måste ha ett dyrt abonnemang	Egna kopplingar fungerar på samtliga Claude-planer. Gratisplanen tillåter en åt gången
AI:n vet vad som är rätt att göra i kontot	Kopplingen ändrar hur snabbt du får svar. Den ändrar inte vad som är en klok fråga att ställa

Beslutsgenväg — är det här något för dig?

1. Vill du snabbare svar på frågor om kontot? → Ja, koppla på. Störst nytta med minst risk
2. Vill du slippa exportera CSV för veckorapporten? → Ja, det är precis vad det löser
3. Vill du att AI ska sköta kontot åt dig? → Nej. Kopplingen är ett verktyg, inte en mediebyrå
4. Jobbar du i terminal eller med Claude Code? → Metas CLI passar bättre än MCP-servern
5. Behöver du flera annonsplattformar i samma vy? → Metas koppling täcker bara Meta. Se steg 8

Steg 1: Kontrollera förutsättningarna

Fyra saker behöver stämma. Går du igenom dem först slipper du felsöka en koppling som aldrig kunde fungera.

På Meta-sidan

1. **En roll i Business Manager.** Du behöver vara annonsör eller administratör för det annonskonto du vill koppla. Kopplingen ger dig aldrig mer behörighet än du redan har
2. **Behörighetsnivå.** Läsning fungerar med enklare behörighet. Ska Claude kunna *ändra* saker krävs behörigheten för annonshantering — samma behörighet som styr skrivrättigheter i Metas Marketing API
3. **Åtkomst till funktionen.** Kopplingen är i öppen betaversion och rullas ut stegvis. Alla konton har inte tillgång ännu, och det är inget du kan påskynda

På Claude-sidan

1. **Vilken plan du har spelar mindre roll än många tror.** Egna kopplingar finns på Free, Pro, Max, Team och Enterprise. På gratisplanen kan du ha **en** egen koppling åt gången; övriga planer har ingen sådan gräns
2. **Team och Enterprise:** en ägare måste lägga till kopplingen på organisationsnivå först. Därefter ansluter varje användare individuellt med sitt eget Meta-konto

Bra att veta innan du börjar: egna kopplingar ansluts från Anthropics servrar, inte från din dator. Servern måste alltså vara nåbar från internet — vilket Metas är. Det betyder också att kopplingen fungerar likadant oavsett om du sitter i webbläsaren eller i skrivbordsappen.

Steg 2: Koppla ihop kontot

Räkna med fem minuter. Stegen nedan är den dokumenterade vägen för egna kopplingar i Claude.

A. Titta först i kopplingskatalogen

Öppna **Anpassa** → **Kopplingar** (i den engelska versionen *Customize* → *Connectors*) och sök på Meta. Finns kopplingen färdig i katalogen lägger du till den med ett klick och kan hoppa direkt till punkt C. Katalogen ändras löpande, så det är värt att kolla innan du lägger in adressen manuellt.

B. Lägg till den manuellt om den inte finns i katalogen

1. Gå till **Anpassa** → **Kopplingar**
2. Klicka på **+** vid Kopplingar och välj **Lägg till egen koppling**
3. Ge den ett namn du känner igen, exempelvis **Meta Ads**
4. Ange serveradressen: **`https://mcp.facebook.com/ads`**
Klistra in exakt, utan avslutande snedstreck och utan extra sökväg
5. Lämna avancerade inställningar tomma. De behövs bara för egenbyggda servrar
6. Klicka **Lägg till**

C. Godkänn åtkomsten hos Meta

1. Klicka på den nya kopplingen. Ett inloggningsfönster från Facebook öppnas
2. Logga in med det konto som har behörighet till annonskontot
3. Välj **vilka företagsportföljer och annonskonton** som ska omfattas. Välj bara det du faktiskt behöver — det här är din viktigaste begränsning
4. Godkänn behörigheterna. Vill du enbart läsa data, godkänn inte annonshantering

D. Slå på kopplingen i chatten

1. Starta en **ny konversation**
2. Klicka på **+** i skrifvältet och välj **Kopplingar**
3. Kontrollera att Meta-kopplingen är påslagen

Kopplingar slås på och av per konversation. Det är praktiskt: håll en separat chatt för annonsarbete och låt övriga konversationer vara utan åtkomst till kontot.

Steg 3: Verifiera att det fungerar

Testa alltid med en ren läsfråga innan du litar på kopplingen. Använd en prompt där du vet svaret i förväg.

Visa mina tio annonsgrupper med högst ROAS de senaste 30 dagarna. Ta bara med dem som har minst 50 konverteringar, och dela upp per placering.

Kommer riktig data tillbaka fungerar kopplingen. Kommer det tillbaka tomt är det nästan aldrig fel på inställningarna — det handlar oftare om behörighet eller om att funktionen inte rullats ut till kontot. Se felsökningstabellen i steg 7.

Innan du ger skrivrättigheter: testa en ofarlig ändring först. Pausa en enskild annonsgrupp och aktivera den igen. Fungerar det kan du börja lita på kopplingen för större saker. Gör aldrig det första skrivtestet på en kampanj som levererar.

Steg 4: Vad Claude faktiskt kan göra

Metas verktygsuppsättning omfattade 29 verktyg vid lanseringen och har sedan dess byggts ut kraftigt — i skrivande stund exponerar kopplingen närmare hundra. De grupperar sig i sex områden.

Område	Exempel på vad du kan be om
Rapportering och insikter	Utfall per kampanj, annonsgrupp eller annons. Trender över tid, avvikelser, jämförelse mot branschriktvärden
Kampanjhantering	Skapa kampanjer, annonsgrupper och annonser. Ändra budgetar, mål och status. Pausa och aktivera
Annonsmaterial	Ladda upp bild eller video, bygga annonsvarianter, förhandsgranska hur en annons ser ut i flödet
Målgrupper	Skapa och uppdatera anpassade målgrupper, se vilka annonsgrupper som använder en viss målgrupp
Katalog och produktflöden	Produktflöden, produktuppsättningar, felsökning av katalogproblem och dynamiska annonser
Mätning och signaler	Pixel- och datasetkvalitet, händelsevolym, matchningsgrad, anpassade konverteringar, A/B-tester

Utöver det finns sökning i Metas annonsbibliotek och åtkomst till ändringsloggen för kontot — bra att känna till, eftersom det gör det möjligt att i efterhand se exakt vad som ändrats och av vem.

Steg 5: Så använder du det i praktiken

Nytan sitter i rutinuppgifterna, inte i det spektakulära. Här är de fem användningar som ger mest tillbaka först, med promptar du kan använda som de är.

1. Veckouppföljningen

Det klassiska momentet: exportera, klistra in i kalkylark, jämför mot förra veckan. Kopplingen gör det till en fråga.

Jämför senaste 7 dagarna mot föregående 7 dagar per kampanj: spend, ROAS, CPA och CTR. Lyft fram de tre största förändringarna och föreslå vad jag bör titta närmare på.

2. Felsökning av mätningen

Den vanligaste orsaken till att siffrorna ser fel ut är att mätningen är trasig, inte att annonserna är dåliga.

Granska datasetets kvalitet och matchningsgrad de senaste 30 dagarna. Har volymen för något viktigt händelseslag fallit? Visa vad som avviker och vad det troligen beror på.

3. Kreativ trötthet

Vilka annonser har tappat mest i CTR de senaste 14 dagarna jämfört med sina första två veckor? Visa frekvens och spend per annons, och rangordna efter hur brådslande ett byte är.

4. Förberedelse, inte publicering

Här ligger den stora tidsvinsten för den som bygger mycket. Låt Claude sätta upp strukturen — och behåll besluten själv.

Skapa en kampanj för försäljning med tre annonsgrupper enligt samma struktur som min kampanj "Höst – Prospektering". Lämna allt pausat och sammanfatta vad du skapat innan jag granskar det.

5. Kontogenomgång inför ett möte

Sammanfatta kontots läge: vad som levererar, vad som är begränsat av budget, vilka fel som blockerar leverans och var de största outnyttjade möjligheterna finns. Håll det till en sida.

Pro-tips: be alltid om **underlaget**, inte bara slutsatsen. Formuleringen "visa siffrorna du baserar det på" gör svaret kontrollerbart. Utan den vet du inte om rekommendationen bygger på kontots data eller på allmänna resonemang.

Och det viktigaste: ställ frågor du kan bedöma svaret på. Kopplingen gör dig snabbare på det du redan förstår. Den gör dig inte kunnig inom något du inte förstår.

Steg 6: Säkerhet och kontroll

Det här avsnittet är kort men det viktigaste i guiden. Fem saker att ha klart för sig.

- **Nya objekt skapas pausade.** Kampanjer, annonsgrupper och annonser som skapas via kopplingen läggs i pausat läge. Aktivering kan sedan ske i Ads Manager eller via kopplingen — men alltid som ett eget, uttryckligt steg. Inget börjar leverera av misstag
- **Behörigheten är din verkliga säkerhetsspärr.** Vill du bara analysera — godkänn inte annonshantering. Det är enklare och säkrare än att förlita sig på att man formulerar sig försiktigt
- **Begränsa vid inloggningen.** Välj enbart de portföljer och annonskonton som behövs. Arbetar du med kundkonton: koppla inte in fler än uppdraget kräver

- **Egna kopplingar är inte verifierade av Anthropic.** Claude varnar för detta när du lägger till en. Kontrollera adressen bokstav för bokstav mot Metas egen dokumentation — en felstavad adress som liknar den riktiga är ett känt angreppsmönster
- **Klistra inte in kunduppgifter i chatten.** Ska du bygga målgrupper från kundlistor, gör det via de avsedda funktionerna och inte genom att skriva in personuppgifter i en konversation

Rutin värd att införa: gå igenom kontots ändringslogg efter de första veckorna med kopplingen påslagen. Då ser du svart på vitt vad som faktiskt ändrats — och upptäcker om något gjordes som du inte hade tänkt.

Steg 7: Felsökning

Symptom	Trolig orsak
Kopplingen läggs till men inget händer	Den är inte påslagen i konversationen. Kontrollera via + → Kopplingar
Inloggningen går igenom men svaren är tomma	Antingen saknad behörighet i Business Manager, eller att funktionen inte rullats ut till kontot ännu
Claude kan läsa men inte ändra	Behörigheten för annonshantering godkändes inte vid inloggningen. Ta bort kopplingen och lägg till den igen
Fel annonskonto visas	Fel portfölj valdes vid inloggningen. Koppla om och välj rätt
Serveradressen avvisas	Extra tecken, snedstreck på slutet eller kopierat mellanslag. Klistra in adressen på nytt
Kopplingen kan inte läggas till alls	Team- eller Enterprise-plan där en ägare måste lägga till den på organisationsnivå först
Siffrorna stämmer inte med Ads Manager	Nästan alltid olika tidsfönster eller attributionsinställning — inte ett fel i kopplingen. Ange perioden uttryckligen i prompten

Går det inte att redigera en befintlig koppling är det normalt: ta bort den och lägg till den på nytt med rätt uppgifter.

Bra att veta just nu (juli 2026)

- **Öppen betaversion.** Kopplingen är gratis under betan. Meta har inte meddelat någon långsiktig prissättning, så räkna inte med att det förblir kostnadsfritt för alltid.
- **Utrullningen är stegvis** och uppgifterna om vilka konton som får tillgång först går isär mellan källorna. Kontrollera i ditt eget konto snarare än att lita på andrahandsuppgifter.
- **Verktögsuppsättningen växer.** De 29 verktygen vid lanseringen täckte rapportering, kampanjhantering, katalog och signaldiagnostik. Utbudet har byggts ut sedan dess — kontrollera vad som finns i din koppling i stället för att gå på en lista från våren.
- **Två gränssnitt, samma funktioner.** MCP-servern är till för samtalsverktyg som Claude. Metas CLI riktar sig till terminal och kodagenter, exempelvis Claude Code. Välj efter arbetssätt, inte efter vad som låter mest avancerat.
- **Tredjepartsalternativ finns kvar** med en kvarvarande fördel: flera annonsplattformar i samma koppling, där Metas egen bara täcker Meta.
- **Tumregel:** börja med läsbehörighet, kör två veckor, utöka till skrivrättigheter först när svaren visat sig hålla.