

Google Ads + Claude-guiden 2026

Tre vägar att koppla din annonsdata till AI-analys — från fem minuters manuell export till en fullständig, skrivskyddad API-integration. Steg för steg, utan att du behöver vara utvecklare.

VAD DU FÅR I GUIDEN

Väg 1: Analysera din annonsdata med Claude idag — utan API, konton eller teknik.

Väg 2: Koppla Googles officiella MCP-server till Claude för live-frågor mot kontot.

Väg 3: Bygg en egen skrivskyddad koppling — upplägget för byråer och större konton.

Plus: API-åtkomst, autentisering, säkerhet, testplan och felsökning — allt verifierat mot Googles och Anthropics officiella dokumentation i augusti 2026.

UTGÅNGSPUNKTEN

Varför koppla Google Ads till Claude?

Google Ads-gränssnittet visar vad som hänt. En AI som får läsa samma data kan förklara *varför* — och göra det på sekunder istället för att du klickar dig genom tio rapportvyer.

Med tillgång till din rapportdata kan Claude bland annat:

- **Hitta trender och avvikelser** — "varför steg CPA 40 % i förra veckan?" besvaras med datapunkter, inte gissningar.
- **Peka ut ineffektiv annonskostnad** — söktermer, produkter och annonsgrupper som drar budget utan att konvertera.
- **Analysera på produktnivå** — vilka artiklar i Shopping och Performance Max som bär lönsamheten, och vilka som äter den.
- **Jämföra perioder korrekt** — månad mot månad, år mot år, före och efter en förändring.
- **Formulera rekommendationer** — konkreta förslag som du sedan granskar och genomför själv.

VANLIG MISSUPPFATTNING

"För att AI ska vara till nytta måste den kunna ändra i kontot."

Tvärtom. Det mesta av värdet ligger i analysen — att förstå datan — och för det räcker läsbarhet. En skrivskyddad koppling betyder att AI:n aldrig kan pausa kampanjer, röra budgetar eller ändra bud, ens av misstag. Du granskar slutsatserna och genomför själv ändringarna i Google Ads.

Alla tre vägar i den här guiden är därför helt **read-only**. Det är inte en begränsning — det är den ansvarsfördelning som gör upplägget tryggt: AI analyserar, människan beslutar.

VEM GUIDEN ÄR FÖR

Du som annonserar i Google Ads — själv eller via byrå — och vill använda AI för att förstå dina resultat. Väg 1 kräver inga förkunskaper alls. Väg 2 kräver att du vågar följa en teknisk instruktion. Väg 3 riktar sig till dig som har en utvecklare till hands eller själv är tekniskt bekväm.

ÖVERSIKTEN

Tre vägar — välj efter behov, inte ambition

Det finns flera sätt att ge Claude tillgång till din Google Ads-data. De skiljer sig i hur mycket teknik som krävs, hur färsk datan är och hur mycket kontroll du får. Börja gärna med väg 1 redan idag — den kostar ingenting att testa och visar direkt om arbetssättet ger dig värde.

VÄG 1

Manuell export

Exportera rapporter från Google Ads och ladda upp filerna i Claude. Ingen API-åtkomst, inga konton, ingen kod.

TID: 5–15 MIN

KRAV: INGA

Bäst för: alla som vill testa AI-analys, mindre konton, engångsanalys.

VÄG 2

Googles officiella MCP-server

Google har en färdig, skrivskyddad server som kopplar Claude direkt till Google Ads API. Du frågar — Claude hämtar live-data.

TID: EN HALVDAG

KRAV: API-ÅTKOMST

Bäst för: återkommande analys, den tekniskt nyfikna, egna konton.

VÄG 3

Egen connector

En privat mellanhand som ni själva bygger och styr: vilka konton, vilka fält, vilka funktioner. Full kontroll över datan.

TID: DAGAR

KRAV: UTVECKLARE

Bäst för: byråer med många konton, större organisationer, hårda säkerhetskrav.

	VÄG 1: EXPORT	VÄG 2: GOOGLES MCP	VÄG 3: EGEN CONNECTOR
Datafärskhet	Ögonblicksbild vid export	Live vid varje fråga	Live vid varje fråga
API-åtkomst krävs	Nej	Ja	Ja
Teknisk nivå	Ingen	Följa instruktion	Programmering
Kontroll över data	Full — du väljer filen	Googles serverfunktioner	Full — ni väljer allt
Kan ändra i kontot	Nej	Nej — read-only	Nej, om ni bygger rätt

VÄGARNAS BYGGER PÅ VARANDRA

Väg 2 och 3 delar samma grund: API-åtkomst (sidan 7) och autentisering (sidan 8). Läser du guiden i ordning har du allt du behöver oavsett vilken väg du landar i.

VÄG 1 · UTAN API

Manuell export — igång på fem minuter

Det enklaste sättet att låta Claude analysera din annonsdata är att ge den samma rapporter som du själv tittar på. Google Ads kan exportera i princip varje tabell som CSV eller Excel — och Claude läser båda formaten direkt i chatten.

1 Öppna rapporten du vill analysera

Till exempel Kampanjer, Söktermer eller Produkter. Ställ in det datumintervall du vill undersöka — ta gärna med en jämförelseperiod.

2 Välj kolumner med omsorg

Ta med kostnad, klick, visningar, CTR, konverteringar, konverteringsvärde och kampanjtyp. Det Claude inte ser kan den inte analysera.

3 Exportera som CSV eller Excel

Använd nedladdningsikonen ovanför tabellen. Exportera gärna flera rapporter — en kampanjrapport plus en söktermsrapport ger mycket rikare analys än en ensam fil.

4 Ladda upp i Claude och ställ en tydlig fråga

Dra in filerna i chatten. Ju tydligare fråga, desto bättre svar — se exemplen nedan.

Prompter som fungerar

- "Här är kampanjdata för maj och juni. Vilka kampanjer försämrades mest i ROAS, och vad i datan förklarar det?"
- "Gå igenom söktermsrapporten. Lista söktermer som kostat över 200 kr utan konvertering och föreslå negativa sökord."
- "Vilka produkter i den här Shopping-rapporten drar mest kostnad i förhållande till sitt konverteringsvärde?"

BEGRÄNSNINGAR ATT KÄNNA TILL

Exporten är en ögonblicksbild — datan åldras direkt. Vill du följa upp varje vecka blir klickandet snabbt tröttsamt, och det är då väg 2 eller 3 betalar sig.

Dubbelkolla också att export och gränssnitt visar **samma datumintervall och samma konverteringskolumn** innan du drar slutsatser — det vanligaste felet är att man jämför äpplen och päron.

VANLIG MISSUPPFATTNING

"Att koppla AI till Google Ads är bara för utvecklare."

Väg 1 kräver bokstavligen bara att du kan exportera en fil. Även väg 2 är numera en konfiguration snarare än ett programmeringsprojekt — Google har byggt servern åt dig.

INFÖR API-VÄGARNA

Begreppen du måste hålla isär

Väg 2 och 3 använder Google Ads API. Här snubblar de flesta inte på tekniken utan på begreppen — flera ID:n som liknar varandra men betyder helt olika saker. Fem minuter här sparar timmar av felsökning senare.

BEGREPP	VAD DET ÄR
Annonskonto	Kontot där dina kampanjer ligger. Har ett 10-siffrigt kund-ID, t.ex. 123-456-7890.
Managerkonto (MCC)	Ett paraplykonto som kan hantera flera annonskonton. Krävs för att få API-åtkomst — utvecklartoken utfärdas alltid till ett managerkonto, aldrig till ett vanligt annonskonto. Har ett eget kund-ID.
Developer token	En hemlig teckensträng som identifierar din API-applikation. Finns i managerkontots API Center och ska hanteras som ett lösenord.
Google Cloud-projekt	Behållaren där Google Ads API aktiveras och autentiseringen konfigureras. Har både ett Project ID (text) och ett numeriskt Project number — blanda inte ihop dem, ansökningsformulär frågar efter numret.
login-customer-id	ID:t för managerkontot du loggar in via i API-anrop — alltid utan bindestreck .
customer-id	ID:t för annonskontot vars data du hämtar — också utan bindestreck. Förväxling av dessa två är det vanligaste nybörjarfelet.
OAuth scope	Behörigheten din koppling begär. För Google Ads API finns bara en: <code>https://www.googleapis.com/auth/adwords</code>
GAQL	Google Ads Query Language — frågespråket för rapporter. Läsning sker via SELECT-frågor; att hämta data kan aldrig ändra något i kontot.

SÅ HÄNGER DET IHOP

Managerkontot äger utvecklartoken. Cloud-projektet äger autentiseringen. Annonskontot äger datan. En API-förfrågan behöver alla tre: token som visar *vilken applikation*, autentisering som visar *vem*, och kund-ID som visar *vilket konto*.

KOSTAR API:ET NÅGOT?

Nej. Google Ads API är kostnadsfritt, och du behöver normalt inte aktivera fakturering i Cloud-projektet för att använda det. Aktivera inga betaltjänster utan ett faktiskt behov.

NIVÅER & BEHÖRIGHET

Åtkomstnivåer: så mycket får din token göra

Varje utvecklartoken har en åtkomstnivå som styr om du når riktiga konton och hur många operationer du får göra per dygn. Nivåerna nedan är verifierade mot Googles dokumentation i augusti 2026.

NIVÅ	NÅR	GRÄNS PER DYGN	SÅ FÅR DU DEN
Test Account	Endast testkonton	15 000 operationer	Automatiskt vid registrering i API Center
Explorer	Test- och produktionskonton	2 880 mot produktion	Kan tilldelas automatiskt vid registreringen
Basic	Test- och produktionskonton	15 000 operationer	Ansökan i API Center, ca 5 arbetsdagers granskning
Standard	Test- och produktionskonton	Obegränsat	Ansökan från Basic, ca 10 arbetsdagar

För analys av egna konton räcker Explorer ofta som start — 2 880 operationer per dygn låter lite men motsvarar många rapportfrågor, eftersom en fråga kan hämta tusentals rader. Basic är rätt mål för stabil, löpande rapportering.

Permissible use: ange Reporting

Vid Basic- och Standard-ansökan anger du också vad token ska användas till. För allt den här guiden beskriver är svaret **Reporting** — det begränsar token till läsande anrop (`Search` och `SearchStream`), vilket är exakt vad en analyskoppling ska ha.

VANLIG MISSUPPFATTNING

”Bäst att ansöka om full åtkomst direkt, så slipper man ansöka igen.”

Nej. Att begära bredare åtkomst än du behöver gör granskningen svårare och ökar risken i din egen miljö. Reporting räcker för att Claude ska kunna analysera allt och föreslå åtgärder — ändringarna gör du ändå manuellt i Google Ads. Behöver ni mer längre fram går permissible use att uppdatera via ett separat formulär.

TIPS INFÖR BASIC-ANSÖKAN

Håll API-kontaktmejlén i API Center aktuell och bevakad — utan giltig adress kan ansökan inte behandlas. Beskriv användningen ärligt: intern, skrivskyddad rapportering och AI-analys, där en människa granskar alla slutsatser. Frivillig *brand verification* av Cloud-projektet kan snabba på granskningen men är inget krav.

STEG FÖR STEG

Från noll till godkänd API-åtkomst

Fyra byggstenar behövs: ett managerkonto, ett Cloud-projekt med API:et aktiverat, en utvecklartoken och rätt åtkomstnivå. Har du redan någon del — bocka av och gå vidare.

1 Skaffa eller verifiera ett managerkonto (MCC)

Saknar du MCC: skapa ett på ads.google.com under Verktyg → Managerkonton, med ett företagsägt Google-konto. Länka sedan ditt befintliga annonskonto under Konton → Inställningar för underkonto — historik, användare och fakturering ligger kvar orörda i annonskontot.

2 Skapa ett Google Cloud-projekt

Gå till console.cloud.google.com, skapa ett projekt med tydligt namn (t.ex. "Ads Reporting"). Anteckna både Project ID och Project number från projektets startsida.

3 Aktivera Google Ads API

I projektet: APIs & Services → Library → sök exakt "Google Ads API" → Enable. Kontrollera i projektväljaren högst upp att rätt projekt är valt innan du klickar.

4 Registrera utvecklartoken i API Center

Logga in i **managerkontot** och öppna ads.google.com/aw/apicenter. Godkänn villkoren, fyll i uppgifterna och ange en kontaktmejl som faktiskt bevakas. Din token visas här — spara den i en lösenordshanterare eller secrets manager, aldrig i dokument eller mejl.

5 Kontrollera nivån — ansök vid behov om Basic

Står det Test Account Access när du inga riktiga konton än. Klicka på pilen vid Access level → Apply for Basic Access. Ange Reporting, interna användare och de kampanjtyper du kör (Search, Shopping, Performance Max, Display, Video, Demand Gen, App, Hotel, Local Services — välj det som gäller dig).

- ☐ MCC finns och annonskontot syns som aktivt underkonto
- ☐ Cloud-projekt skapat — Project ID och Project number antecknade
- ☐ Google Ads API aktiverat i rätt projekt
- ☐ Developer token registrerad och säkert lagrad
- ☐ Explorer eller Basic Access bekräftad för produktionskonton

OM API CENTER INTE SYNS

Du är sannolikt inloggad i annonskontot istället för managerkontot. API Center finns bara när ett managerkonto är valt uppe till höger.

VEM ÄR DET SOM FRÅGAR?

Autentisering: service account eller OAuth

Utvecklartoken visar *vilken applikation* som anropar — men Google vill också veta *vem*. Där finns två vägar, och valet är enklare än det låter.

Rekommenderat för interna verktyg: service account

Ett service account är ett tekniskt Google-konto som tillhör systemet istället för en person. Fördelen är att kopplingen inte går sönder när en anställd slutar, och att ingen behöver klicka igenom inloggningsflöden.

- 1 I Google Cloud: **IAM & Admin** → **Service Accounts** → **Create service account**. Ge det ett beskrivande namn, t.ex. `ads-reporting`. Tildela inga breda Cloud-roller — kontot behöver inga för att läsa Ads-data.
- 2 Notera kontots e-postadress, i stil med `ads-reporting@ditt-projekt.iam.gserviceaccount.com`.
- 3 I Google Ads (managerkontot): **Admin** → **Access and security** → **Users** → **+**. Klistra in service account-adressen och välj lägsta nivå som räcker — för rapportering är det **Read only**. Ingen inbjudan behöver accepteras; kontot får åtkomst direkt.
- 4 Skapa autentiseringsuppgift efter driftmiljö: föredra nyckelfri *workload identity* om miljön stöder det (t.ex. Cloud Run). Behövs en JSON-nyckel — ladda ner den och lägg den **omedelbart** i en secrets manager.

BRA ATT VETA

Ett service account läggs till som användare precis som en människa — ingen "domain-wide delegation" krävs. En e-postadress kan kopplas till max 20 Google Ads-konton; lägg därför hellre till kontot på managerkontot, så följer alla underkonton med automatiskt.

Alternativet: användar-OAuth

Här loggar en riktig användare in och godkänner åtkomsten, och kopplingen agerar som den personen. Välj detta när flera personer ska logga in individuellt med sina egna behörigheter, eller när du bygger något som andra ska använda. Priset är mer rörliga delar: OAuth-klient, client secret, refresh tokens som kan löpa ut, och consent-konfiguration.

HEMLIGHETER ÄR LÖSENORD

Developer token, JSON-nycklar, client secrets och refresh tokens ska aldrig ligga i Git, mejl, molnmappar, dokument — eller klistras in i en AI-chatt. Lagra dem i en secrets manager, rotera vid misstanke och radera nycklar som inte används. Claude ska få **rapportdata**, aldrig nycklarna som hämtar den.

VÄG 2 · GOOGLES MCP-SERVER

Koppla Googles officiella MCP-server till Claude

MCP (Model Context Protocol) är en öppen standard som låter AI-assistenter använda externa verktyg på ett kontrollerat sätt. Google släppte under 2026 en **officiell MCP-server för Google Ads API** — och den är i nuvarande version strikt skrivskyddad. Den kan alltså inte ändra bud, pausa kampanjer eller skapa något, oavsett vad du råkar be om.

Servern ger Claude tre verktyg:

- `list_accessible_customers` — listar de konton din autentisering når
- `search` — kör GAQL-frågor och hämtar rapporter, budgetar och status
- `get_resource_metadata` — visar vilka fält som finns att fråga på

Konfiguration i Claude Desktop

Öppna Claude Desktop → Settings → Developer → **Edit Config**. Filen heter `claude_desktop_config.json`. Lägg till serverblocket enligt Googles dokumentation:

```
{
  "mcpServers": {
    "google-ads-mcp": {
      "command": "pipx",
      "args": ["run", "--spec",
        "git+https://github.com/googleads/google-ads-mcp.git",
        "google-ads-mcp"],
      "env": {
        "GOOGLE_PROJECT_ID": "DITT_PROJECT_ID",
        "GOOGLE_ADS_DEVELOPER_TOKEN": "DIN_TOKEN"
      }
    }
  }
}
```

Starta om Claude Desktop helt (avsluta appen, inte bara fönstret). Servern och dess verktyg syns sedan under plusknappen i chattrutan → Connectors.

Konfiguration i Claude Code

I terminalen räcker `claude mcp add` enligt dokumentationen, eller redigera projektets `.mcp.json` direkt. Kontrollera anslutna servrar med kommandot `/mcp` inne i en session.

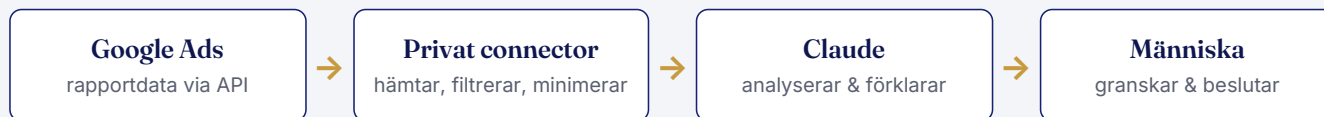
KONTROLLERA ALLTID AKTUELLT FORMAT

Exakta konfigurationsvägar skiljer sig mellan Claude Desktop, Claude Code och andra MCP-klienter, och formaten uppdateras löpande. Utgå från Googles README för servern och Anthropics dokumentation för din miljö — länkar på sista sidan. Kravet på Python/pipx gäller den lokala varianten; servern kan även driftas centralt, t.ex. på Cloud Run.

VÄG 3 · FÖR BYRÅER & STÖRRE KONTON

Egen connector — full kontroll över vad AI:n ser

Googles server är utmärkt för egna konton. Men hanterar ni många kunders konton, eller vill styra exakt vilka fält och konton som exponeras, bygger ni en egen mellanhand — en privat connector. Principen:



Connectorn är den **enda** komponent som känner till Google-uppgifterna. Claude anropar connectorns funktioner — via en lokal MCP-server, en intern API-tjänst eller ett script som lämnar strukturerad JSON/CSV — och får aldrig token, nycklar eller hemligheter, bara filtrerad rapportdata. Bygg på Googles officiella klientbibliotek (Python, Java, .NET, PHP, Ruby med flera).

Designprinciper som gör den trygg

- **Endast avgränsade read-only-funktioner.** Exponera namngivna verktyg i stil med `get_campaign_performance`, `get_search_terms`, `get_shopping_product_performance`, `compare_date_ranges` — aldrig en generell "kör vad som helst"-funktion.
- **Allowlist över konton.** Varje funktion kräver ett kund-ID som finns på en godkänd lista. Då kan AI:n inte ens fråga efter obehöriga konton.
- **Inga mutate-anrop i koden.** Enbart `Search` / `SearchStream` med GAQL SELECT-frågor. Finns inte `create`, `update` eller `remove` i kodbasen kan de aldrig anropas.
- **Validera och begränsa.** Kontrollera datumintervall, begränsa fält och antal rader, hantera paginering — och skala bort personuppgifter innan datan lämnas vidare.
- **Logga anropen, aldrig hemligheterna.** Vem frågade vad, mot vilket konto, när — men inga tokens eller nycklar i loggarna.

EXEMPEL: EN GAQL-FRÅGA FÖR KAMPANJRESULTAT

```
SELECT campaign.name, metrics.cost_micros,  
       metrics.clicks, metrics.conversions,  
       metrics.conversions_value  
FROM campaign  
WHERE segments.date DURING LAST_30_DAYS
```

Kostnad returneras i miljondelar (`cost_micros`) — dela med 1 000 000 för kronor. Sådana detaljer är precis vad connectorn ska översätta åt Claude.

FRÅN DATA TILL BESLUT

Vad du kan analysera — och hur du frågar

Oavsett väg är det samma datamängd som blir tillgänglig: kampanjer, annonsgrupper, annonser, sökord, söktermer och produkter, med kostnad, klick, visningar, CTR, konverteringar, konverteringsvärde, CPA och ROAS — segmenterat på datum, enhet, geografi och mer.

Shopping och Performance Max — ner på produktnivå

Här brukar de största fynden gömma sig. Standard Shopping och Performance Max är **två olika kampanjtyper** med olika rapportvyer, men båda kan analyseras per produkt: vilka artiklar från Merchant Center som får kostnaden, vilka som konverterar och vilken ROAS varje produktgrupp levererar. En AI som får produktdata hittar snabbt mönstren — till exempel de tio artiklar som drar 40 % av kostnaden men 5 % av värdet.

Prompter att utgå från

- "Jämför senaste 30 dagarna med föregående 30. Vilka kampanjer förändrades mest i kostnad, konverteringar och ROAS — och var ska jag titta först?"
- "Hämta söktermer för kampanj X senaste kvartalet. Vilka termer kostar utan att konvertera, och vilka negativa sökord föreslår du?"
- "Visa produktresultat för Performance Max-kampanjen. Vilka produkter har ROAS under 200 %, och hur mycket kostnad binder de?"
- "Finns det veckodags- eller enhetsmönster i konverteringsgraden som sticker ut?"
- "Sammanfatta kontots största avvikelser den här månaden och ge tre rekommendationer, rangordnade efter förväntad effekt."

BE ALLTID OM UNDERLAGET

Avsluta gärna med "visa siffrorna du baserar varje slutsats på". Då kan du snabbt verifiera resonemanget mot Google Ads-gränssnittet innan du agerar — och du lär dig samtidigt var i datan svaren finns.

VANLIG MISSUPPFATTNING***"AI-rekommendationer kan genomföras direkt."***

En AI ser datan — men inte din marginal på enskilda produkter, ditt lagersaldo, kampanjen som marknadsavdelningen drar igång nästa vecka eller avtalet med din största kund. Rekommendationerna är ett kvalificerat underlag, inte ett beslut. Granska, komplettera med det du vet, och genomför sedan själv.

INNAN DU LITAR PÅ SIFFRORNA

Säkerhetsregler och första testet

Säkerhetsreglerna som inte är förhandlingsbara

- ☐ Tvåstegsverifiering på alla konton med administratörsåtkomst
- ☐ Minst två betrodda administratörer — på både MCC och Cloud-projektet
- ☐ Individuella användarkonton — dela aldrig inloggningar
- ☐ Lägsta möjliga behörighet: Read only räcker för analys
- ☐ Alla hemligheter i secrets manager — aldrig i Git, mejl, dokument eller AI-promptar
- ☐ Dataminimering: skicka bara de fält analysen behöver, aldrig personuppgifter
- ☐ Dokumentera vilken AI-plan och databehandlingsinställning ni använder
- ☐ Ta bort åtkomst samma dag som personal eller leverantörer slutar

Första testet: litet konto, kort period

Kör aldrig igång brett. Välj ett konto och ett kort datumintervall, och verifiera i ordning:

- 1 Autentiseringen ser managerkontot och det valda kundkontot — inga behörighetsfel.
- 2 `login-customer-id` är managerkontots ID och `customer-id` kundkontots — båda utan bindestreck.
- 3 Kampanjer kan hämtas med ett read-only-anrop och listan stämmer med gränssnittet.
- 4 Kostnad och konverteringar stämmer mot Google Ads för **samma datum, tidszon, valuta och konverteringskolumn**.
- 5 Fel och kvottak hanteras med begränsade återförsök och exponentiell backoff — inte eviga loopar.

DÄRFÖR SKILJER SIG SIFFRORNA NÄSTAN ALLTID FÖRST

Nio gånger av tio beror en differens inte på ett API-fel utan på att du jämför olika saker: annan tidszon, annan attributionsmodell, "Konverteringar" mot "Alla konverteringar", eller konverteringsfördröjning i färsk data. Läs alla fyra parametrarna innan du felsöker något annat.

NÄR DET STRULAR

Vanliga fel — och vad de faktiskt betyder

SYMPTOM	ORSAK & ÅTGÄRD
<code>DEVELOPER_TOKEN_NOT_APPROVED</code>	Token saknar nivå för produktionskonton. Kontrollera Access level i API Center — Test Account Access når bara testkonton. Ansök om Basic.
<code>USER_PERMISSION_DENIED</code>	Kontot du autentiserar som (t.ex. service account) saknar åtkomst till MCC:t eller kundkontot — eller så pekar login-customer-id på fel managerkonto. Verifiera under Admin → Access and security.
<code>CUSTOMER_NOT_ENABLED</code>	Kund-ID:t pekar på ett konto som inte är aktivt (avslutat eller aldrig färdigkonfigurerat) — eller fel ID har angetts. Kontrollera siffrorna, utan bindestreck.
<code>RESOURCE_EXHAUSTED</code>	Dygns- eller frekvenskvot nådd. Minska antalet frågor, hämta fler fält per fråga istället för fler frågor, cachelagra och använd backoff. Räcker inte Explorer-kvoten — ansök om Basic.
Fel totalsummor	Jämför samma tidszon, datum, valuta, attributionsmodell och konverteringskolumn. Färska dagar ändras i efterhand av konverteringsfördröjning.
Refresh token slutar gälla	Gäller användar-OAuth: en OAuth-klient i testläge får tokens som löper ut efter 7 dagar. Publicera OAuth-konfigurationen — eller byt till service account.
MCP-servern syns inte i Claude	Starta om Claude Desktop helt (avsluta appen). Kontrollera JSON-syntaxen — ett kommatecken fel gör att hela konfigurationen ignoreras. Använd absoluta sökvägar. Titta i MCP-loggarna via Developer-inställningarna.
Servern startar men verktygen felar	Ofta miljön: fel Project ID, token saknas i env-blocket, eller Python/pipx saknas på datorn. Testa att starta serverkommandot manuellt i terminalen och läs felmeddelandet.
För stora rapportsvar	Begränsa fält och datumintervall, filtrera i GAQL-frågan (WHERE), använd LIMIT — och låt connectorn aggregera innan datan når Claude.

FELSÖK I RÄTT ORDNING

Nivå → behörighet → ID:n → fråga. Kontrollera först att token har rätt åtkomstnivå, sedan att autentiseringen har åtkomst till kontot, sedan att båda kund-ID:na är rätt — och först därefter själva frågan. Den ordningen löser de flesta problem på minuter.

INNAN DU KÖR SKARPT

Slutchecklista

- ☐Företaget äger Google-kontot, MCC:t och Cloud-projektet — inte en konsult eller enskild anställd
- ☐Developer token registrerad, säkert lagrad, och API-kontaktmejlerna bevakas
- ☐Explorer eller Basic Access bekräftad — permissible use: Reporting
- ☐Autentisering på plats med lägsta möjliga behörighet (Read only)
- ☐Kopplingen är skrivskyddad — inga mutate-funktioner existerar i lösningen
- ☐Testanrop verifierat mot Google Ads-gränssnittet: samma datum, tidszon, valuta, konverteringskolumn
- ☐Claude får filtrerad rapportdata — aldrig tokens, nycklar eller personuppgifter
- ☐Rutin finns: AI:s rekommendationer granskas av en människa innan något ändras

Officiella källor

Guidens tekniska uppgifter är kontrollerade mot dessa sidor i augusti 2026. Gränssnitt och format ändras — utgå alltid från källan vid tvekan.

ÄMNE	ADRESS
Åtkomstnivåer & permissible use	developers.google.com/google-ads/api/docs/api-policy/access-levels
Developer token	developers.google.com/google-ads/api/docs/api-policy/developer-token
Cloud-projekt för API:et	developers.google.com/google-ads/api/docs/oauth/cloud-project
Service account-flödet	developers.google.com/google-ads/api/docs/oauth/service-accounts
Googles MCP-server	developers.google.com/google-ads/api/docs/developer-toolkit/mcp-server
MCP-serverns kod & README	github.com/googleads/google-ads-mcp
GAQL & rapportering	developers.google.com/google-ads/api/docs/reporting/overview
Kvoter & gränser	developers.google.com/google-ads/api/docs/best-practices/quotas
Managerkonton	support.google.com/google-ads/answer/7459399
MCP i Claude Desktop	support.claude.com · modelcontextprotocol.io
MCP i Claude Code	code.claude.com/docs

AVGRÄNSNING

Guiden beskriver ett rekommenderat tekniskt upplägg men ersätter inte Googles villkor, Ads API-policyn eller er egen juridiska bedömning av personuppgifter och leverantörsavtal.