INSTRUKCJA · WERSJA 12

Od sklepu Shoper do sprawdzonego feedu.

Zainstaluj aplikację, potwierdź dane sklepu i uruchom automat. GrowAds sam pobierze katalog, pokaże problemy i przygotuje adres dla OpenAI Ads.

Szybki start codziennego feedu Shopera

Domyślna ścieżka GrowAds używa Hosted URL w OpenAI Ads ↗. Do przygotowania adresu nie potrzebujesz klucza Advertiser API ani SFTP. Potrzebujesz dostępu do Ads Managera, aby dodać źródło i sprawdzić jego wynik.

1. **Zainstaluj GrowAds w Shoperze.** Otwórz aplikację przez „Aplikacje i integracje → Zainstalowane aplikacje". Instalację uruchamiasz ze strony GrowAds w Shoper App Store.
2. **Potwierdź dane sklepu.** GrowAds uzupełni adres z instalacji i wybierze PLN oraz Polskę. Podaj nazwę sprzedawcy i publiczną stronę zasad zwrotów. Walutę lub kraj sklepu zmień tylko wtedy, gdy katalog używa innych wartości.
3. **Uruchom automatyczny feed.** Zaznacz zgodę na ekranie „Pierwsze kroki". Pierwszy cykl od razu pobierze produkty i warianty Shopera, sprawdzi je oraz przygotuje raport. Osobny ręczny test nie jest wymagany. Automat publikuje poprawne pozycje, gdy przejdzie co najmniej 80% katalogu i nie ma powtarzających się ID.
4. **Skopiuj adres.** Po pierwszym bezpiecznym cyklu panel pokaże tajny adres HTTPS. Nie publikuj go na stronie ani w zgłoszeniu.
5. **Utwórz feed i dodaj adres.** Jeśli połączyłeś Advertiser API, w kroku „Produkty przyjęte przez OpenAI" kliknij „Utwórz feed w OpenAI Ads". GrowAds utworzy feed dla rynku z profilu i odczyta jego ID. Gdy masz już właściwy feed, wybierz go z listy zamiast tworzyć nowy. W Ads Managerze otwórz Tools → Feeds, wybierz feed i dodaj Hosted URL z GrowAds. Bez klucza Ads API utwórz feed w Ads Managerze przez Tools → Feeds → Create Feed. GrowAds nie dodaje do CSV pola `target_countries`; rynek ustawiasz przy tworzeniu feedu. W Upload History sprawdź przetwarzanie, liczbę przyjętych i odrzuconych produktów. Sam gotowy plik w GrowAds tego nie potwierdza.

Feed nie uruchamia kampanii, nie gwarantuje kwalifikacji produktów ani emisji reklam. Konfigurator może potem złożyć pełny plan i po osobnym potwierdzeniu utworzyć wstrzymane zasoby przez Advertiser API.

Stały adres Hosted URL

Adres jest dostępny tylko przy aktywnym planie, włączonym automacie i bezpiecznym pliku z danymi źródłowymi sprzed najwyżej 36 godzin. Zmiana ręcznych wykluczeń lub reguł wstrzymuje poprzedni plik do czasu publikacji kolejnego. Wynik poniżej 80%, powtarzające się ID albo błędy wszystkich produktów zatrzymują automat i wymagają przeglądu; gdy plik się zestarzeje, adres przestaje zwracać CSV. Wyłączenie automatu lub usunięcie sklepu unieważnia dostęp. Zmiana adresu natychmiast unieważnia poprzedni — zastąp go w Ads Managerze. Nie wysyłaj adresu osobom trzecim: każdy, kto go zna, może pobrać publiczne dane produktów.

OpenAI zaleca Hosted URL dla stabilnego adresu HTTPS i informuje, że produkty w feedzie wygasają po dwóch tygodniach. Ostateczny wynik przetwarzania sprawdzaj w Upload History; GrowAds nie ma automatycznego potwierdzenia pobrania przez OpenAI w tej ścieżce. Instrukcja OpenAI ↗

Sprawdź import i wybierz produkty do reklamy

1. W planie uruchomienia GrowAds możesz utworzyć feed przez połączone Advertiser API dla rynku zapisanego w profilu albo wybrać już istniejący feed. W Ads Managerze otwórz **Tools** → **Feeds**, wybierz ten feed i dodaj źródło **Hosted URL** z GrowAds. Bez Advertiser API utwórz feed przez **Tools** → **Feeds** → **Create Feed**. GrowAds nie dodaje pola `target_countries` do pliku; rynek ustawiasz przy tworzeniu feedu. Następnie otwórz **Upload History**. Przetwarzanie może potrwać od kilku minut do kilku godzin; sprawdź status, błędy oraz liczby przyjętych i odrzuconych produktów. Gotowy plik w GrowAds potwierdza tylko przygotowanie CSV.
2. Jeśli chcesz reklamować zaimportowane produkty, otwórz **Campaigns** i utwórz kampanię typu **Product feed**. W grupie reklam wybierz ten feed i ustaw filtry produktów. Porównaj liczbę produktów widoczną przy tworzeniu grupy z zamierzonym zestawem. Sprawdź też kraj docelowy, cel kampanii, budżet i strategię stawek.
3. Utwórz szablon reklamy dla grupy, wybierz pole obrazu i sprawdź podgląd produktu: zdjęcie, tytuł, opis, cenę oraz stronę docelową. Kampanię wyślij do oceny dopiero po sprawdzeniu jej ustawień. GrowAds może po Twoim wyraźnym zleceniu utworzyć kampanię, grupę i szablon jako wstrzymane zasoby przez Advertiser API. Utworzenie wstrzymanych zasobów nie uruchamia emisji ani nie zmienia budżetu istniejącej kampanii. Po ponownym odczycie ustawień i spełnieniu warunków startu funkcja aktywacji może uruchomić reklamę, grupę i na końcu kampanię, jeżeli została udostępniona dla konta. Sam status aktywny nie dowodzi pierwszej emisji.

Zakładka Products służy do raportowania emisji. Przed pierwszą emisją może być pusta mimo poprawnego importu. Do kontroli importu użyj Upload History, a do kontroli produktów dostępnych dla grupy reklam — liczby przy tworzeniu tej grupy. Po rozpoczęciu emisji dane w Products mogą pojawić się z opóźnieniem do siedmiu godzin. Polska jest na aktualnej liście dostępności Ads Managera; jeżeli nie możesz jej wybrać dla tego feedu lub konta, zatrzymaj konfigurację i wyjaśnij dostęp z OpenAI. Aktualna instrukcja feedu ↗ Dostępność Ads Managera ↗

Plan uruchomienia w panelu

Zakładka „Plan uruchomienia” prowadzi jednym aktywnym krokiem od konta reklamowego i płatności przez feed, pomiar i kampanię do pierwszego raportu. Gdy feed jest gotowy, ekran startowy pokazuje pierwszy niedokończony krok tego planu; adres Hosted URL pozostaje dostępny do skopiowania. Mapa etapów i zwinięty pełny plan pozwalają wrócić do dowolnego kroku. Otwórz wskazany konfigurator albo Ads Manager, wykonaj czynność, kliknij „Sprawdź status” i przejdź dalej. GrowAds sam potwierdza kroki, dla których ma własny wynik lub odpowiedź dostawcy. Czynność w Ads Managerze oznaczasz ręcznie dopiero po sprawdzeniu; taki status jest Twoim oświadczeniem, a nie dowodem od OpenAI. Przycisk następnego kroku uaktywnia się po potwierdzeniu bieżącego. Nad etapami znajdziesz „Test gotowości sklepu”: jedno kliknięcie sprawdza robots.txt dla robotów OpenAI, stronę produktu (blokady anty-botowe), stronę zwrotów oraz kompletność opisów i galerii, a cztery potwierdzenia właściciela (firma z Polski, publiczne polityki, dozwolony asortyment, gotowe logo) oznaczasz sam. Wynik jest sondą GrowAds, nie akceptacją OpenAI. Zmiana sklepu, konta lub feedu może wymagać ponowienia potwierdzenia. Numer karty wpisujesz wyłącznie w Ads Managerze, a budżet reklamowy jest rozliczany osobno od abonamentu GrowAds.

Trzy pytania, zadania na dziś i samouczek

Przy pierwszym wejściu GrowAds pyta o trzy rzeczy: czym handlujesz, czego oczekujesz od reklam w ChatGPT i ile masz doświadczenia. Odpowiedzi zostają w GrowAds (nie trafiają do OpenAI) i ustawiają kolejność zadań, kalendarz sezonowy oraz ton podpowiedzi; zmienisz je w „Dane i dostęp” → Profil sklepu. Po zapisaniu rusza samouczek: siedem kroków po najważniejszych miejscach panelu (Esc pomija, strzałki przewijają kroki), który

wznowisz w tym samym miejscu albo uruchomisz od nowa w ustawieniach lub komendą `/samouczek` w oknie Andrzeja.

„Twoje zadania na dziś” to najwyżej trzy rzeczy o największym wpływie. Każde zadanie podaje dowód z Twojego konta („Dlaczego”), szacowany czas i liczbę punktów, jakie dodaje do oceny bieżących zadań 0–100. Ocena 100 oznacza pustą listę wykrytych zadań; nie potwierdza emisji, pomiaru ani akceptacji OpenAI. Stan źródeł i brakujące odczyty pokazuje pasek powyżej. Odłożenie (7 dni) i odrzucenie (30 dni) chowa zadanie, ale nie podnosi wyniku; zadanie znika dopiero, gdy jego przyczyna przestaje istnieć. Zadania oznaczone „bezpieczne” (wykluczenie produktów z kosztem bez kliknięć, test gotowości) wykonasz jednym przyciskiem i zawsze da się je cofnąć. Poniżej zadań znajdziesz „Co się zmieniło od ostatniej wizyty”, kamienie milowe według bieżących dowodów od połączenia sklepu do odczytanych kliknięć kampanii oraz kalendarz sezonowy z datą, do której warto uruchomić kampanię, aby OpenAI zebrało dane przed szczytem.

Pasek zdrowia, sygnały i propozycje

Ekran startowy pokazuje cztery stany: feed, pomiar, kampania i budżet, każdy z jednym następnym krokiem. Plik i jego źródłowy czas są osobne od importu w OpenAI. Próbka zdarzeń nie potwierdza zakupów. Aktywne zasoby wymagają odczytu wyświetleń, a stary lub niezgodny odczyt wraca do sprawdzenia. Zapisany scenariusz budżetu pozostaje widoczny także w EUR, z limitem łącznym lub nieuzgodnioną prowizją; nie jest sumą faktur. Kamienie milowe mogą wrócić do niepotwierdzonych po zmianie źródła lub upływie świeżości. Poniżej pojawiają się sygnały wykryte przez GrowAds (zatrzymany lub nieodświeżony feed, brak importu po stronie OpenAI, nieaktualny odczyt lub pusta próbka zdarzeń, brak wyświetleń, koszt bez kliknięć, spadek CTR, koncentracja kosztu, przepał budżetu, produkty z kosztem bez kliknięć) oraz zadania do wykonania jednym kliknięciem, np. wykluczenie takich produktów z feedu. Każde zadanie podaje dowód i skutek; nic nie dzieje się bez Twojego kliknięcia, a wykluczenia można cofnąć w katalogu. W „Dane i dostęp” podasz adres e-mail do sygnałów oraz digestu tygodniowego i miesięcznego (pakiety raportowe) i zapiszesz pamięć marki dla Andrzeja: cele, akceptowalny koszt zamówienia, budżet, czego nie reklamować. Przed wysyłką sprawdzamy, czy sygnał nadal jest aktualny i powiadomienia są włączone. „W kolejce” oznacza oczekiwanie, a „przyjęty przez usługę pocztową” nie potwierdza doręczenia. Przy nieznanym wyniku nie wysyłamy automatycznie nowej kopii. Tam też jest dziennik zmian. Przycisk „Tryb: pełny / prosty” w nagłówku chowa narzędzia zaawansowane, gdy ich nie potrzebujesz.

Feed Health Score i reguły wykluczeń

W „Katalogu produktów” Feed Health Score ocenia katalog w skali 0–100: 60 punktów za poprawne wiersze i 40 za pola zalecane (GTIN, kategoria, opis od 200 znaków, galeria produktów prostych) z trzema najbardziej opłacalnymi poprawkami do wykonania w Shoperze. Promocja jest opcjonalna; brak promocji ani galerii wariantu nie obniża wyniku. Reguły wykluczeń (cena poniżej lub powyżej, stan poniżej, brak GTIN, produkty niedostępne, kategorie, słowa w tytule) działają w każdym cyklu automatu tak jak ręczne wykluczenie: poprawny produkt pozostaje w feedzie z rzeczywistą dostępnością, a reklamy, wyszukiwanie i zakupy ChatGPT są wyłączone flagami. Podgląd pokazuje pełny wybór ręcznych i regułowych wykluczeń przed zapisem. Gdy wykluczysz wszystkie poprawne oferty w pełnym katalogu, GrowAds przygotuje niepusty plik z wyłączonymi flagami. Błędy nieobjęte świadomym wykluczeniem mogą zatrzymać przygotowanie. Sprawdź import tego pliku z zerem ofert do reklam i osobno wyłączenie produktów w Ads oraz wyszukiwaniu.

Andrzej, raporty i research

Po odrębnej aktywacji pilot „Pomiar i raporty” pokazuje wyniki Ads API za 1–90 pełnych dni oraz pozwala pobrać CSV lub raport do druku. GrowAds codziennie kopiuje wyniki konta, kampanii i produktów do własnej bazy (OpenAI trzyma dane per produkt około 30 dni), pokazuje ranking produktów, lokalny scenariusz tempa wydatków oraz kartę „Scenariusz kosztów” w zakładce „Pakiety i umowy”. W konfiguratorze pakiet Andrzej proponuje wskazówki kontekstowe (frazy intencji), a zestawy produktów można wybrać także po pasmach

cenowych i według produktów z największą liczbą kliknięć. Pilot „Andrzej” dodaje rozmowę o wynikach i research AI. Sam dostęp do raportów działa bez modelu AI. Możesz porównać wybrany okres z bezpośrednio poprzednim o tej samej długości; tabela pokazuje różnice wydatków, wyświetleń i kliknięć całego konta, a w pakiecie Andrzej przycisk poprosi AI o ich omówienie. Dane kampanii dotyczą tylko wybranego okresu. Różnica nie potwierdza przyczyny, zakupów ani opłacalności. Ogólny research przeszukuje publiczne strony przez OpenRouter i Exa dla wpisanego tematu oraz publicznego adresu sklepu, a research w konfiguratorze dodaje próbkę do ośmiu dostępnych produktów z opublikowanego zestawu. Oba pokazują źródła i ogranicza wyszukiwanie do trzech prób na godzinę, dziesięciu na dobę i trzydziestu na 30 dni. Przed użyciem propozycji sprawdź źródła. Rozmowa i ostatni wynik researchu pozostają w pamięci karty. Nie wpisuj danych klientów ani poufnych. Rozmowa Andrzeja nie zmienia kampanii, nie publikuje reklam i nie tworzy grafik. Właściciel może samodzielnie wstrzymać własną aktywną kampanię w konfiguratorze, gdy sterowanie Ads API jest dostępne dla jego konta, także po wygaśnięciu abonamentu i bez usługi +10%. Osobny pilot zarządzania po odrębnym upoważnieniu może wstrzymać kampanię w ramach działań Andrzeja; panel przed zmianą i po niej odczytuje stan w OpenAI. Po niepewnej odpowiedzi sprawdź stan w Ads Managerze, ponieważ aplikacja nie wysyła drugi raz żądania wstrzymania. Konfigurator kampanii jest osobną funkcją uruchamianą przez właściciela. Bez zweryfikowanych konwersji raport nie pokazuje sprzedaży, ROAS ani CPA. Proponowane ceny wynoszą 149 zł netto miesięcznie za „Pomiar i raporty” oraz 299 zł za „Andrzeja”, bez opłaty wdrożeniowej. Pakiety nie są jeszcze sprzedawane przez Shopera. Prowadzenie za dodatkowe 10% faktycznych wydatków możesz zamówić osobno już przy abonamencie Samodzielnym 59 zł netto miesięcznie. Wymaga własnego upoważnienia i aktywacji, a raporty premium i AI mają osobny dostęp. Opłata nie jest naliczana automatycznie.

Zapisane konwersje i wartość zakupów

Przy lokalnej historii Insights zobaczysz osobno konwersje celów konta i wartość zakupów przypisaną przez OpenAI Conversion Insights. Cele nie oznaczają liczby zakupów, a kwota nie potwierdza płatności ani uzgodnienia zwrotów. Brak dnia lub wartości pokazujemy jako brak danych; odczytane zero pozostaje zerem. Źródło, okna, data przypisania, strefa konta i czas odczytu są jawne. W „Ustawieniach zapisanych trendów i digestów” wybierzesz okno kliknięcia 7, 14 lub 30 dni, wyświetlenia 0 lub 1 dzień i datę interakcji albo konwersji; po zmianie odśwież dane. Ustawienia wybranego raportu pozostają osobnym wyborem. Codziennie ponawiamy odczyt 70 dni jako zapas na późniejsze korekty, bez gwarancji finalności po tym czasie. Błąd odczytu zachowuje historię i wstrzymuje sygnały z nieaktualnych konwersji. Digest podaje stan na czas odczytu, który później może się zmienić; harmonogram korzysta ze strefy konta reklamowego.

1. Przygotuj wymagane dane

Potrzebujesz dostępu do konta GrowAds, publicznego adresu HTTPS sklepu, nazwy sprzedawcy, polityki zwrotów i waluty katalogu. GrowAds obsługuje PLN, EUR i USD. Rynek reklam wybierzesz później w Ads Managerze. Nie przesyłaj plików klientów ani zamówień.

Do Hosted URL wystarczy dostęp do Ads Managera; klucz Ads API nie jest wymagany. Osobny klucz **Ads API** przypisany do konta OpenAI Ads służy do diagnostyki konta i ścieżki SFTP. Test pomiaru korzysta z oddzielnego **Conversions API key** i **Pixel ID**. Klucz API modeli ani abonament ChatGPT nie zastępują tych dostępów.

2. Zaloguj się i zabezpiecz dostęp

Otwórz panel GrowAds. Wybierz „Zaloguj się”. Rejestracja jest dostępna wyłącznie, gdy została otwarta dla wydania. Podczas tworzenia konta użyj hasła mającego co najmniej 12 znaków i zachowaj jednorazowy kod odzyskiwania w swoim menedżerze haseł. Kod jest pokazywany tylko raz.

Gdy zapomnisz hasła, wybierz „Odzyskaj dostęp”, podaj e-mail, kod i nowe hasło. Kod zostanie zużyty, a dotychczasowe sesje cofnięte. Zapisz pokazany nowy kod odzyskiwania przed ponownym logowaniem. W tej wersji nie wysyłamy linków do resetu e-mailem. Sesja panelu trwa do 2 godzin.

3. Zapisz dane sklepu

W „Pierwsze kroki” wybierz „Uzupełnij dane”. GrowAds wpisuje adres sklepu z instalacji Shopera oraz domyślne PLN i Polskę. Potwierdź nazwę sprzedawcy, adres sklepu i publiczną stronę zasad zwrotów. Walutę oraz kraj katalogu znajdziesz w rozwijanej sekcji ustawień. Kliknij „Zapisz dane sklepu”. Adresy muszą używać HTTPS. Zmiana tych danych unieważnia wcześniej przygotowany eksport. Rynek reklam wybiera się osobno w Ads Managerze.

4. Sprawdź katalog i przygotuj CSV

Przy połączonym Shoperze codzienny automat sam pobiera i kontroluje katalog. Panel najpierw pokazuje zbiorcze przyczyny wykluczeń, a niżej podgląd produktów. Pełny raport CSV pozostaje dostępny do pobrania. Ręczne pobranie Shopera i własny plik CSV są w rozwijanej sekcji „Ręczne sprawdzenie katalogu i plik CSV”.

1. Do sprawdzenia własnego pliku wybierz UTF-8, separator przecinek i nagłówki: `item_id,title,description,url,brand,image_url,price,availability`. Dodatkowe pola sprzedawcy mogą pochodzić z zapisanych danych sklepu.
2. Cenę zapisz np. `79.00 PLN`. Dostępność: `in_stock`, `out_of_stock`, `pre_order`, `backorder` albo `unknown`. Opis ma być zwykłym tekstem, bez HTML. Każdy produkt lub wariant musi mieć odrębne, stałe ID.
3. Opcjonalne kolumny to `sale_price,group_id,listing_has_variations,variant_dict,offer_id,gtin,mpn,product_category`. Dla wariantów ustaw wspólny `group_id`, `listing_has_variations=true` i JSON w `variant_dict`, np. `{"Kolor":"Grafit","Rozmiar":"M"}`. Każda kombinacja opcji musi być unikalna.
4. Ręczne sprawdzenie zużywa jedną operację z limitu; jego automatyczne ponowienie nie zużywa następnej.
5. Przejrzyj podsumowanie i tabelę uwag. Gdy są uwagi, wybierz „Pobierz pełny raport błędów”, aby otrzymać wszystkie problemy, również te spoza podglądu. Popraw dane źródłowe i uruchom nowe sprawdzenie, aby dodać wykluczone produkty. Nie zmieniamy katalogu sklepu automatycznie.
6. Jeśli co najmniej jeden produkt jest poprawny, możesz przygotować ręczny eksport i pobrać CSV. Plik zawiera poprawne produkty, także świadomie wykluczone pozycje z wyłączonymi flagami. Przy wykluczeniu wszystkich ofert może zachować wcześniejsze pozycje potrzebne do wycofania; panel rozdziela te liczniki. Eksport jest dostępny przez 24 godziny od sprawdzenia, przy aktywnym planie.

Kontrola adresów potwierdza ich format; nie jest audytem dostępności wszystkich zdjęć i kart produktu. Poprawny plik nie jest dowodem przyjęcia katalogu przez OpenAI. Do codziennego feedu użyj Hosted URL albo osobnego połączenia SFTP; w obu przypadkach wynik sprawdzaj w historii OpenAI.

4a. Wyślij plik do istniejącego feedu OpenAI Ads

Ta funkcja pojawia się po bezpiecznej konfiguracji serwera GrowAds. Potrzebujesz konta OpenAI Ads z dostępem Product Feeds, klucza Advertiser API, istniejącego identyfikatora `fd_…` oraz adresu i hasła SFTP otrzymanych od OpenAI. Sam dostęp do API modeli lub abonament ChatGPT nie wystarcza. Instrukcja Product Feeds ↗

1. Połącz klucz w „Połączeniach i pomiarze” i kliknij „Sprawdź feedy na koncie”. Wybierz właściwy feed z listy. Odczyt listy nie potwierdza jeszcze prawa do wysyłki.
2. Wpisz adres SFTP i hasło od OpenAI. GrowAds ponownie sprawdzi, czy feed jest widoczny na połączonym koncie, i zaszyfruje hasło.

3. Po przygotowaniu aktualnego CSV w „Katalogu produktów” kliknij „Wyślij przygotowany CSV”. Ta osobna czynność przesyła plik do katalogu głównego SFTP; samo przygotowanie eksportu niczego nie wysyła.
4. Kliknij „Sprawdź historię uploadu”. Odczyt OpenAI pokaże przetwarzanie, liczbę przyjętych i odrzuconych wierszy oraz uwagi, jeśli dostawca je zwróci. Transfer, przetworzenie i kwalifikacja produktów do reklamy to odrębne wyniki.
5. Jeżeli transfer został przerwany lub historia zawiera kilka nowych uploadów, sprawdź ją u dostawcy. GrowAds nie ponawia takiej wysyłki samoczynnie. Po godzinie możesz oznaczyć niepewną próbę jako ręcznie zweryfikowaną; nie jest to potwierdzenie przyjęcia produktów.

Adresy kart i zdjęć powinny być publicznie dostępne. Przyjęty upload nie gwarantuje emisji reklam ani sprzedaży.

4b. Włącz codzienny feed Shopera

Domyślny automat Hosted URL pobiera widoczny katalog i udostępnia poprawne produkty w aktualnym pliku CSV pod stałym adresem HTTPS. Osobna zgoda uruchamia pierwszy cykl od razu; każdy cykl zużywa jedną kontrolę katalogu. Cykl publikuje przy wyniku od 80% i bez powtarzających się ID. Wadliwe pozycje są pomijane. Produkt obecny we wcześniejszym feedzie, a później brakujący lub wadliwy, pozostaje zwykle do 15 dni jako `out_of_stock` z wyłączoną kwalifikacją do reklam. Spadek poniżej 80%, duplikaty ID, błędy wszystkich pozycji lub plik większy niż 8 MiB zatrzymują odświeżenie i zachowują ostatni dobry plik. Potwierdzony pusty katalog może zachować wcześniejsze oferty w pliku wycofania do powrotu produktów; pusty sklep bez wcześniejszych ofert nie publikuje pliku z samym nagłówkiem. Wykluczenie wszystkich ofert jest osobną decyzją, a błędy lub niepełny odczyt nie oznaczają pustego sklepu. Po 36 godzinach od danych źródłowych adres przestaje zwracać CSV. Produkty bez zapasu mogą pozostać w pliku jako `out_of_stock`, jeśli cena jest potwierdzona.

W sekcji „Ręczne wykluczenia produktów” wyszukaj ID lub nazwę produktu i wybierz „Wyklucz”. Taka poprawna pozycja trafia do kolejnego pliku z faktycznym stanem magazynowym i wyłączonymi flagami reklam, wyszukiwania i zakupów ChatGPT; jej przywrócenie uruchamia nową publikację. Do tego czasu stary Hosted URL jest wstrzymany. Po zmianie produktu w sklepie wybierz „Odśwież feed teraz”, aby zlecić pełny cykl przy najbliższym przebiegu harmonogramu; nie jest to automatyczna synchronizacja po każdym zapisie w Shoperze. Każdy nowy cykl zużywa jedną kontrolę katalogu. Gdy automat wymaga przeglądu, najpierw popraw wskazany błąd i wznów go.

Opcjonalna ścieżka SFTP wymaga klucza Advertiser API, dedykowanego feedu, poświadczeń i potwierdzonego klucza serwera. W tej ścieżce GrowAds sprawdza historię uploadu i wstrzymuje cykl przy niepewnym wyniku. Zmiana profilu, połączeń i ręczne wysyłki wymagają wcześniejszego wyłączenia automatu. W Hosted URL wynik pobrania i akceptacji sprawdza użytkownik w Ads Managerze.

5. Katalog ze sklepu Shoper

Po zainstalowaniu aplikacji w sklepie i otwarciu linku „GrowAds” możesz uruchomić synchronizację w „Katalogu produktów”. Instalacja korzysta z podpisanego callbacku i OAuth. Token przekazany GrowAds obejmuje dokładnie odczyt produktów, producentów i walut. Shoper na ekranie instalacji pokazuje też techniczny odczyt „Konfiguracja sklepu” i „Menadżer postępu”; tych dwóch pozycji nie ma w tokenie aplikacji. GrowAds nie odczytuje klientów ani zamówień i nie edytuje sklepu.

W „Dane i dostęp” możesz utworzyć osobne dane logowania do panelu standalone. Synchronizacja obejmuje produkty widoczne w publicznym katalogu sklepu. GrowAds eksportuje każdy aktywny wariant jako osobny wiersz z własnym ID, ceną brutto, stanem, zdjęciem, adresem wyboru opcji i — gdy jest poprawny — GTIN; warianty produktu łączy wspólny identyfikator grupy. Brak jednoznacznego potwierdzenia ceny, opcji, zdjęcia lub dostępności wyklucza tylko ten wiersz i pojawia się w pełnym raporcie. Popraw dane w sklepie, a następnie uruchom nową synchronizację. Prywatny test instalacji zakończył się poprawnie. Publiczną instalację uruchamiasz z karty GrowAds w Shoper App Store.

6. Połącz konto reklamowe i sprawdź pomiar

1. Otwórz „Połączenia i pomiar”. W sekcji „Konto OpenAI Ads” wpisz klucz Ads API i kliknij „Sprawdź i połącz”. Po udanym odczycie sprawdź nazwę konta, walutę i strefę czasową.
2. W sekcji „Zasoby pomiaru OpenAI” wybierz „Utwórz zasoby pomiaru w OpenAI”. GrowAds połączy konto Ads z Pixelem, utworzy i bezpiecznie zapisze klucz Conversions API oraz definicję zakupu. Jeśli zasoby masz już w OpenAI, w sekcji „Test pomiaru” możesz wpisać własny Pixel ID i klucz; nie twórz drugiego zestawu bez sprawdzenia. Sam zapis zasobów nie instaluje Pixela w Shoperze.
3. Kliknij „Pokaż podgląd testu”. Sprawdź nazwę zdarzenia, wartość 1 jednostki waluty, tryb `validate_only` i informację o braku danych klienta.
4. Wybierz „Wykonaj test walidacyjny”. To jedna operacja z limitu testów, bez zwiększenia budżetu reklamowego. Wynik HTTP potwierdza odpowiedź endpointu; test nie zapisuje konwersji i nie dowodzi atrybucji.

GrowAds tworzy zasoby pomiaru w OpenAI, ale samo utworzenie nie potwierdza instalacji Pixela w sklepie. Jeśli moduł Storefront GrowAds jest już dostarczony z aplikacją, po zgodzie marketingowej kupującego może wysyłać odsłony oraz `order_created` bez kwoty, gdy Shoper poda identyfikator koszyka w `basket.purchased`. Brak identyfikatora oznacza brak zdarzenia. Przed uznaniem pomiaru za działający wykonaj zamówienie testowe i sprawdź je w Ads Managerze; wartości i serwerowego CAPI jeszcze nie wysyłamy. Po niepewnej odpowiedzi przy tworzeniu zasobu GrowAds nie ponowi żądania automatycznie, aby uniknąć duplikatu. Jeśli Pixel jest już utworzony, ale odpowiedź z kluczem CAPI zaginęła, w tym samym kroku checklisty pojawi się formularz „Wznów od zapisania klucza”. Wklej klucz CAPI uzyskany na tym samym koncie Ads, zapisz go i dokończ definicję zakupu. Następnie wykonaj test walidacyjny w „Połączeniach i pomiarze”. GrowAds zachowa istniejący Pixel. Gdy OpenAI odpowie 404 przy tworzeniu Pixela lub klucza, sprawdź konto i dostęp do tej funkcji u opiekuna partnerskiego OpenAI; po wyjaśnieniu dostępu wznowisz ten sam etap. Nie używaj zgody na newsletter jako zgody na pomiar reklamowy.

Sprawdź ścieżkę zakupową

Po wdrożeniu modułu Storefront otwórz sklep z panelu „Odebrane próbki zdarzeń”, wyraź zgodę marketingową, obejrzyj produkt, dodaj go do koszyka i rozpocznij zamówienie. Po uzgodnionym zakupie testowym wróć do panelu i wybierz „Sprawdź zdarzenia przez Ads API”. Lista pokaże odbiór `page_viewed`, `contents_viewed`, `items_added`, `checkout_started` i `order_created`. Obejrzenie produktu i rozpoczęcie zamówienia wymagają włączonej analityki Shopera. Moduł nie dopisuje kwot ani danych produktów do tych zdarzeń; zakup wymaga identyfikatora koszyka od Shopera.

Strumień zwraca próbkę do 50 wierszy z około ostatnich 15 minut, także od innych osób. Nie podaje pełnej liczby zdarzeń ani kolejnej strony. Brak typu w próbce nie dowodzi awarii ani ciągłej ciszy, a odbiór zakupu nie potwierdza jego wartości ani atrybucji. Po ponad 15 minutach odśwież odczyt; krok prawdziwego zakupu w planie nadal wymaga porównania z Shoperem i Ads Managerem. Cofnięcie zgody zatrzymuje pomiar, a wcześniejsze zdarzenia nie są odtwarzane po ponownym udzieleniu zgody.

„Zdrowie pomiaru” rozdziela ostatnią próbę i ostatnią udaną próbkę. Aktualność odczytu oceniamy przez 30 minut; po błędzie lub utracie dostępu poprzedni wynik jest historią. Osobne liczniki pokazują Pixel w przeglądarce, Conversions API i inne kanały. Pobranie konfiguracji modułu nie potwierdza wykonania skryptu, zgody ani odbioru. Informacja o dodatniej próbce sprzed ponad 12 godzin nie dowodzi ciągłej ciszy lub awarii. Próbka zdarzeń nie potwierdza pomiaru zakupów; ocena jakości zdarzeń pozostaje niepotwierdzona w API.

Jeśli panel pokazuje „Strumień zdarzeń niedostępny”, sprawdź konto i Pixel ID w Ads Managerze. Strumień wymaga osobnego dostępu: przy odpowiedzi 404 poproś opiekuna partnerskiego OpenAI o jego sprawdzenie. Brak uprawnień lub błąd odczytu nie oznacza zera zdarzeń. Po zmianie konta, sklepu lub Pixela odczytaj dane ponownie.

Pixele tworzone przez Ads API korzystają automatycznie z zaawansowanego dopasowania OpenAI. Po zgodzie SDK może wykrywać i haszować obsługiwane dane klienta w przeglądarce; sprawdź ustawienia i informację o pomiarze przed uruchomieniem. Konfiguracja i strumień zdarzeń OpenAI ↗

7. Skonfiguruj kampanię produktową

W „Konfiguratorze kampanii” GrowAds wypełnia nazwę, rynek i termin z profilu oraz pokazuje dostępne marki i kategorie z opublikowanego katalogu. Wybierz cały katalog albo jeden z najliczniejszych zestawów kategorii i marek; liczba pozycji nie jest prognozą skuteczności. Domyślnie wybrane jest automatyczne ustalanie stawek przez OpenAI: wpisz własny dzienny limit; możesz też przełączyć się na stałą maksymalną stawkę za kliknięcie z łącznym limitem. Ustaw daty, feed oraz opcjonalne frazy. Przy limicie dziennym nie ma osobnego limitu całej kampanii; aplikacja pokazuje sumę dziennych limitów dla okresu, a przy limicie łącznym średnią kwotę dzienną. Jeśli znasz kwotę na cały termin, kalkulator podzieli ją na dni, zaokrąglając dzienny limit w dół do najmniejszej jednostki waluty. Minimalny dzienny limit zależy od waluty konta i sprawdzi go Ads API przy tworzeniu kampanii. Aplikacja może osobno odczytać limit całego konta, jeśli klucz ma uprawnienie billingowe. Brak tego odczytu nie oznacza braku limitu. Research Andrzeja dobiera próbkę najwyżej ośmiu dostępnych produktów z wybranego, opublikowanego zestawu, sprawdza publiczne źródła i może podpowiedzieć edytowalne frazy. Nie zmienia planu sam. Szablon reklamy pobiera tytuł, opis, cenę, zdjęcie i adres z feedu. Po zapisie aplikacja sprawdza liczbę produktów w feedzie OpenAI, jeśli konto Ads API jest połączone. Możesz skopiować plan do Ads Managera lub zaznaczyć świadome potwierdzenie i wybrać „Utwórz wstrzymane zasoby przez API”. Aplikacja najpierw sprawdzi rzeczywiste produkty w wybranym filtrze, a następnie utworzy kampanię, grupę i reklamę jako `paused`. Każdy etap zapisuje potwierdzone ID i można go wznowić po błędzie. Jeśli wcześniej utworzono definicję zakupu, GrowAds dołączy ją do kampanii przy jej tworzeniu. Wcześniej utworzoną własną wstrzymaną kampanię uzupełnisz w kroku „Zdarzenie zakupowe przypięte do kampanii”; aplikacja odczyta potwierdzenie z Ads API. „Sprawdź status w OpenAI” odczytuje trzy zasoby, porównuje ich ustawienia i powiązanie zakupu z planem oraz pokazuje status przeglądu. Jeśli kampania jest wstrzymana, możesz w tym samym planie przesunąć termin, zmienić dzienny albo łączny limit lub maksymalną stawkę w trybie stałym bez tworzenia nowych zasobów; każdą zmianę GrowAds potwierdza odczytem OpenAI. Samodzielna zmiana limitu lub stawki jest częścią abonamentu wtyczki, bez opłaty za prowadzenie 10%. Po kontroli płatności, reklamy i strony produktu aktywuj kampanię w Ads Managerze albo przez GrowAds, jeśli pilotażowa aktywacja API została udostępniona temu kontu. Po usunięciu GrowAds zasoby na koncie OpenAI nadal istnieją; wstrzymaj lub zarchiwizuj je tam osobno.

8. Typowe problemy

Komunikat	Co zrobić
Nieprawidłowe poświadczenia	Upewnij się, że używasz klucza właściwej usługi. Cofnięty klucz zastąp nowym z tego samego konta.
Brak uprawnień dostawcy	Sprawdź dostęp do API na koncie. Sam dostęp do Ads Managera nie włącza wszystkich endpointów.
Dostawca jest niedostępny	Zadanie katalogu zostanie wykonane maksymalnie w 3 próbach. Terminalny błąd pozostaje na liście; po usunięciu przyczyny uruchom nowe sprawdzenie.
Limit wykorzystany / plan wygasł	Sprawdź pulę i termin w „Dane i dostęp”. Nie pobieramy automatycznej dopłaty. Zakup i odnowienie planu obsługuje Shoper.
Aktywacja planu w toku	Podpisane potwierdzenie okresu dotarło, lecz pierwszy zakup jest jeszcze sprawdzany. Nie kupuj ponownie; obecny aktywny dostęp pozostaje dostępny.
Połączenie Shoper wymaga autoryzacji	Odnowienie tokenów nie zostało potwierdzone. Ponownie autoryzuj aplikację w panelu sklepu. Wielokrotne kliknięcie synchronizacji nie naprawi przerwanej wymiany.

Komunikat	Co zrobić
Wynik zmienił się	Otwórz najnowszy raport i przygotuj jego eksport. Nie używaj wcześniejszego podglądu.
Sesja wygasła	Zaloguj się ponownie albo ponownie otwórz aplikację z panelu Shopera.

9. Odłącz integracje lub usuń konto

W „Dane i dostęp” wybierz „Odłącz i usuń dane robocze”, wpisując `ODŁĄCZ`. Operacja usuwa lokalne klucze, katalogi, szkice, kolejkę i sesje, zachowując zużycie triala oraz dane konta do ponownego logowania. Wpis aplikacji w Shoperze odinstaluj także w jego panelu. Zewnętrzne klucze Ads możesz osobno unieważnić u dostawcy. Utworzone kampanie, grupy, reklamy oraz zasoby pomiaru pozostają na koncie OpenAI; jeśli nie mają być używane, wstrzymaj lub zarchiwizuj reklamy oraz unieważnij zbędny klucz CAPI i źródło pomiaru u dostawcy.

„Usuń konto” wymaga wpisania `USUŃ` i usuwa również dane logowania. Minimalne pseudonimowe zapisy zużycia triala i odebranych callbacków pozostają do ochrony przed ponownym użyciem. Kopie bezpieczeństwa wygasają po 7 dniach. Szczegóły opisuje polityka prywatności.

Zmiany względem 28 dni

GrowAds porównuje ostatnie 7 pełnych dni z rozłączną bazą wcześniejszych 28 dni w strefie konta. Potrzebuje 35 rzeczywistych wierszy dziennych; brak dnia nie oznacza zera. Konto i kampanie mają odczyt 35 dni, produkty maksymalnie 30 dni. Panel pokazuje daty, pokrycie i oczekiwany tygodniowy koszt. CTR uwzględnia liczbę wyświetleń dla tych samych dni tygodnia.

Reguły GrowAds zgłaszają spadek CTR o ponad połowę przy minimum 500 wyświetleniach w ocenianym tygodniu, 6000 w bazie i 100 dla każdego ocenianego dnia tygodnia. Wzrost kosztu wymaga przekroczenia 2× średniej tygodniowej przy bazie co najmniej 50 jednostek waluty konta. To sygnały do sprawdzenia, bez poziomu ufności lub dowodu przyczyny. Promocje, sezon i zmiany kampanii mogą wyjaśnić zmianę; reguły nie zmieniają budżetu.

Zmiana klucza, grantu, generacji, waluty lub strefy wymaga nowego odczytu. Błąd, trwająca próba i odczyt starszy niż lokalne 48 godzin pozostawiają własne dane historyczne, ale wstrzymują nowe alerty i prognozę. To limit świeżości GrowAds, nie gwarancja finalnego kosztu od OpenAI. Koszt pozostaje wstępny i może być później skorygowany.

Koszt, waluta i zakres scenariusza

W „Pakietach i umowach” media pozostają w walucie konta reklamowego, a znane usługi GrowAds w PLN. Bez uzgodnionego kursu kwoty są osobne. Karta pokazuje daty usług i planu; zaplanowany następca pakietu nie podwaja bieżącej opłaty. Umowy o innym koncie lub okresie pozostają widoczne do sprawdzenia — ich pominięcie w scenariuszu nie oznacza braku zobowiązań.

Dzienny budżet × najwyżej 30 dni jest założeniem GrowAds, nie miesięcznym limitem karty. Limit łączny pokazujemy dla całego okresu, bez proporcjonalnego rozdziału na miesiące. Prowizja wymaga faktycznego wydatku całego konta w okresie umowy; nie liczymy jej od budżetu jednej kampanii. VAT od znanych usług jest osobny od nieznanej prowizji, podatków mediów i kursu banku. Suma w PLN, gdy można ją pokazać, porównuje scenariusz 30 dni z bieżącymi stawkami usług i nie jest kwotą faktur.

Tempo całego konta ma własny zakres miesiąca. Tempo wybranej kampanii używa jej ID i dni w okresie zapisanego planu; braku dnia nie zastępujemy zerem. Ekstrapolacja wymaga pełnego okresu od startu oraz 7 zakończonych dni właściwej kampanii. Aktualna kontrola musi potwierdzić ustawienia i aktywne zasoby. Po

pauzie, błędzie, starym odczycie lub zmianie planu zostaje odczytana historia, bez scenariusza przyszłej emisji. Porównanie z dzisiejszym budżetem nie odtwarza historii jego zmian ani nie dowodzi przekroczenia limitu OpenAI.

Symulator używa budżetu i kosztu kliknięcia w tej samej walucie. Zamówienia są hipotetyczne; udział 0% nie daje kosztu jednego zamówienia. Cel wydatków w pamięci marki pomaga w rozmowie z Andrzejem, ale nie ustanawia limitu w OpenAI.

Dłużej otwarta karta i zmiany na ekranie głównym

Panel ponownie odczytuje zapisany stan po powrocie do karty i okresowo, gdy nie edytujesz formularza. To nie pobiera nowych danych z OpenAI. Gdy odczytane dowody wygasną lub zegar stanie się niepewny, potwierdzenia na ekranie głównym wymagają odświeżenia; wpisane dane i fokus pozostają w formularzu.

Lista zmian pokazuje bieżące otwarte sygnały oraz przygotowanie właściwego pliku feedu. Zamknięte lub nieaktualne sygnały nie wracają jako nowe ostrzeżenie. Porównanie obejmuje dwa pełne okresy po siedem zakończonych dni we właściwej strefie konta; brak dnia wstrzymuje porównanie. Kliknięcia i CTR przeliczamy z dni raportu. Późniejsza korekta może zmienić wynik — wzrost tych liczb nie potwierdza zakupów ani opłacalności.