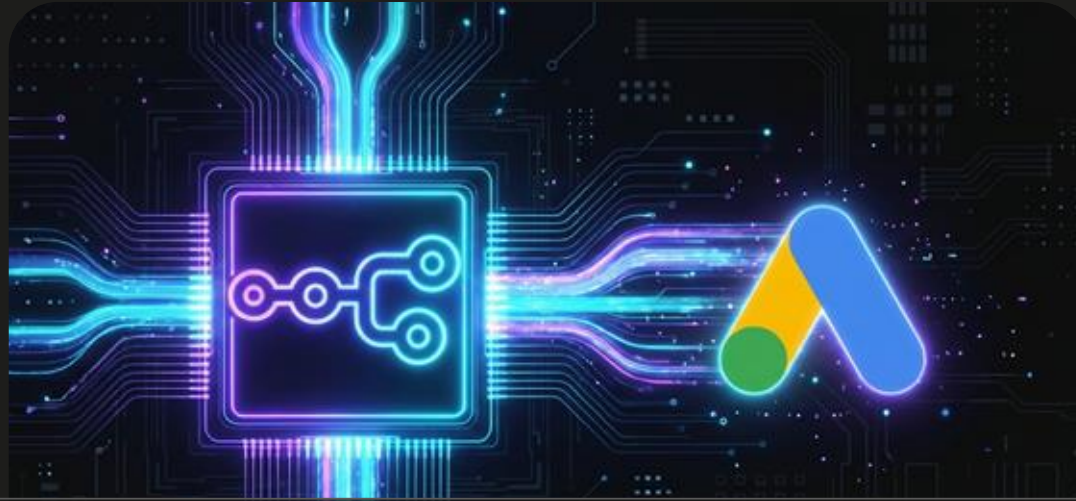




Beyond the Script

Wie n8n zur Zentrale deiner Google Ads Automatisierung wird

Jonas Kleespies

11. März 2026



S M X
MÜNCHEN
GERMANY

Jonas Kleespies

- Product Lead SEA @ The Boutique Agency
- Seit 2015 im SEA
- Studium: E-Commerce @ THWS Würzburg

SCHWERPUNKTE

Account-Management
und strategische **SEA-Audits**

Automatisierung von SEA-Prozessen
mittels Python, JavaScript und BigQuery

Integration von **LLMs in SEA-Prozesse**



- 1 **Skript-Chaos**
- 2 **n8n als 'Dirigent'**
- 3 **Die technische Umsetzung**
- 4 **Fortgeschrittene Szenarien**

- 1 **Skript-Chaos**
- 2 n8n als 'Dirigent'
- 3 Die technische Umsetzung
- 4 Fortgeschrittene Szenarien

LLMs sind super, aber...

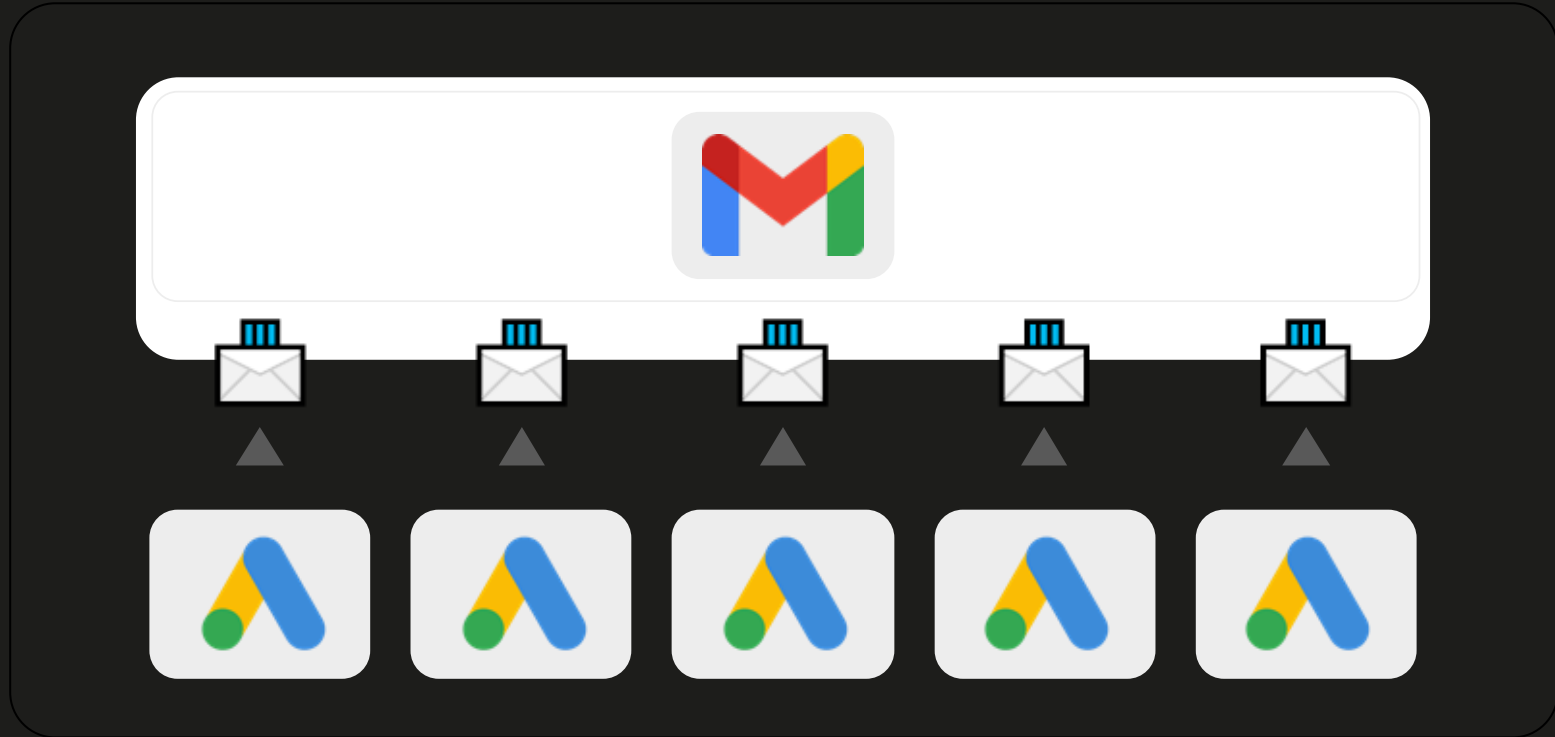
Filter hinzufügen						
Script	Created by	Frequency	Last edit date/time	Last run / preview	Ergebnisse	Status
IACCI eMax Insights v3d	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	Täglich zwischen 05:00 und 06:00	30. Jan. 2026 16:34	11. Feb. 2026 05:00	Zeitüberschreitung	● Aktiviert
IACCI Dev	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	—	29. Jan. 2026 17:33	29. Jan. 2026 17:33	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI Daily Budget Checker	skript@sem-boutique.de	Täglich zwischen 16:00 und 17:00	16. Jan. 2026 15:12	10. Feb. 2026 16:19	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI eMax Brand Traffic Analyzer	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	Täglich zwischen 07:00 und 08:00	16. Jan. 2026 15:05	11. Feb. 2026 07:29	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI eMax Assets Performance Script	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	—	8. Jan. 2026 16:53	5. Jan. 2026 13:44	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI Change History Tracker + AAR Alert	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	—	8. Jan. 2026 16:46	8. Jan. 2026 16:46	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI Conversion Action Checker	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	Täglich zwischen 07:00 und 08:00	8. Jan. 2026 15:17	11. Feb. 2026 07:29	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI Disapproval Alerts	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	Täglich zwischen 07:00 und 08:00	7. Jan. 2026 14:25	11. Feb. 2026 07:15	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI iMarket & iLänder - Shopping-Umsätze 900	skript@sem-boutique.de	—	10. Okt. 2025 09:53			● Aktiviert
IACCI iLänder Shopping-Umsätze 900	leon.probst@the-boutique-agency.de	Täglich zwischen 06:00 und 07:00	8. Okt. 2025 16:22	11. Feb. 2026 06:26	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI iMarket Shopping-Umsätze 900	skript@sem-boutique.de	Täglich zwischen 06:00 und 07:00	15. Sept. 2025 11:25	11. Feb. 2026 06:25	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI Report Trending Search Terms	skript@sem-boutique.de	—	8. Aug. 2025 14:51			● Aktiviert
IACCI eMax Asset Chart Script	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	—	8. Aug. 2025 14:51			● Aktiviert
IACCI eMax Search Query Script	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	—	8. Aug. 2025 14:50			● Aktiviert
IACCI Best Sellers Monitoring Script for GMC	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	—	30. Juli 2025 09:47			● Aktiviert
IACCI Google Ads Down	jonas.kleespiers@the-boutique-agency.de	Stündlich	13. Juni 2025 15:45	11. Feb. 2026 10:46	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert
IACCI Price Extension Builder	skript@sem-boutique.de	Täglich zwischen 10:00 und 11:00	8. Apr. 2025 11:22	11. Feb. 2026 10:58	Ohne Änderungen abgeschlossen	● Aktiviert



imgflip.com

JAPE-CLARK.TUM.IX

Skripte führen zu einer Flut an Benachrichtigungen



Die Folge: Wichtiges geht unter



Ohne Fehlermeldung ist alles ok, oder? ODER?

Nutzer/Datum und Uhrzeit	Inhaber	Status	Script name	Änderungen
skript@sem-boutique.de 9. Jan. 2026 09:36:27 (GMT+01:00) Deutschland (Ortszeit)		Abgeschlossen Ausgeführt in 7 Sekunden		✓ 5 Protokollanweisungen
jonas.kleespies@the-boutique-agency.de 9. Jan. 2026 09:34:20 (GMT+01:00) Deutschland (Ortszeit)		Abgeschlossen Ausgeführt in 12 Sekunden		✓ 39 Protokollanweisungen
jonas.kleespies@the-boutique-agency.de 9. Jan. 2026 09:31:29 (GMT+01:00) Deutschland (Ortszeit)		Abgeschlossen Ausgeführt in 22 Sekunden		✓ 14 Protokollanweisungen
jonas.kleespies@the-boutique-agency.de 9. Jan. 2026 09:31:19 (GMT+01:00) Deutschland (Ortszeit)		Abgeschlossen Ausgeführt in 1 Minute		✓ 334 Protokollanweisungen
jonas.kleespies@the-boutique-agency.de 9. Jan. 2026 09:18:58 (GMT+01:00) Deutschland (Ortszeit)		Abgeschlossen Ausgeführt in 4 Minuten		✓ 10 Protokollanweisungen
skript@sem-boutique.de 9. Jan. 2026 09:10:38 (GMT+01:00) Deutschland (Ortszeit)		Abgeschlossen Ausgeführt in 6 Sekunden		✓ 5 Protokollanweisungen

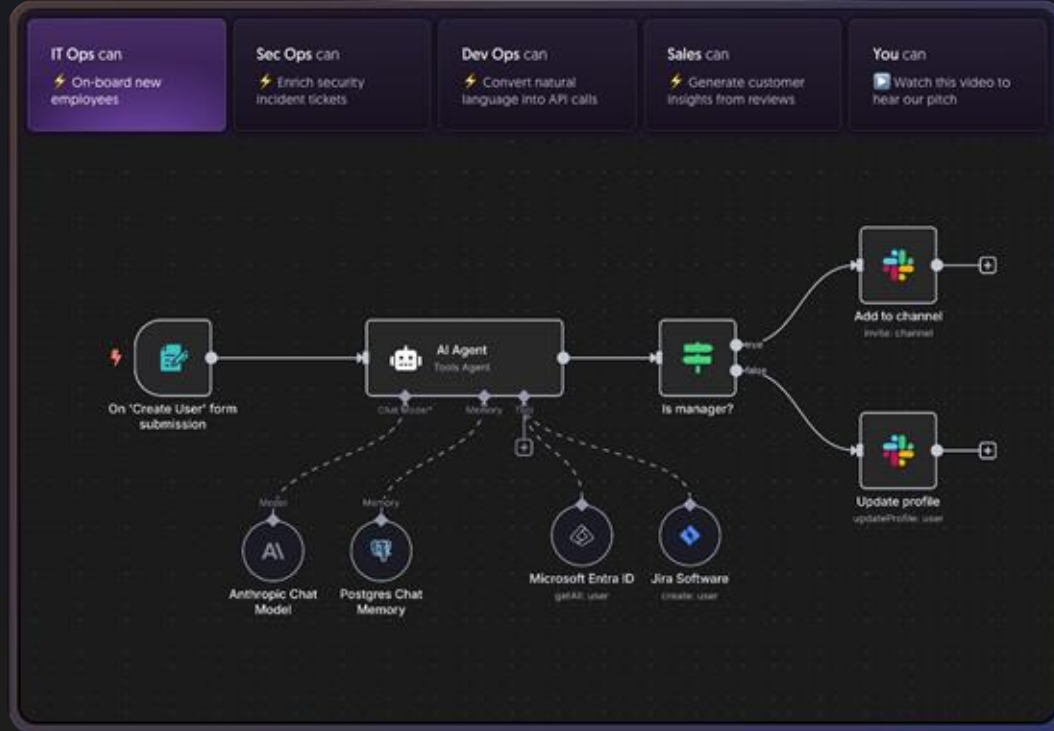
```
15.1.2026 23:31:48: UserError: MutateError.UNSPECIFIED: Specified version 'v14' not supported.  
    at GoogleAdsCampaignSelector.campaignReportToKeyMap (Code:1149:14)  
    at GoogleAdsCampaignSelector.reportToRelevantCampaignMap (Code:1125:40)  
    at getResultsForRelevantEntitiesUnderAccount (Code:1220:51)  
    at getResultsForAllRelevantEntitiesUnderMCC (Code:1202:78)  
    at main (Code:543:19)
```



Agenda

- 1 Skript-Chaos
- 2 **n8n als 'Dirigent'**
- 3 Die technische Umsetzung
- 4 Fortgeschrittene Szenarien

Kurz zu n8n...



n8n ist ein **Workflow-Automatisierungstool**

(ähnlich wie Zapier oder Make)

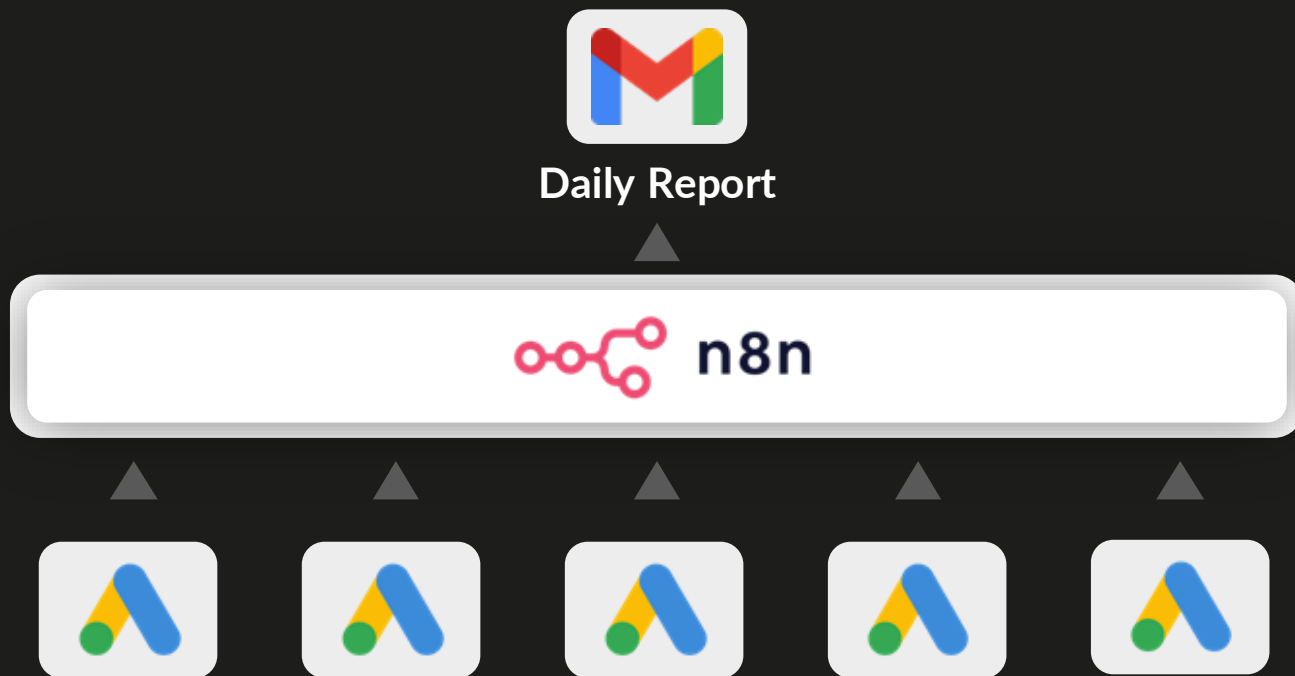
Self-hosting möglich

= Datenschutz & Kostenkontrolle

Node-basiert: Visueller Editor, um Apps, APIs und Skripte zu verknüpfen

→ n8n ist das Verbindungsstück

Der Architektur-Wechsel



Ergebnisse statt Rohdaten senden



Jonas 14:30



Guten Morgen! Dein Google Ads Daily Digest

Zeitraum: Letzte 24 Stunden (bis 13:30)



Watchdog Alarm (Überfällige Skripte):

- [Warnung] Conversion Action Checker () überfällig seit 54 Std. 45 Min.
- [Warnung] PMax Brand Traffic Analyzer () überfällig seit 80 Std. 0 Min.
- [Warnung] AdSpend_Budget_Checker () überfällig seit 59 Std. 0 Min.



Rückblick (Performance):

- 1x SUCCESS (Keine Auffälligkeiten)
- 0x ERROR (Bitte Log prüfen)



Handlung empfohlen (Highlights):



AdSpend_Budget_Checker ()



2 Kampagnen nähern sich dem Budget-Limit (>80%).



PMax Brand Traffic Analyzer ()



Analyse abgeschlossen. Branded Impression Ratio (aktuell): 0.55%

Automated with this [n8n workflow](#)



Meldung über
ausgefallene Skripte

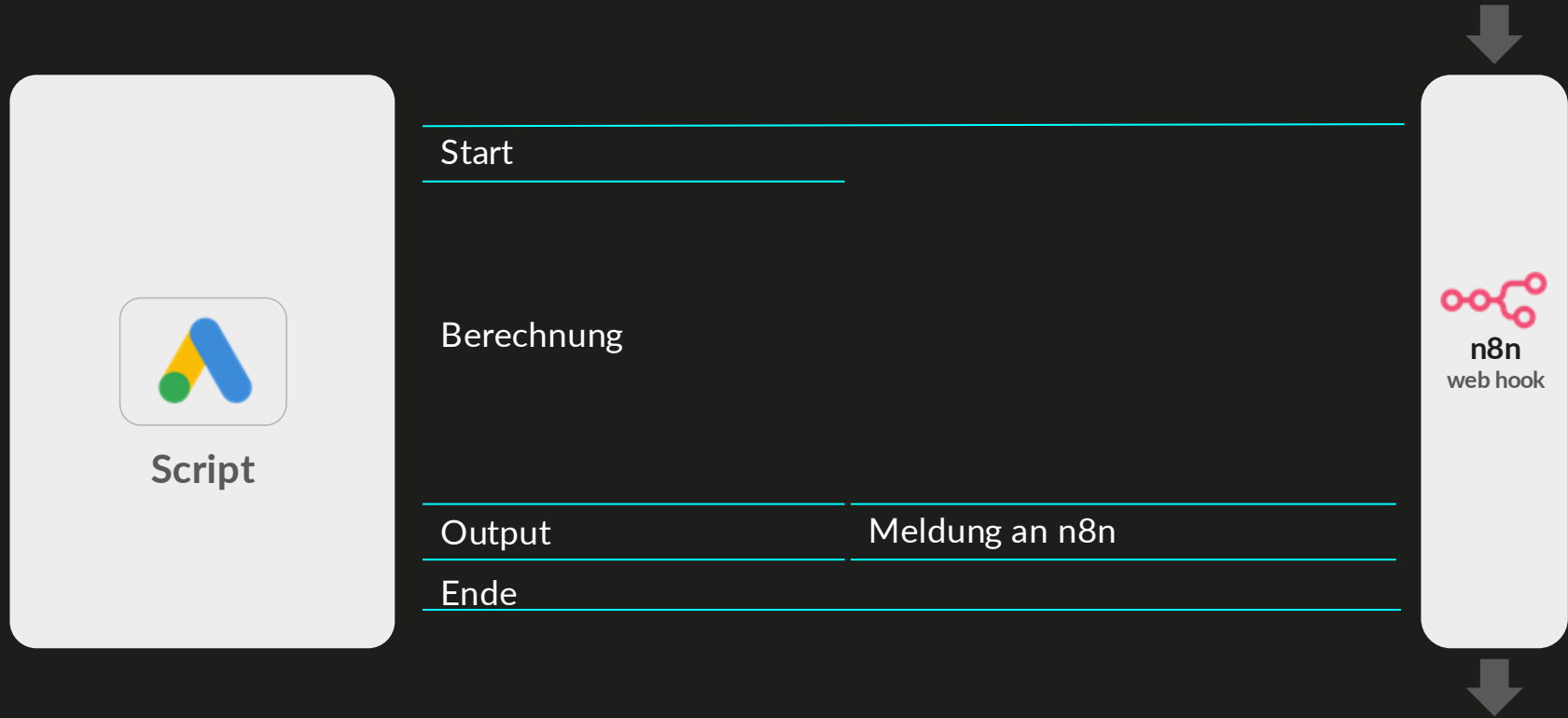


Script Überblick



Optimierungs-
Überblick

Wie die Verbindung funktioniert



Fehlerfall: Skript bricht ab



Script

Start

Berechnung

Output

Ende



Falls hier ein Fehler auftritt, wird er mit try-catch Blöcken abgefangen und direkt an n8n gemeldet

Fehlerfall: Skript wird nicht ausgeführt



Script

Start

Berechnung

Output

Ende



Falls das Skript gar nicht erst startet (z. B. Google Serverfehler), kann kein Request abgeschickt werden.

Dafür brauchen wir einen **extra n8n Workflow** (Zeitplan gesteuert), der sich die Daten aus dem Log holt

- 1 Skript-Chaos
- 2 n8n als 'Dirigent'
- 3 **Die technische Umsetzung**
- 4 Fortgeschrittene Szenarien



Codeschnipsel für alle Skripte

```
JS // --- N8N HELPER FUNKTION --- Untitled-11 •
1 // --- N8N HELPER FUNKTION ---
2 function reportToN8n(scriptName, status, message, sheetUrl) {
3   var account = AdsApp.currentAccount();
4   var payload = {
5     'script_name': scriptName,
6     'status': status, // Erlaubte Werte: 'SUCCESS', 'ERROR', 'OPTIMIZE', 'CRITICAL'
7     'message': message,
8     'sheet_url': sheetUrl || '',
9     'timestamp': new Date().toISOString(),
10    'account_name': account.getName(),
11    'account_id': account.getCustomerId(),
12    'currency': account.getCurrencyCode()
13  };
14  var options = {
15    'method': 'post',
16    'contentType': 'application/json',
17    'payload': JSON.stringify(payload),
18    'muteHttpExceptions': true
19  };
20  try {
21    UrlFetchApp.fetch(N8N_WEBHOOK_URL, options);
22    Logger.log('Status an n8n gesendet: ' + status);
23  } catch (e) {
24    Logger.log('Webhook fehlgeschlagen: ' + e.message);
25  }
26 }
```

Zeitstempel

Skript Name

Account Id

Status

Nachricht



Script Umbau mit Gemini 'Gem' beschleunigen

Google Ads Scripts - n8n Workflow Integrator

Name

Google Ads Scripts - n8n Workflow Integrator

Beschreibung

Beschreibe dein Gem und erkläre, wie es funktioniert

Anleitung

****Rolle:****
Du bist ein Senior Google Ads Script Developer und Experte für API-Integrationen.

****Aufgabe:****
Ich werde dir gleich den Code eines bestehenden Google Ads Skripts geben. Deine Aufgabe ist es, dieses Skript so zu erweitern, dass es seinen Status und Ergebnisse an einen n8n Webhook sendet.

Bitte verändere NICHT die eigentliche Logik des Skripts (Bidding, Keywords suchen, etc.), sondern füge nur das Monitoring-Framework hinzu.

****Anforderungen an die Integration:****
1. ****Konfiguration:****
Füge ganz oben im Skript eine Variable hinzu:
const n8nWebhookUrl = 'https://n8n.io/webhook';

Standardtool

Kein Standardtool

Wissen

Dateien hinzufügen, auf die dein Gem zurückgreifen kann

Vorschau

Google Ads Scripts - n8n Workflow Integrator

Einen Prompt für Gemini eingeben

Tools

Fast

Ziel:

Alte Google Ads Scripts automatisch umrüsten.

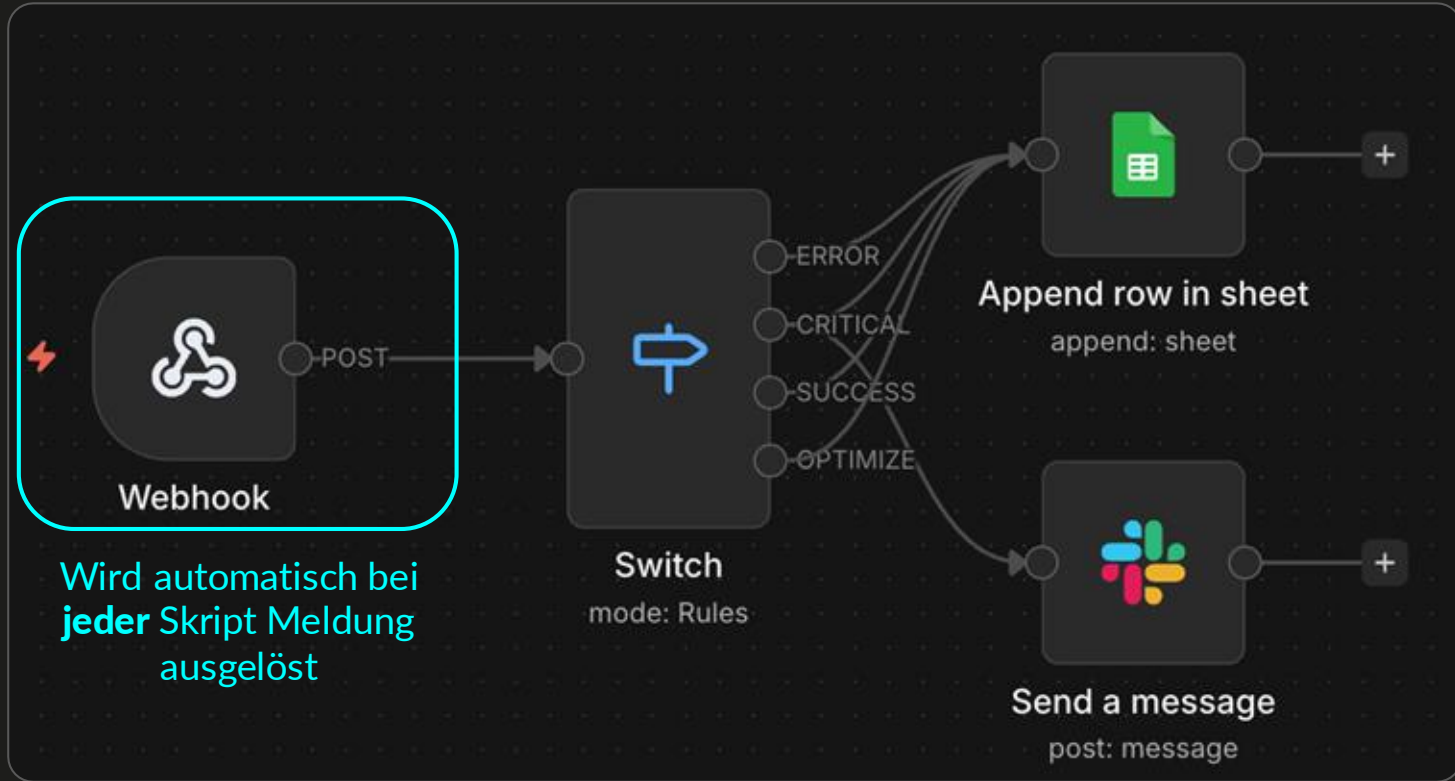
Input für Gemini:

Alter Code

+ reportToN8n()-Funktion

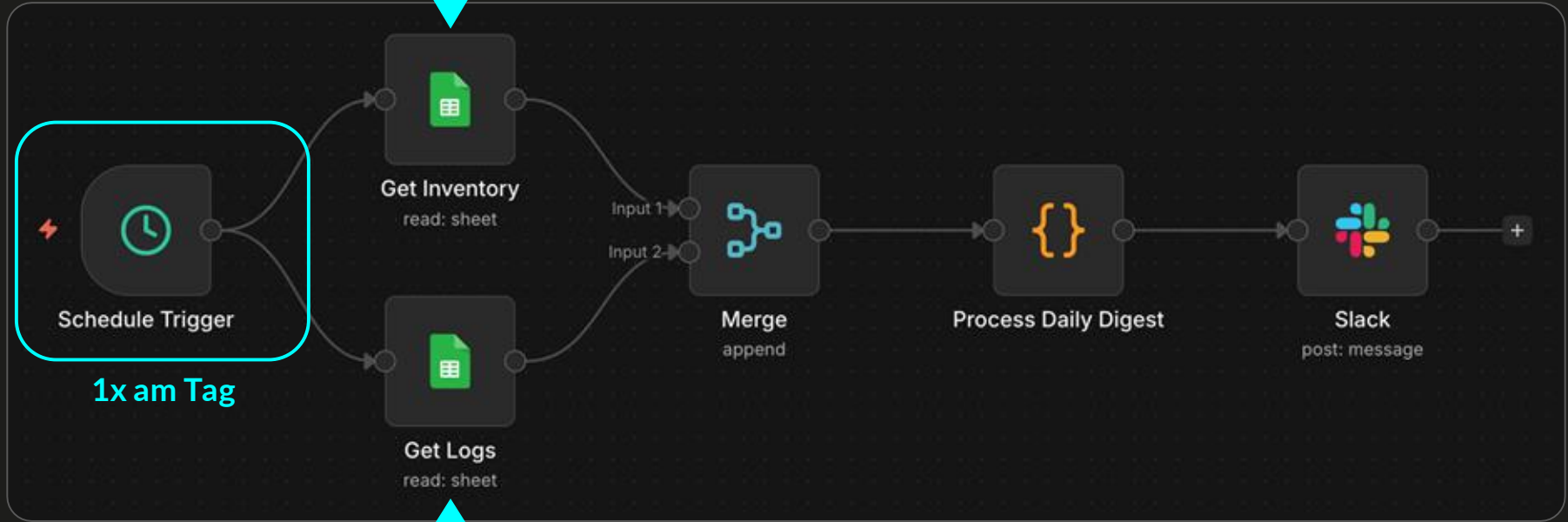
+ Anweisung

So verarbeitet n8n jedes Skript-Signal



Watchdog Workflow

Skript Zeitpläne



Skript Historie

Watchdog Workflow

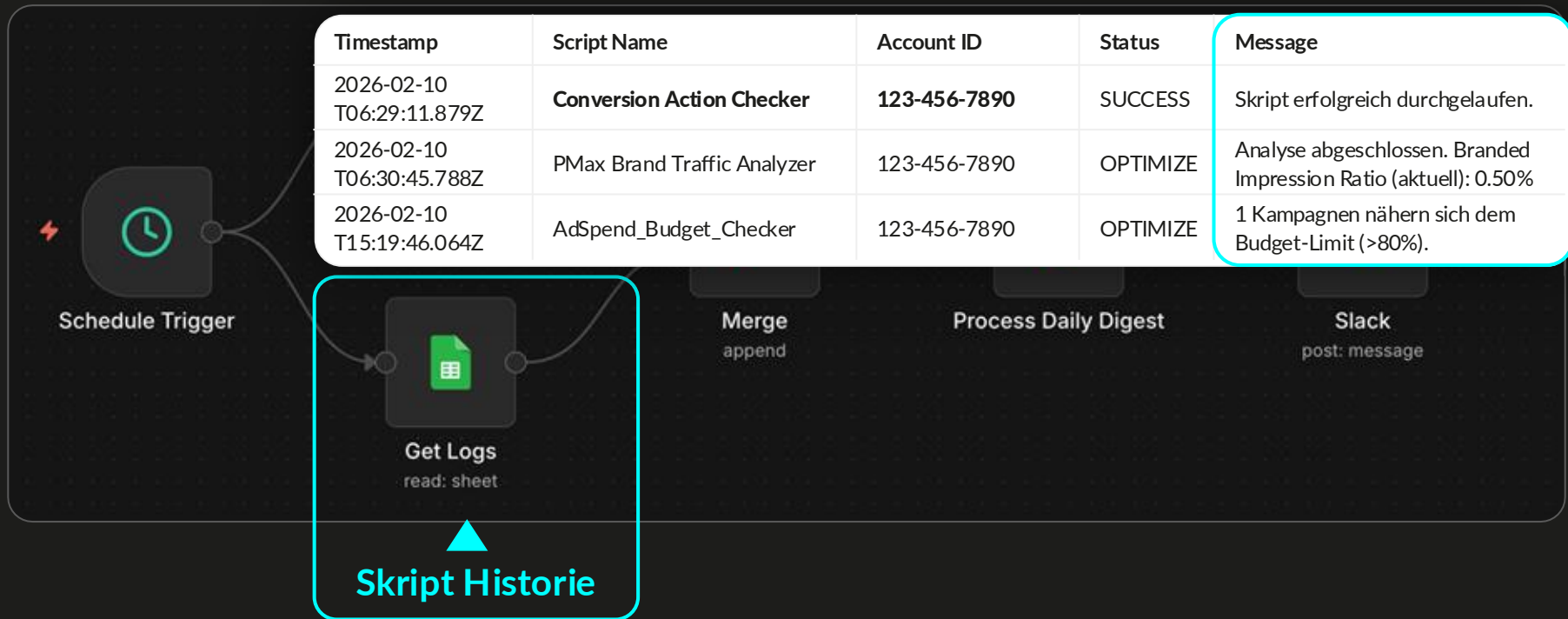
Skript Zeitpläne

Get Inventory
read: sheet

Schedule Trigger

Unique_ID	Script_Name	Account_ID	Expected_Frequency_Hours	Active	Sheet_URL
1	Conversion Action Checker	123-456-7890	24	TRUE	
2	PMax Brand Traffic Analyzer	123-456-7890	24	TRUE	
3	AdSpend Budget Checker	123-456-7890	24	TRUE	

Watchdog Workflow



Slack Nachricht wird generiert

Mode

Run Once for All Items

Language

JavaScript

JavaScript

```
1 // 1. INPUT DATEN LADEN
2 const inventoryRaw = $('Get Inventory').all().map(item => item.json);
3 const logsRaw = $('Get Logs').all().map(item => item.json);
4
5 // 2. EINSTELLUNGEN
6 const now = new Date();
7 const msPerHour = 60 * 60 * 1000;
8 const msPerMinute = 60 * 1000;
9 const lookbackWindow = new Date(now.getTime() - (24 * msPerHour));
10 const bufferMinutes = 30;
11
12 const formatTime = (dateObj) => {
13   return dateObj.toLocaleTimeString('de-DE', { hour: '2-digit',
14     minute: '2-digit' });
15 };
16
17 // -----
18 // SCHRITT 1: DIE WIRKLICH LETZTEN ZEITSTEMPEL AUS DEN LOGS HOLEN
19 // -----
20 // Wir erstellen ein Map, um für jedes Skript den neuesten Log-
21 // Eintrag zu finden
22 const realLastRuns = {};
23
24 for (const log of logsRaw) {
25   const eName = log['Script Name'] || log['Script Name'] ||
```



Jonas 14:30



Guten Morgen! Dein Google Ads Daily Digest

Zeitraum: Letzte 24 Stunden (bis 13:30)



Watchdog Alarm (Überfällige Skripte):

- [Warnung] Conversion Action Checker () überfällig seit 54 Std. 45 Min.
- [Warnung] PMax Brand Traffic Analyzer () überfällig seit 80 Std. 0 Min.
- [Warnung] AdSpend_Budget_Checker () überfällig seit 59 Std. 0 Min.



Rückblick (Performance):

- 1x SUCCESS (Keine Auffälligkeiten)
- 0x ERROR (Bitte Log prüfen)



Handlung empfohlen (Highlights):



AdSpend_Budget_Checker ()



2 Kampagnen nähern sich dem Budget-Limit (>80%).



PMax Brand Traffic Analyzer ()



Analyse abgeschlossen. Branded Impression Ratio (aktuell): 0.55%



Automated with this [n8n workflow](#)

- 1 Skript-Chaos
- 2 n8n als 'Dirigent'
- 3 Die technische Umsetzung
- 4 Fortgeschrittene Szenarien



Wettbewerbs- beobachtung

Was macht der Wettbewerb?

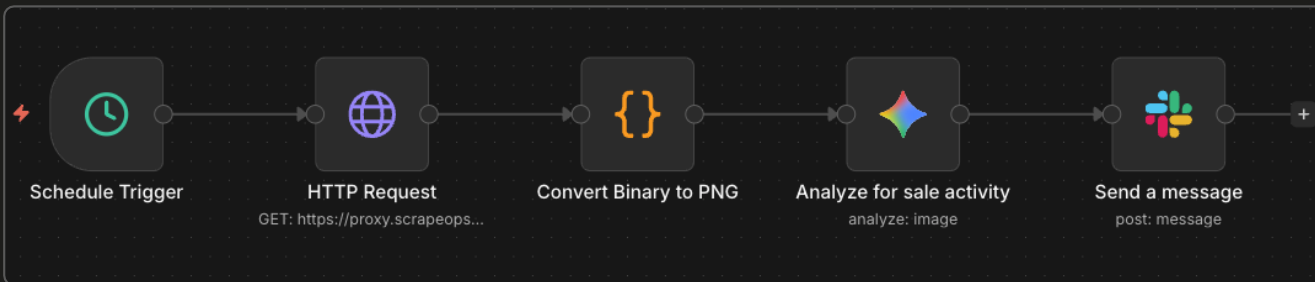
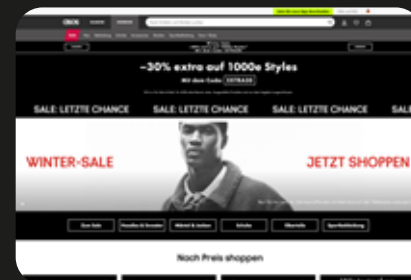


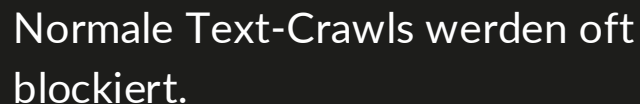
HERAUSFORDERUNG

Wenn Wettbewerber größere Sales schalten, ist die Chance groß, dass wir das auch an der eigenen Performance sehen

LÖSUNG

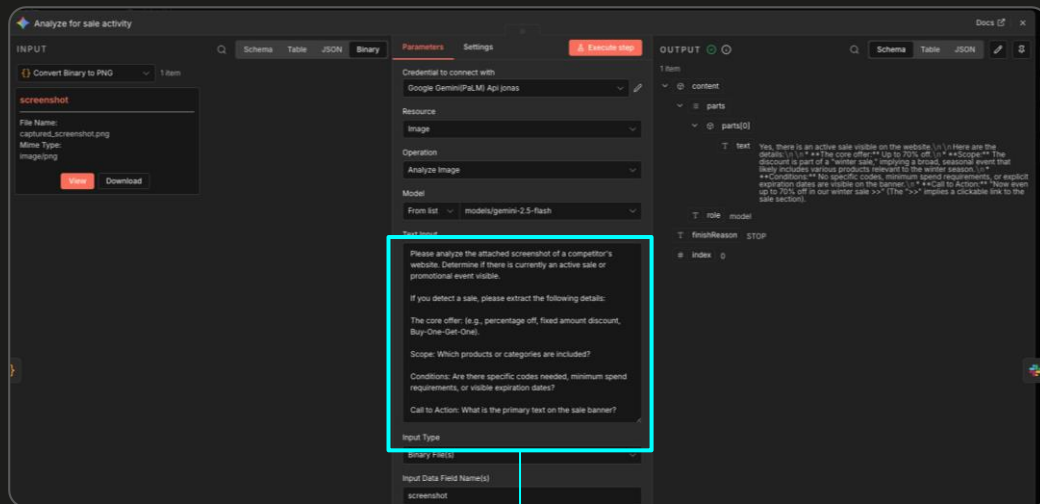
Beobachtung der Startseite der Wettbewerber und füttern der n8n Zentrale





Lösung: Screenshot der Live-Seite erstellen z.B. mit Tools wie 'ScrapeOps'

Der KI-Wettbewerbs-Wächter



Prompt um den Screenshot
zu analysieren



Analyze Image-Funktion von Gemini nutzen.

→ KI extrahiert Details: Sale-Aktion, Rabatt, Dauer etc.

“Please analyze the attached screenshot of a competitor's website. Determine if there is currently an active sale or promotional event visible...”

Das Ergebnis: Wissensvorsprung in Echtzeit



Jonas 16:59

<https://en.zalando.de/>

Yes, there is an active sale visible on the website.

Here are the details:

- * **The core offer:** Up to 70% off.
- * **Scope:** The discount is part of a "winter sale," implying a broad, seasonal event that likely includes various products relevant to the winter season.
- * **Conditions:** No specific codes, minimum spend requirements, or explicit expiration dates are visible on the banner.
- * **Call to Action:** "Now even up to 70% off in our winter sale >>" (The ">>" implies a clickable link to the sale section).

Automated with this [n8n workflow](#) (edited)

Slack Benachrichtigung

Vom reinen Alert zur strategischen Planung



	A	B	C
1	Date	Competitor	Result
2	03.02.2026	Zalando	Sale Active: Yes Details: 15% extra off with code BONUS-15 for the final winter sale.
3	03.02.2026	Snipes	Sale Active: Yes Details: Multiple items on sale, including "50% OFF LAST CALL" and "41% OFF" on select items.
4	03.02.2026	Asos	Sale Active: Yes Details: First-timer discount available; Exclusive discounts via app mentioned.

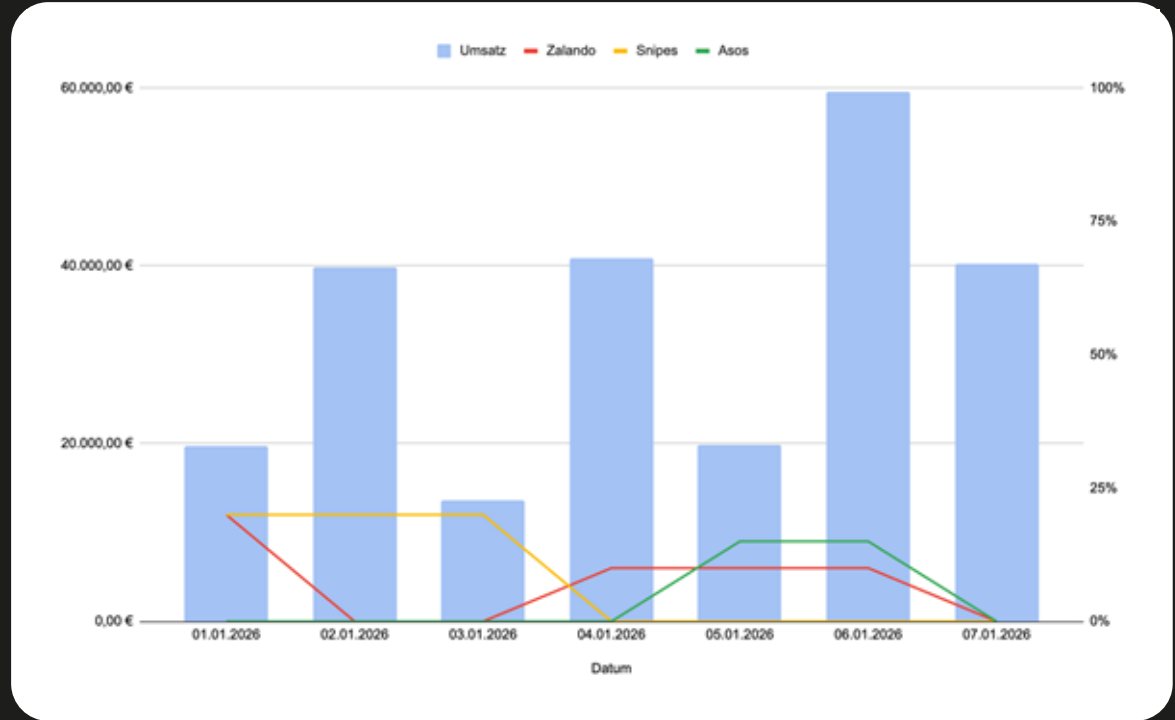
Für Analysen und Dashboards

Beispiel: Wettbewerber Sales visualisieren



Prompt ergänzen:

Schätze die Größe des Sales beim Wettbewerber mit einer Zahl von 0 (=kein Sale) bis 1 (=Black Friday) ein.





Google Shopping Feed

Das offensichtliche Problem



 **Produktbild fehlt**

Bei mindestens einem Ihrer Produkte fehlt der Link zu einem Produktbild

[Weitere Informationen](#) 

Geringe Auswirkungen (Weniger als 5 Klicks)

26 Produkte (Unter 1 %)

[Korrektur anzeigen](#)

[Produkte ansehen](#)



Der "Stille Umsatz-Killer"



Title `[title]`

or

Structured title `[structured_title]`

Your product's name

! Required

Example (Title `[title]`):

Mens Pique Polo Shirt

Example (Structured title `[structured_title]`):

trained_algorithmic_media:"Stride & Conquer: Original Google Men's Blue & Orange Power Shoes (Size 8)"

- Use one of the title `[title]` and structured title `[structured_title]` attributes to clearly identify the product you are selling.
- For titles created using generative AI, use the structured title `[structured_title]` attribute, otherwise use the title `[title]` attribute.
- Accurately describe your product and match the title from your landing page.
- Don't include promotional text like "free shipping", all capital letters, or gimmicky foreign characters.

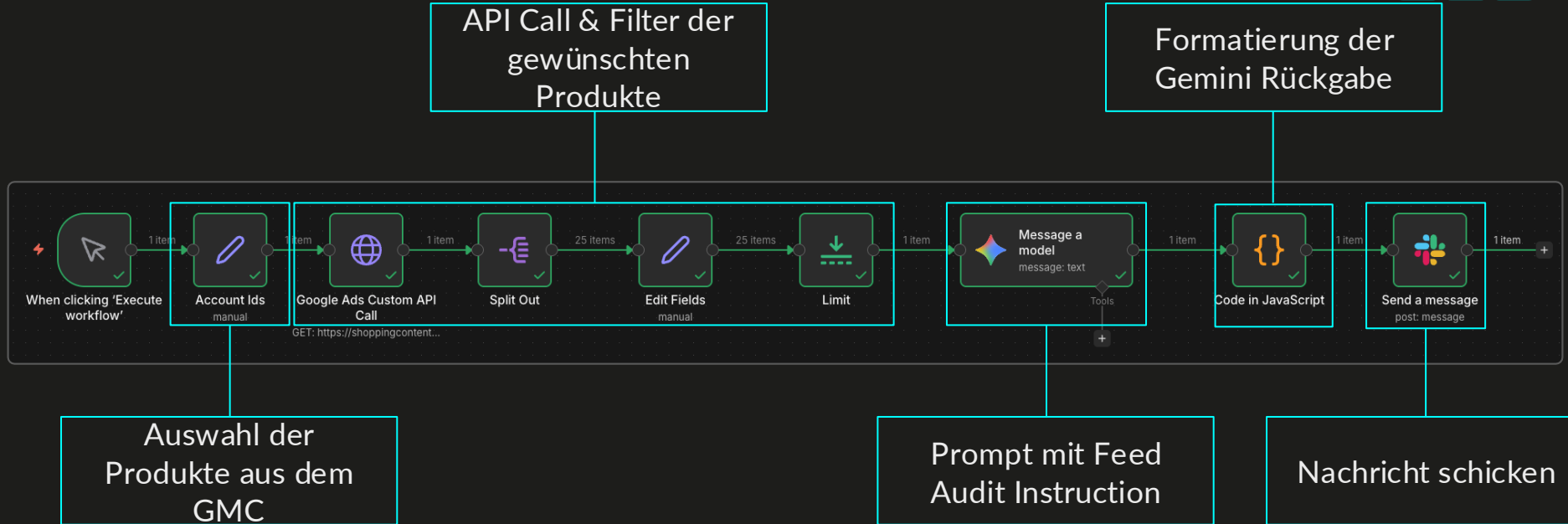
For variants:

- Include distinguishing features such as color or size.

For mobile devices:



GMC Feed Audit



- Top Produkte
- Produkte ohne Impressions

Google Merchant API



Parameters Settings Execute step

Import cURL

Method
GET

URL
`https://shoppingcontent.googleapis.com/content/v2.1/{product_id}/products`

Authentication
Predefined Credential Type

Credential Type
Google OAuth2 API

Google OAuth2 API
Google account

Send Query Parameters
☒

Specify Query Parameters
Using Fields Below

Query Parameters

Name	Value
maxResults	25

API Call

Statt auf Feed-Ebene zu arbeiten, holen wir uns über die **Merchant API** die **Live-Daten einzelner Produkte**.

Warum?

Um gezielt abgelehnte oder 'kritische' Produkte an die KI zur Analyse zu schicken, **ohne den ganzen Feed verarbeiten** zu müssen.

Der AI Feed-Auditor



ParametersSettingsExecute step

Credential to connect with

Google Gemini(PaLM) Api Jonas

Resource

Text

Operation

Message a Model

Model

From listmodels/gemini-2.5-flash

Messages

Prompt

Du bist ein Google Merchant Center Feed-Auditor. Analysiere das folgende Produkt-Datenobjekt (Input JSON) gegen die offiziellen Google Spezifikationen.

INPUT JSON:

Du bist ein Google Merchant Center Feed-Auditor...

Role

User

Add Message

Simplify Output

OUTPUT

1 item

content

parts

0

text

{\n "product_id": " ",\n "audit_score": 98,\n "status": "OK",\n "issues": [\n {\n "attribute": "salePrice",\n "issue_type": "quality",\n "message": "Der Verkaufspreis ist identisch mit dem regulären Preis. Google ignoriert Verkaufspreise, die nicht niedriger als der normale Preis sind. Entfernen Sie den Verkaufspreis, wenn keine tatsächliche Preissenkung vorliegt.",\n "optimizations": {\n "improved_title": " - Grau, Größe M",\n "improved_description_intro": "Diese ",\n "missing_recommended_attributes": [\n "size_system",\n "size_type"\n]\n }\n }\n]\n}

role: model

Wir füttern Gemini mit zwei Dingen:

1. Den offiziellen Google Merchant Center Richtlinien (als **System Prompt**).
2. Dem rohen JSON-Datenobjekt des Produkts.

Resultat

Gemini Output mit Bewertung der Produktattribute

Hinweis auf Score und Optimierungspotenzial



 **Jonas** 15:04

 Audit Report für Produkt: [REDACTED]

★ Score: 98 / 100

Gefundene Probleme:

- SALEPRICE: Der Verkaufspreis ist identisch mit dem regulären Preis. Google ignoriert Verkaufspreise, die nicht niedriger als der normale Preis sind. Entfernen Sie den Verkaufspreis, wenn keine tatsächliche Preissenkung vorliegt.

💡 Vorschlag neuer Titel:

[REDACTED] - Grau, Größe M

Attribute ggf. hinzufügen:
size_system, size_type

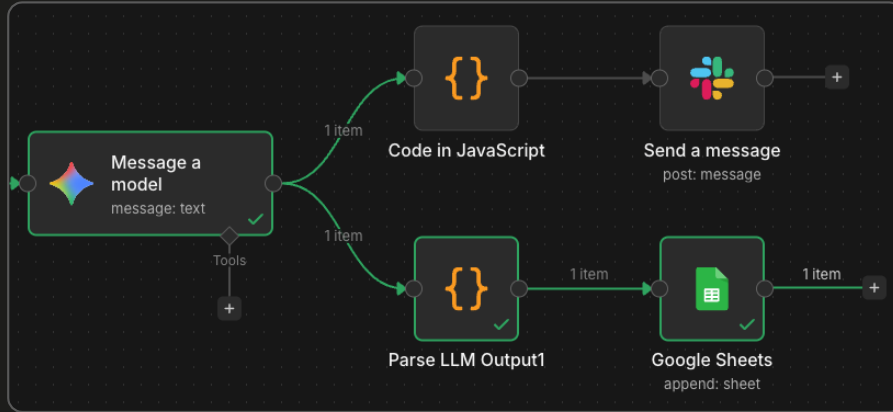
Automated with this [n8n workflow](#)

→ Zu **Testzwecken** können wir uns die Ergebnisse in **Slack** schicken lassen

Ablage in Google Sheet

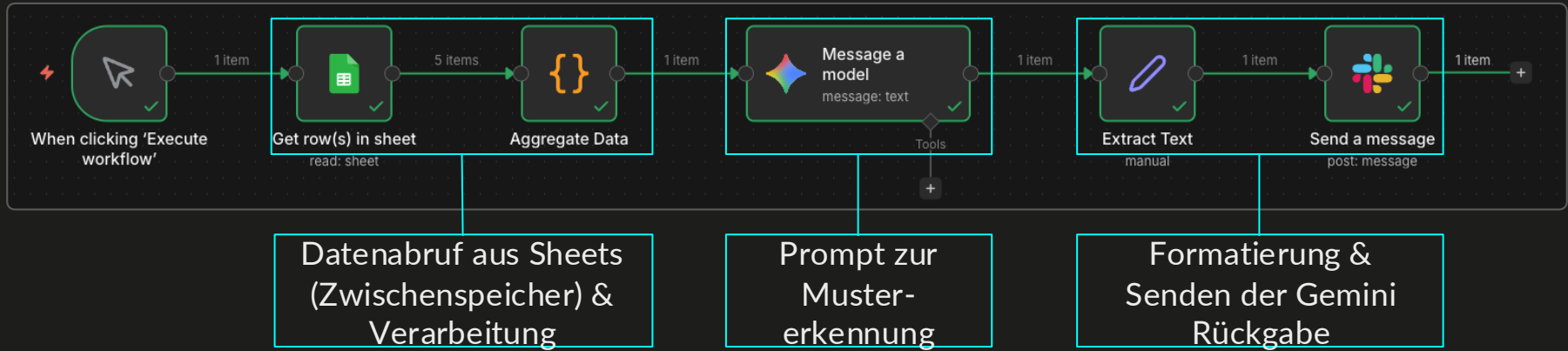


	A	B	C	D	E	F	G
1	product_id	audit_score	status	issues	improved_title	improved_description	missing_attributes
2				- [description quality]: Die Materialangabe in der Beschreibung ("soft brushed twill") widerspricht dem 'material'-Attribut ("100% Viscose"). Dies muss für die Kundentransparenz korrigiert werden. - [size_type missing]: Das empfohlene Attribut 'size_type' fehlt, obwohl die Produktbezeichnung und Beschreibung auf einen "Oversized"-Schnitt hinweisen. Das Hinzufügen von 'oversized' würde die Produktinformationen verbessern. - [size_system missing]: Das empfohlene Attribut 'size_system' (z.B. 'EU', 'US') fehlt, was für internationale Kunden hilfreich wäre.			
	online:en:		65	WARNING			size_type, size_system, pattern



→ Audits einzelner Produktattribute
werden in Google Sheets gespeichert

Mustererkennungs-Workflow



Mustererkennungs-Workflow



Analyse der Audit-Daten

1. Welche Attribute am häufigsten Probleme verursachen

Basierend auf den vorliegenden Daten sind dies die Attribute mit den häufigsten Problemen:

1. **title** (4/5 Produkte):**
 - * Redundante Informationen (Geschlecht, Größe, generische Produktbezeichnungen).
 - * Widersprüchliche Farbinformationen.
 - * Probleme mit Großbuchstaben (ALL CAPS).
2. **description** (3/5 Produkte):**
 - * Beginnt mit werblichem Text statt Produktmerkmalen.
 - * Enthält explizit werbliche Formulierungen.
 - * Inkonsistenzen bei Farbangaben im Vergleich zu anderen Attributen.
3. **salePrice** (2/5 Produkte):**
 - * Ist identisch mit dem **price**, was redundant und potenziell irreführend ist.
 - * Fehlen des Attributs **sale_price_effective_date**, wenn ein tatsächlicher Abverkauf beabsichtigt ist.
4. **availability** (2/5 Produkte):**
 - * Produkt ist "out of stock", was die Ausspielung in Shopping-Anzeigen verhindert.
5. **color** (1 direkter Fall, 1 indirekter Fall über Beschreibung/Titel):**
 - * Widersprüche zwischen dem **color**-Attribut, dem Titel und/oder der Beschreibung.

Übergreifende Muster

analysieren (z.B. "description" oft fehlerhaft).

Grundlage für die **systematische Optimierung** schaffen



PMax/RSA Creative Analyst

Aufwändige Optimierung auf Asset Ebene



Asset	Ebene	Status	Asset-Typ	↓ Impr.	CTR	Klicks	Durchschn. CPC	Kosten	Conversions	Conv.-Wert
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Textzeile	2.741	1,53 %	42	0,52 €	21,98 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Textzeile	2.612	1,61 %	42	0,48 €	20,05 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Textzeile	1.794	0,95 %	17	0,19 €	3,20 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Langer Anzeigentitel	1.775	1,01 %	18	0,27 €	4,77 €	0,96	81,42
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Langer Anzeigentitel	1.737	0,58 %	10	0,19 €	1,87 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Textzeile	1.703	0,47 %	8	0,14 €	1,11 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Textzeile	1.698	1,12 %	19	0,24 €	4,52 €	0,96	81,42
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Langer Anzeigentitel	1.676	0,48 %	8	0,13 €	1,06 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Langer Anzeigentitel	1.664	0,60 %	10	0,22 €	2,18 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Langer Anzeigentitel	1.653	0,91 %	15	0,22 €	3,25 €	0,00	0,00
● [blurred]	Asset-Gruppe	Aktiv	Name des Unternehmens	1.433	4,54 %	65	0,49 €	31,69 €	0,23	50,51

Assets einer der PMax Asset Groups im Account

Script & Sheets liefern die Daten



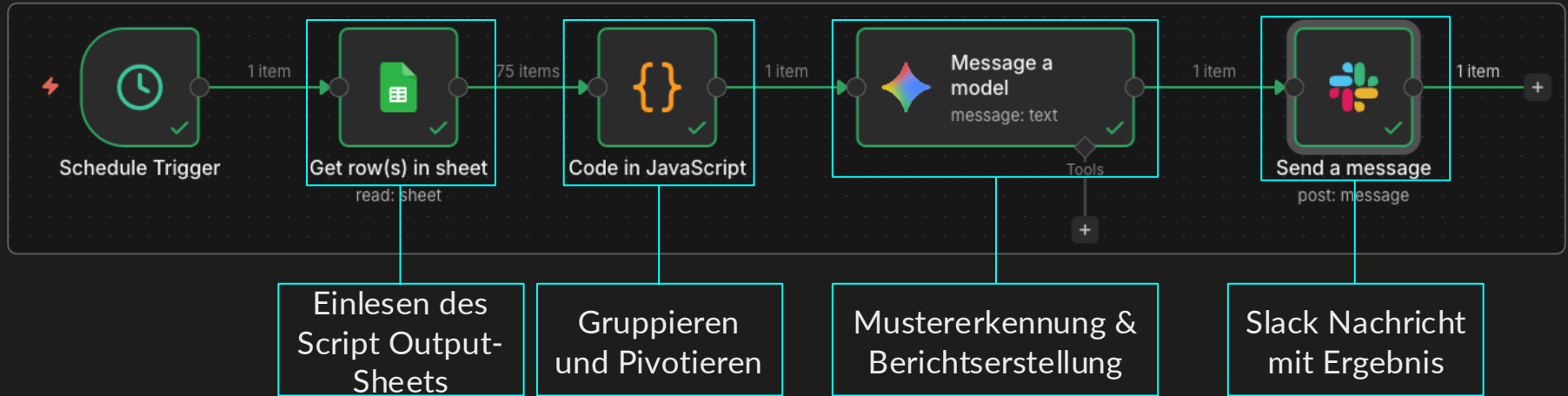
Google Ads script:
Uncovered PMax
Asset Performance
(von Dmytro Tonkikh)

+

Pivot Tabelle

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Language	asset	number of same assets	impressions	clicks	cost	conversions	conversionsValue	KUR	CTR
2	da		1	5,309	69					1.3%
3	da		1	4,508	81					1.8%
4	da		1	4,187	58					1.4%
5	da		1	4,144	47					1.1%
6	da		1	4,080	33					0.8%
7	da		1	3,916	37					0.9%
8	da		1	3,874	42					1.1%
9	da		1	3,603	41					1.1%
10	da		1	3,489	37					1.1%
11	da		3	616	143					23.2%
12	da		4	560	143					25.5%
13	de		9	41,605	3,352					8.1%
14	de		5	32,310	400					1.2%
15	de		5	30,909	441					1.4%
16	de		5	29,657	299					1.0%
17	de		5	28,725	269					0.9%
18	de		5	28,039	303					1.1%
19	de		5	27,694	255					0.9%
20	de		5	26,680	302					1.1%
21	de		5	26,126	227					0.9%
22	de		9	17,026	3,335					19.6%
23	de		3	1,578	312					19.8%
24	de		3	1,497	18					1.2%
25	de		3	304	10					3.3%
26	de		1	68	1					1.5%

Analyse der RSA-Assets mit n8n



Ergebnis mit Analyse und Vorschlägen



Cluster-Analyse

Das Cluster mit dem besten gewichteten KUR ist: **"Produkt/Exklusivität"** mit einem KUR von **"0.06"**.

Aufschlüsselung des gewichteten KUR pro Cluster (Niedriger ist besser):

Cluster	Gewichteter KUR
Produkt/Exklusivität	0.06
Brand	0.09
Call-to-Action	0.11
Service/Versand	0.21
Other	Keine Conversions

****Interpretation:**** Das Cluster "Produkt/Exklusivität" zeigt die höchste Effizienz in der Kosten-Umsatz-Relation. Dies deutet darauf hin, dass Texte, die sich auf spezifische Produkte, deren Premium-Qualität oder limitierte Verfügbarkeit konzentrieren, am besten bei der Zielgruppe ankommen und zu effizienten Conversions führen. Marken- und Call-to-Action-Texte sind ebenfalls stark, aber der Fokus auf das Produkt scheint den größten Hebel zu bieten.

KI kategorisiert Assets (Marke, CTA, Vorteil)

→ Erfolgreiche Muster werden identifiziert



Automation Strategie

Strukturierter Aufbau der Automations

Stufe 3: Strategisch

Stufe 2: Account Checks

Stufe 1: Health Check



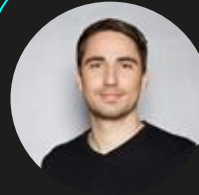
Key Takeaways

Key Takeaways

- 1) Sende Metadaten, keine Rohdaten
- 2) KI für unstrukturierte Daten: Für Screenshots, Fehler-Logs, Feed-Ablehnungen
- 3) Baue Systeme, die sich selbst überwachen

Link zu den Workflows und Prompts:
<https://the-boutique-agency.de>

QR Code:



Jonas Kleespies

Product Lead SEA
@ The Boutique Agency
jonas.kleespies@the-boutique-agency.de

