



MAGIC ADS

ChatGPT Ads támogatás vállalkozásoknak



ChatGPT Ads

TECHNIKAI INDULÁSI ÚTMUTATÓ

Lépésről lépésre a fiók beállításától
a kampány méréséig

TECHNIKAI ÚTMUTATÓ MAGIC ADS ÜGYFELEKNEK

Vállalkozónak érthető • marketingesnek továbbadható

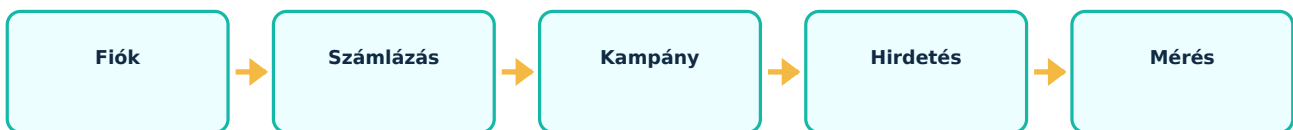
2.0 változat • 2026. október

Mire való ez az útmutató?

Ez az anyag abban segít, hogy átlásd a ChatGPT Ads technikai indulásának teljes folyamatát. Nem kell fejlesztőnek lenned: ahol technikai beavatkozás szükséges, külön jelezzük, hogy azt érdemes a marketingesednek vagy webes szakemberednek átadni.

A legfontosabb gondolat

A kampány elindítása és a konverziómérés két külön feladat. Hirdetni mérés nélkül is lehet, de ha tudni szeretnéd, melyik kampány hoz valódi érdeklődőt vagy vásárlást, érdemes a mérést is beállítani.



Kétféle olvasóhoz szól

Vállalkozóként: lásd át, mire van szükség és mit kell ellenőrizned.

Marketingesként / webesként: legyen egyértelmű, hol jön a Pixel, a konverziós esemény, szükség esetén a Conversions API és ezek tesztelése.

Az Ads Manager és a hirdetési szabályok változhatnak. Indítás előtt mindig ellenőrizd az aktuális OpenAI dokumentációt és az Ads Managerben megjelenő követelményeket.

1. Indulás előtt: ezt készítsd össze

✓	OpenAI-fiók	Lehetőleg a vállalkozáshoz használt e-mail-címmel.
✓	Vállalkozási adatok	Jogi név, márkanev, számlázási adatok.
✓	Weboldal / céloldal	Működő, mobilon is használható, nyilvánosan elérhető oldal.
✓	Márkaelemek	Logó / favicon, hirdetési kép, cím és rövid leírás.
✓	Fizetési mód	A kampány csak befejezett számlázási beállítás után tud futni.
✓	Webes hozzáférés	Pixel vagy más mérés esetén kell valaki, aki a weboldalt módosítani tudja.

Ezt érdemes már az elején eldönteni

Ki lesz a fiók gazdája? Egy személy hozza létre a hirdetői fiókot, majd a többieket meghívással adjátok hozzá. Így a kampány a vállalkozás saját fiókjában marad.

2. Ads Manager fiók beállítása



A fiók létrehozásakor figyelj különösen az ország/régió, pénznem és időzóna mezőkre: a jelenlegi OpenAI leírás szerint ezek létrehozás után nem módosíthatók.

Névmezők

Account Name: belső fióknév az Ads Managerben.

Brand Name: a hirdetések mellett megjelenő márkanév.

Legal Name: a vállalkozás hivatalos, számlázáshoz és ellenőrzéshez használt neve.

Jogosultságok

Admin: teljes hozzáférés. Member: kampányok létrehozása és kezelése. Viewer: megtekintés. A saját vállalkozás fiókjába a külsős marketingest érdemes meghívni - ne fordítva.

Forrás: OpenAI Help Center - Ads Manager Account Setup.

3. A kampány felépítése

A ChatGPT Ads kampány három fő szintből áll. Ezeket érdemes fejben is különválasztani, mert más-más döntés tartozik hozzájuk.



Campaign - kampány

Itt határozod meg az átfogó célt és a költségkeretet. Egy kampányon belül több hirdetéscsoport is lehet.

Ad Group - hirdetéscsoport

A kampány célját konkrétabb témákhoz vagy felhasználói szándékokhoz rendezi. Itt különíthetők el például eltérő termékek, szolgáltatások, céloldalak vagy kommunikációs irányok.

Példák hirdetéscsoportokra

Webáruház: külön Ad Group lehet például a női cipő, a férfi cipő és a táska.

Szolgáltató cég: külön Ad Group lehet például a könyvelés, a bérszámfejtés és a cégalapítás.

Ingatlaniroda: külön Ad Group lehet az eladó ingatlant kereső tulajdonosok megszólítása és egy másik szolgáltatási irány - amennyiben az adott hirdetési cél megfelel az aktuális OpenAI szabályoknak.

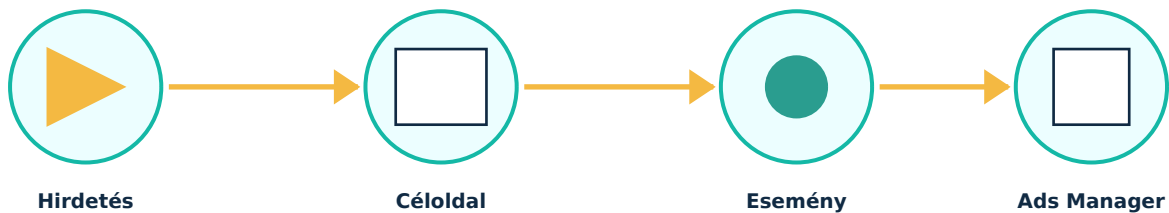
Ad - hirdetés

A felhasználó ezt látja: cím, rövid szöveg, kép és céloldal. A céloldal URL-jének működnie és nyilvánosan elérhetőnek kell lennie.

Indítás előtti próba

Kattints végig saját magad is a teljes útvonalon: hirdetés → céloldal → űrlap / vásárlás → köszönőoldal. A technikailag működő hirdetés sem ér sokat, ha az érdeklődő valahol elakad.

4. Konverziómérés - mitől lesz egy kattintásból mérhető eredmény?



A konverzió azt jelenti, hogy a kattintás után megtörtént az általad fontosnak tartott művelet - például elküldtek egy érdeklődői űrlapot, regisztráltak vagy vásároltak.

Az OpenAI jelenleg két fő technikai utat támogat: OpenAI Pixel és Conversions API. A kettő együtt is használható.

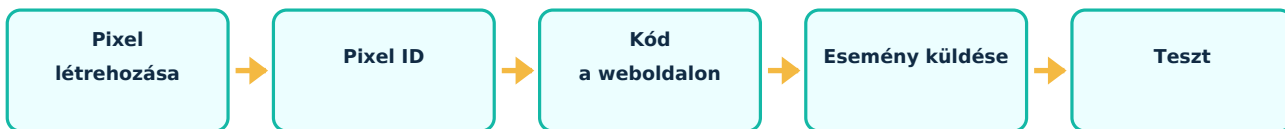
Ezt add a marketingesednek / webesednek

A méréshez az Ads Managerben létre kell hozni egy adatforrást és a megfelelő konverziós eseményt. A weboldalnak a valódi művelet megtörténtekor kell eseményt küldenie - nem pusztán az oldal megnyitásakor.

Az OpenAI a hirdetésből érkező kattintásokhoz egy oppref hivatkozást adhat a céloldal URL-jéhez. A Pixel ezt el tudja menteni, hogy a későbbi konverziós esemény összekapcsolható legyen a hirdetési kattintással.

5. OpenAI Pixel - weboldali mérés

A Pixel böngészőoldali mérés. A célja, hogy a weboldalon történt fontos eseményekről jelet küldjön az OpenAI Ads rendszerének.



A jó beállítás logikája

1. Hozz létre webes konverziós adatforrást / Pixelt.
2. Azonosítsd a kapott Pixel ID-t.
3. Telepítsd a Pixel alapját a releváns weboldalakon.
4. Határozd meg, mi számít konverciónak.
5. Csak a valódi művelet megtörténtekor küldd el a megfelelő eseményt.
6. Teszteld, hogy az esemény megérkezik-e.

Gyakori hiba

A Pixel jelen van az oldalon, de a lead esemény nincs bekötve az űrlap sikeres elküldéséhez. Ilyenkor lehetnek kattintások és kitöltések, miközben az Ads Manager 0 konverziót mutat.

Adatvédelmi megjegyzés

Konverziós adatot csak a vonatkozó jogszabályoknak, az OpenAI feltételeinek és a szükséges hozzájárulásoknak megfelelően szabad továbbítani. Az adatkezelési tájékoztatót és a cookie/hozzájárási működést ennek megfelelően kell kialakítani.

6. Conversions API - amikor a szerver is beszél az Ads Managerrel

A Conversions API szerveroldali eseményküldés. Ez technikaibb megoldás, ezért ezt jellemzően fejlesztő vagy megfelelő integrációs szakember állítja be.

Marketinges / fejlesztő feladat

Az API-kulcsot szerveroldali titokként kell tárolni. Soha ne kerüljön böngészőben futó kódba, nyilvános környezeti változóba, naplóba vagy forráskód-tárba.

Pixel + API együtt

Ha ugyanazt a konverziót a Pixel és a Conversions API is elküldi, ugyanazt az eseményazonosítót kell használni, hogy az OpenAI ne számolja kétszer ugyanazt a műveletet.

Mikor lehet hasznos?

Ha stabilabb szerveroldali mérésre van szükség, ha a weboldal technikai környezete ezt indokolja, vagy ha a böngészőoldali mérés mellett egy második jel is segítheti a mérés minőségét.

Nem kötelező minden induláshoz

Egy egyszerű első kampányhoz nem feltétlenül kell rögtön Conversions API. A technikai megoldást a weboldal, az üzleti cél és a rendelkezésre álló szakértelem alapján érdemes kiválasztani.

7. Indítás előtti ellenőrzőlista

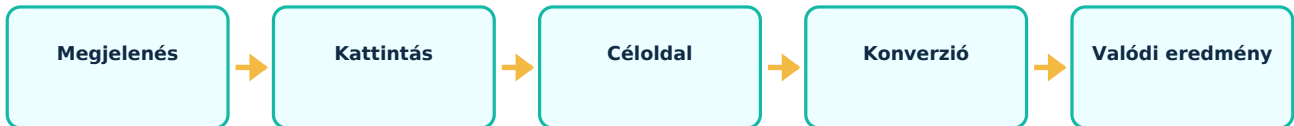
- ✓ Ads Manager fiók létrejött és a megfelelő vállalkozáshoz tartozik.
- ✓ Account Name, Brand Name és Legal Name ellenőrizve.
- ✓ Logó / favicon rendben.
- ✓ Számlázási profil és fizetési mód beállítva.
- ✓ A szükséges ellenőrzések / review lépések elkészültek.
- ✓ A kampány, Ad Group és Ad nevei átláthatók.
- ✓ A hirdetés címe, szövege, képe és céloldala ellenőrizve.
- ✓ A céloldal mobilon is működik.
- ✓ Az űrlap / vásárlási folyamat végigtesztelve.
- ✓ Ha mérünk: Pixel / esemény / API tesztelve.
- ✓ A kampány státusza Active, és a jóváhagyási állapotot ellenőriztük.

Számolj az ellenőrzési idővel

A beküldött fiók és hirdetések ellenőrzése nem feltétlenül történik meg azonnal. Saját tapasztalat alapján érdemes akár 4-5 nappal is számolni; az OpenAI hivatalos tájékoztatója szerint a vállalkozás ellenőrzése bizonyos esetekben akár 7 munkanapot is igénybe vehet. Ezért az indulást ne az utolsó pillanatra időzítsd.

8. Indítás után: mit nézz?

Az első napokban ne egyetlen szám alapján ítélj. A megjelenés és a kattintás azt mutatja, hogy a hirdetés eljutott-e emberekhez; a konverzió azt, hogy történt-e valódi üzleti szempontból fontos művelet.



Hasznos mutatók

Impressions: megjelenések.

Clicks: kattintások.

CTR: kattintási arány.

CPC: egy kattintás átlagos költsége.

CPM: ezer megjelenés költsége.

Conversions: a beállított és az OpenAI által hozzárendelt konverziók.

Gyors hibaelhárítás

Nem indul a kampány	Ellenőrizd a számlázást, a fiók/review állapotát, az Active státuszt és az esetleges elutasítást.
Van kattintás, nincs konverzió	Teszteld az űrlapot, az esemény triggerét, a Pixel működését és a kampányhoz rendelt konverziós beállítást.
A Pixel fut, de 0 lead	Attól, hogy az alapkód betöltődik, a lead esemény még nem biztos, hogy elküldésre kerül.
Eltérnek a számok	Az Ads Manager és más analitikai rendszerek eltérő attribúciót, időzónát és deduplikációt használhatnak.

9. Hivatalos források és továbblépés

A ChatGPT Ads jelenleg gyorsan fejlődő rendszer. Ezért a technikai részletek és maga az Ads Manager felülete is változhat. Ez a PDF a 2026. október 2-án elérhető állapotot mutatja. Ha később használod, érdemes ellenőrizni az OpenAI aktuális dokumentációját.

- Ads Manager Account Setup

<https://help.openai.com/en/articles/20001213-ads-manager-account-setup>

- Quickstart: Launch your first campaign

<https://help.openai.com/en/articles/20001224>

- Conversion Measurement

<https://help.openai.com/en/articles/20001409-conversion-measurement>

- Conversion Setup - Ads API

<https://developers.openai.com/ads/api-reference/conversion-setup>

- Troubleshooting Common Onboarding and Policy Issues

<https://help.openai.com/en/articles/20001534-troubleshooting-common-onboarding-and-policy-issues>

Magic Ads segítség

Ha a kampány beállításához vagy elindításához segítséget kértél a Magic Ads-től, a választott szolgáltatás keretében átbeszéljük veled a szükséges lépéseket. Ez a PDF technikai segédanyag: nem helyettesíti az Ads Managerben és az OpenAI hivatalos oldalain megjelenő aktuális információkat.

magic-ads.hu

2.0 változat - 2026. október 2. Az útmutató későbbi frissítése az OpenAI Ads Manager változásai miatt válhat szükségessé.