



Karel

...

# GMC disapproval — emergency fix

Top 10 důvodů. 24h fix per každý.





## Než začnete opravovat

Shopping kampaně padají. V GMC svítí 80 % produktů jako limited performance nebo disapproved. První instinkt je začít opravovat to, co GMC ukazuje nahoře v Diagnostics. Špatně.

Disapproval má tři úrovně a každá má jinou recovery cestu. Když je špatně diagnostikujete, opravíte špatnou věc a ztratíte 3 dny.

### 3 úrovně problému

Level	Co zasahuje	Recovery time
Account	Celý účet, všechny produkty	7 až 14 dní + reconsideration request
Item	Konkrétní SKU, izolovaně	24 až 72 h po opravě + re-crawl
Policy	Kategorii produktů	3 až 7 dní po compliance fix

Než sáhnete na první opravu, projděte tenhle checklist.

### Triage checklist

- Identifikujte level: Account / Item / Policy. GMC vám to ukáže v Diagnostics jako separátní záložky.
- Spočítejte kolik produktů je affected. Pod 30 % = manageable. Nad 30 % = riziko account-level akce.
- Uložte screenshot Diagnostics + Performance tab. Bez baseline nevidíte, jestli oprava funguje.
- Notifikujte klienta nebo management. Transparentnost o blast radius je víc důležitá než rychlost opravy.

### 3-question decision tree

#### 1. Začněte opravovat sami, nebo eskalujte?

- Restricted produkty (alkohol, doplňky, zbraně) bez certifikace → eskalujte okamžitě. Špatný krok = permanent ban.
- Account-level suspension nad 7 dní bez reakce → eskalujte. Potřebujete někoho s historií GMC support kontaktů.
- Item-level disapproval pod 30 % → opravte sami podle tohoto protokolu.

#### 2. Tvrdý restart, nebo postupné opravy?

- Pokud disapproved 60 %+ s několika různými reasons → restartujte celý proces. Smažte doplňkový feed, re-enrichněte primary, znovu submitujte. Postupná oprava je tady ztráta času.
- Pokud disapproved 5 až 20 % s 1 až 2 reasons → postupné opravy. Targetovaný batch fix podle priority matrix.

### 3. Submitovat po každé opravě, nebo počkat?

- Nikdy neresubmitujte feed častěji než 2 až 4x denně. GMC penalizuje rate-litem a re-crawl se zpomalí.
- Po batch opravě počkejte minimálně 24 h před dalším submitem. Měřte Diagnostics delta.

### Priority matrix (P0-P3)

Priority	Issue	Time to fix
P0 (NOW)	Restricted product	3 až 14 dní
P0 (NOW)	Brand mismatch na top brand	24 až 48 h
P1 (24h)	Image quality	4 až 12 h
P1 (24h)	Missing GTIN, GPC, MPN	2 až 6 h
P2 (3-7d)	Price, shipping, availability mismatch	1 až 3 dny
P2 (3-7d)	Landing page 404	1 až 2 dny
P3 (planning)	Returns policy	2 až 4 h jednorázově

Opravujte v pořadí P0 → P1 → P2 → P3. Ne v pořadí, jak vám to vypíše GMC.



## REASON 01 / 10

**Title:** Missing required field "gtin"

**Severity:** CRITICAL **Affected:** typicky 100 % brandových produktů **Time to fix:** 2 až 4 hodiny

### Symptom v GMC

"This product is missing the GTIN [gtin] attribute"

### Root cause

Per [oficiální Google GTIN dokumentaci](#) je GTIN **strongly recommended** (ne striktně required) pro brandové produkty s přiděleným GTIN. Bez něj GMC sníží matching kvalitu a u některých brandů (Apple, Samsung, Nike) přímo disapprovuje, protože očekává validní GTIN matching v Google product knowledge graphu. U privátních značek, vintage zboží, handmade nebo knih před rokem 1970 GTIN neexistuje a pak potřebujete explicit `identifier_exists: false` + brand + MPN ([per spec](#)).

Typický vzorec: e-shop importuje feed z dodavatelského systému, který GTIN má v poli `productCode` nebo `ean`, ale feed export to nemapuje do `gtin` GMC pole.

### 24h fix protokol

1. **Zkontrolujte primární feed.** Otevřete CSV nebo XML export a hledejte `gtin`, `ean`, nebo `productCode` sloupec. Pokud existuje a má hodnoty, problém je v mapping pravidlu.
2. **Pokud chybí, kontaktujte dodavatele.** Většinou mají GTIN v PDF spec sheetu nebo product katalogu. Pro 50+ SKU si vyžádejte export ve formátu SKU,GTIN.
3. **Pro privátní značku použijte `identifier_exists: false`.** Doplněte `brand` (název vašeho e-shopu) + `mpn` (vlastní SKU bez interních prefixů). GMC to akceptuje jako alternativu k GTIN.
4. **Po update submitujte + počkejte 24 až 48 h** na re-crawl. Nedělejte resubmit každou hodinu.

### Pro 50+ SKU

Nepište to ručně. Vytvořte doplňkový Sheet feed s mapovacími pravidly: `productCode` → `gtin` s validation (musí být 8, 12, 13, nebo 14 cifer). Sheet feed registrovaný v GMC obohacuje primary feed at run-time.

**Recovery time:** 24 až 48 h



## REASON 02 / 10

**Title:** Image quality (resolution, white BG, broken URL)

**Severity:** HIGH **Affected:** typicky 5 až 15 % SKU **Time to fix:** 4 až 12 hodin

### Symptom v GMC

"Image too small" / "Promotional overlay on image" / "Generic image"

### Root cause

GMC dnes vyžaduje:

- Min 100×100 px (pro apparel 250×250 px)
- **Od 31. ledna 2027** ale platí nové povinné minimum **500×500 px** (varování od dubna 2026, per [oficiální spec update](#))
- Pro PMax a AI generované kreativy doporučení 800×800 až 1000×1000 px
- White nebo neutral background
- Žádné watermarky, loga, "SALE" stickery
- Žádné generické placeholder image ("no image available")
- Image URL musí vracet HTTP 200, ne 404 nebo redirect chain

Typický důvod: e-shop CMS používá thumbnail variantu místo full-res, nebo CDN má cache miss na některé URLs.

### 24h fix protokol

1. **Stáhněte list image URLs z disapproved produktů.** GMC export → filter na image-related errors.
2. **Batch check přes curl.** Spusťte `curl -I {url}` na celý batch. Hledejte 200 status + content-length > 50 KB (proxy pro reálnou velikost).
3. **Pro produkty s overlay** (watermark "SALE -20%"): re-exportujte image bez overlay z product page editoru. Pokud máte overlay v image pipeline, vypněte ho pro feed export.
4. **Pro produkty s broken URL (404):** opravte URL v e-shop CMS, nebo přepište v doplňkovém feedu na alternativní URL.
5. **Pro generic placeholder:** nahrajte reálnou fotku produktu. Bez té produkt nepoběží.

### Pro 100+ SKU

Investujte 2 až 4 hodiny do Image CDN s automatic resize + background removal. Cloudinary, imgproxy, nebo Bunny Optimizer. Long-term ROI je za pár týdnů.

**Recovery time:** 24 až 72 h





## REASON 03 / 10

**Title:** Price mismatch (feed vs landing page)

**Severity:** HIGH **Affected:** typicky 5 až 20 % SKU **Time to fix:** 4 až 8 hodin

### Symptom v GMC

"Mismatched price (and/or availability) between product page and Merchant Center"

### Root cause

GMC crawler vidí na landing page jinou cenu než ve feedu. Tři typické příčiny:

1. **Feed se neaktualizuje real-time.** Cron job 1x denně, ale e-shop mění ceny každou hodinu.
2. **VAT zobrazení.** Feed bez DPH, LP s DPH, nebo naopak.
3. **Discount logika.** LP zobrazí slevu po přihlášení, feed o tom neví.

### 24h fix protokol

1. **Otevřete 5 disapproved produktů v incognito okně.** Porovnejte cenu na LP vs ve feedu. Měřte absolutní rozdíl.
2. **Pokud mismatch pod 5 %**, je to typicky VAT issue. Nastavte ve feedu `tax` attribute explicitně podle GMC dokumentace pro CZ trh.
3. **Pokud mismatch nad 5 %**, je to feed refresh issue. Nastavte cron na 4 až 6x denně místo 1x. Většina e-shop platform (Shoptet, Shopify, Magento) to podporuje natively.
4. **Pokud LP zobrazí discount jen pro přihlášené**, použijte `sale_price` attribute ve feedu se stejnou logikou. Discount bez login by se neměl ukazovat anonymnímu crawler.

### Pro 100+ SKU

Real-time feed sync (Mergado, DataFeedWatch) nebo Content API integration přímo z e-shop CMS. Bez toho budete mít chronic price drift.

**Recovery time:** 24 až 48 h



## REASON 04 / 10

**Title:** Shipping mismatch

**Severity:** MEDIUM **Affected:** typicky 100 % SKU pokud setup špatný **Time to fix:** 2 až 4 hodiny

### Symptom v GMC

"Mismatched shipping cost between product page and Merchant Center"

### Root cause

GMC vyžaduje, aby shipping cost ve feedu odpovídal landing page checkout. Typické issues:

- Feed má fixed shipping (99 Kč), ale LP počítá podle dopravce při checkoutu.
- Free shipping threshold ve feedu (zdarma nad 1 500 Kč), ale LP threshold je 2 000 Kč.
- Multiple shipping methods (Zásilkovna, DPD, GLS), feed jen jeden.

### 24h fix protokol

1. **Nastavte v GMC Shipping settings přímo.** Account → Shipping and returns → Shipping services.
2. **Definujte všechny carrier + cost combinations**, které máte v e-shopu. Per service: cost (flat nebo per-weight), free shipping threshold, delivery time.
3. **Ve feedu odstraňte shipping atribut.** Použijí se account-level settings. Méně error-prone než per-item shipping ve feedu.
4. **Pro free shipping threshold**, přidejte `shipping_price_min` a `shipping_price_max` atributy do account settings, ne do per-item feed.

### Pro multi-country setup

Pro každý target country (CZ + SK) nastavte separátní shipping service v GMC. Per-country feed ekvivalent musí používat stejnou logiku.

**Recovery time:** 24 až 48 h



## REASON 05 / 10

**Title:** Returns policy mismatch

**Severity:** MEDIUM **Affected:** typicky 100 % SKU pokud chybí setup **Time to fix:** 2 až 4 hodiny jednorázově

### Symptom v GMC

"Return policy mismatch" / "Missing return policy"

### Root cause

Od 2025 GMC vyžaduje explicit returns policy v Account settings + odpovídající text na landing page (footer, dedikovaná page). Pokud LP říká něco jiného než GMC settings, okamžitý disapproval.

Typický scénář: GMC settings "30 dní na vrácení" (z minulé promo akce), LP footer "14 dní". Mismatch = disapproved.

### 24h fix protokol

1. **Otevřete GMC** → Account → Shipping and returns → **Return policy**.
2. **Vyplňte všechny tři podmínky:**
  - Returns window: zákonné minimum 14 dní (B2C e-shop). Pokud nabízíte víc, uveďte to.
  - Restocking fee: typicky 0.
  - Return shipping cost: kdo platí (typicky zákazník u běžných vratek).
3. **Na landing pageu** (footer + dedikovaná /vraceni-zbozi page) zveřejněte **stejně** podmínky.
4. **Validujte match.** Otevřete incognito → váš LP → najděte returns text → porovnejte slovo po slovu s GMC settings.

### Co NEdělat

"30 dní na vrácení" v GMC, ale "14 dní" na LP = okamžitý disapproval. Když měníte jedno, měňte oboje synchronně.

**Recovery time:** 24 až 48 h



## REASON 06 / 10

**Title:** Restricted product (alcohol, supplements, weapons)

**Severity:** CRITICAL **Affected:** specifické kategorie produktů **Time to fix:** 3 až 14 dní (NE 24 h)

### Symptom v GMC

"Restricted product: alcoholic beverages" / "Restricted product: healthcare"

### Root cause

Některé kategorie vyžadují explicit certification v GMC + compliance na LP:

- **Alkohol:** věkové omezení na LP, target audience certification.
- **Doplňky stravy:** warning text, ne medical claims.
- **Zbraně:** jurisdiction restrictions.
- **CBD, kratom:** jen specifické trhy.

### 24h fix protokol

**Pozor: tohle není 24h fix. Pro restricted kategorie počítejte 3 až 14 dní recovery + dokumentaci.**

1. **Zjistěte, která konkrétní policy byla violated.** GMC vám to ukáže v error message s odkazem na policy page.
2. **Pro alkohol:** aktivujte alkohol certifikaci v GMC podle [oficiální alkohol policy](#) (přesný GMC menu path se Google v čase mění — checkněte aktuální Help). Plus age verification gate na LP před checkout flow.
3. **Pro doplňky stravy:** odstraňte medical claims z title a description ("lěčí", "kurýruje", "100 % účinnost"). Použijte neutrální popisky podle health claims regulace EU 1924/2006.
4. **Submitujte reconsideration request** s links na LP opravy + screenshoty compliance setupu.

### Co NEdělat

Nezkoušejte obejít restriction přepisem title nebo skrytím kategorie. Algoritmus to pozná a může to eskalovat na account-level suspension.

### Eskalace

Pokud jste bez certifikace a expertise v restricted kategoriích, eskalujte na externí pomoc. Tady chybný krok = permanent ban a recovery není možná.

**Recovery time:** 3 až 14 dní (best case), permanent ban (worst case)

---





## REASON 07 / 10

**Title:** Inaccurate availability

**Severity:** HIGH **Affected:** typicky 10 až 30 % SKU s fast-moving sortimentem **Time to fix:** 4 až 8 hodin pro setup, 0 h ongoing

### Symptom v GMC

"Mismatched availability: in stock in feed, out of stock on landing page"

### Root cause

Feed cron se neaktualizuje při změně stock. Klasický scénář: produkt vyprodaný v pondělí ráno, feed sync 1x denně v noci. Celý den disapprovaný + lost spend.

Druhý scénář: pre-order produkt v feedu jako in stock , ale LP říká "dostupné od 1. 7." → mismatch.

### 24h fix protokol

1. **Real-time webhook z e-shop CMS na feed update při změně stock.** Většina platform (Shoptet, Shopware, Magento, Shopify) to umí přes plugin nebo native integrations.
2. **Pokud webhook nejde, min 4x denně cron** (6 h interval). Lepší než 1x, ale stále trade-off mezi load a accuracy.
3. **Pro pre-orderable produkty:** nastavte `availability: preorder + availability_date: YYYY-MM-DD` . GMC to akceptuje jako separátní status.
4. **Pro produkty s dlouhým restock cyklem:** `availability: out of stock s availability_date future`. Lepší než falešné in stock .

### Pro fast-moving sortiment (móda, elektronika)

Real-time webhook je non-negotiable. Při 1x denně cronu uvidíte 10 až 15 % availability disapprovals trvale.

**Recovery time:** 12 až 24 h po opravě



## REASON 08 / 10

**Title:** Landing page issues (404, redirect chain)

**Severity:** HIGH **Affected:** typicky 5 až 10 % SKU s legacy URL strukturou **Time to fix:** 2 až 6 hodin

### Symptom v GMC

"Landing page error: 404" / "Excessive redirects"

### Root cause

Tři typické příčiny:

1. **404:** produkt smazaný z e-shopu, ale ne z feedu. Feed cron tahá staré SKUs.
2. **Redirect chain:** LP redirectuje 3 až 5x než dorazí na finální URL (typicky www → non-www → https → category slug change).
3. **Slow page (>5 s):** GMC penalizuje slow LPs jako poor user experience.

### 24h fix protokol

1. **Audit přes curl batch.** `curl -I -L -w "%{http_code} %{num_redirects}\n" {url}` na celý batch URLs. Hledejte 404, redirect count nad 2, slow response time.
2. **Pro 404:** odstraňte z feedu (mark availability: out of stock + availability\_date: null ) nebo redirectujte na kategorii s alternativami.
3. **Pro redirect chains:** updatujte URL ve feedu na **final destination**. Skip intermediate redirects. URL musí být tím, kam crawler reálně dorazí.
4. **Pro slow pages:** investujte do CDN, image optimization, Critical CSS. Bez toho budou další pomalé URLs disapproved postupně.

### Quick win pro legacy migrace

Pokud jste nedávno migrovali URL strukturu (slug change, category restructure), batch update feedu na nové URLs zachrání 80 % disapprovals okamžitě.

**Recovery time:** 24 až 48 h



## REASON 09 / 10

**Title:** Brand mismatch

**Severity:** HIGH (na top brands), MEDIUM (na ostatních) **Affected:** typicky brandové produkty s inconsistent metadata **Time to fix:** 2 až 4 hodiny

### Symptom v GMC

"Brand attribute doesn't match product page"

### Root cause

Feed brand field obsahuje něco jiného, než LP zobrazuje. Typické:

- Feed: Adidas Performance , LP: Adidas
- Feed: Apple Inc. , LP: Apple
- Feed: prázdné (private label), LP zobrazuje brand v navigation

### 24h fix protokol

1. **Zkontrolujte 10 disapproved produktů.** Jaký brand GMC očekává (z error message)? Porovnejte s LP a feedem.
2. **Standardizujte brand ve feedu na kanonickou variantu.** Kratší, bez Inc. , bez Performance suffixu. Match přesně to, co LP zobrazí jako primary brand label.
3. **Pro private label:** vyplňte brand = název vašeho e-shopu + nastavte `identifier_exists: false` . GMC to akceptuje jako consistent setup.

**Recovery time:** 24 až 48 h

---

## REASON 10 / 10

**Title:** Missing required attribute (GPC, MPN)

**Severity:** HIGH **Affected:** typicky 30 až 100 % SKU pokud chybí systematický mapping **Time to fix:** 4 až 8 hodin pro batch opravu

### Symptom v GMC

"Missing google\_product\_category" / "Missing mpn"

### Root cause

GPC (google\_product\_category) a MPN (Manufacturer Part Number) jsou v některých kategoriích povinné. Bez GTIN navíc povinné vždy.

GPC typicky chybí, protože e-shop CMS exportuje vlastní kategorie, ne Google taxonomy.

## 24h fix protokol

1. **GPC:** použijte **full text path** ( Apparel & Accessories > Clothing > Outerwear > Coats & Jackets > Winter Jackets ), ne numeric ID. Vyplňte 4 až 6 levels deep, ne 1. GMC akceptuje full path jako self-validating.
2. **MPN:** dostanete od dodavatele (často v PDF spec sheet jako "Part Number" nebo "Article Number"). Pro privátní značku vlastní SKU bez interních prefixů.
3. **Pro batch opravu:** doplňkový Sheet feed s mapovacími pravidly per category. Map category\_name → GPC text path . Sheet feed obohatí primary za 24 h.

**Recovery time:** 24 až 48 h

---

---



## Pořád nepomohlo?

Pokud jste prošli všech 10 reasons a stále vidíte disapprovals, problém je s velkou pravděpodobností v atributech, které GMC neflagne jako error, ale které tvoří tichou disapproval cestu: weak titles, missing product highlights, GPC v lepší granularitě, material a use case explicit.

Tohle eval.py najde za 24 h na 50 produktech z vašeho feedu. Žádná registrace, žádná karta.

**Otestujte na 50 produktech zdarma**

[Otestujte na 50 produktech zdarma →](#)

→ [karelhuk.cz/obohaceni-produktoveho-feedu-google-ads](https://karelhuk.cz/obohaceni-produktoveho-feedu-google-ads)

### Pro chronic GMC issues

Tier Růst pokrývá monthly GMC monitoring + delta obohacení + emergency fix support. Pro e-shopy, kde feed musí být production-ready každý měsíc, ne jen jednorázový úklid po krizi.

→ [karelhuk.cz/sluzby](https://karelhuk.cz/sluzby)