AI MAX SOTTO CONTROLLO: LA CHECKLIST

Da compilare sul proprio account Google Ads, una volta al mese. Ogni riga viene dal Centro assistenza di Google Ads e dai post di Google, letti il 10 novembre 2026.

1. LO STATO: CHI HA ACCESO AI MAX

N.	Cosa controllare	Dove si guarda	Esito
1	AI Max è attivo o spento in ogni campagna sulla rete di ricerca. Se è attivo: l'hai acceso tu o è arrivato con l'upgrade automatico?	Impostazioni della campagna	attivo / spento · da chi
2	Le campagne con asset creati automaticamente o corrispondenza generica a livello di campagna: passano ad AI Max da settembre 2026.	Banner nell'interfaccia, impostazioni	elenco campagne
3	Gli annunci dinamici della rete di ricerca (DSA): fine e upgrade automatico da febbraio 2027. Hai deciso dove portarli?	Campagne DSA	piano e data

2. LE TRE FUNZIONI, UNA PER UNA

N.	Cosa controllare	Dove si guarda	Esito
4	Corrispondenza dei termini di ricerca: attiva o spenta, gruppo di annunci per gruppo di annunci.	Impostazioni del gruppo di annunci	attiva / spenta
5	Personalizzazione del testo (ex asset creati automaticamente): attiva o spenta. Gli asset generati non si modificano, si possono rimuovere.	Ottimizzazione degli asset, campagna	attiva / spenta
6	Espansione dell'URL finale: attiva o spenta. Richiede la personalizzazione del testo; con lei il blocco degli asset RSA non viene rispettato.	Ottimizzazione degli asset, campagna	attiva / spenta

3. I CONTROLLI

N.	Cosa controllare	Dove si guarda	Esito
7	Esclusioni di URL: pagine che non devono ricevere traffico (area riservata, carrello, pagine senza offerta). Inclusioni, se servono.	Controlli degli URL	elenco
8	Controlli del brand, per campagna e per gruppo di annunci: inclusioni ed esclusioni.	Controlli del brand	elenco
9	Località di interesse per gruppo di annunci.	Gruppo di annunci	sì / no
10	Parole chiave negative aggiornate: con AI Max attivo vengono rispettate.	Parole chiave negative	data dell'ultimo controllo
11	Strategia di offerta: con CPC manuale la corrispondenza dei termini di ricerca non funziona. Servono offerte a conversioni o a valore.	Strategia di offerta	strategia
12	Budget: la campagna è limitata dal budget? Google scrive che in quel caso AI Max non sarà efficace.	Stato della campagna, avvisi	limitata / no
13	Modello di monitoraggio: {lpurl} usato nella forma raccomandata, per evitare errori 404 sulle pagine dinamiche.	Modello di monitoraggio	sì / no

4. I REPORT, L'ESPERIMENTO, LE AI OVERVIEW

N.	Cosa controllare	Dove si guarda	Esito
14	Report termini di ricerca: filtro sul tipo di corrispondenza «AI Max» e colonna «Origine» (generica o senza parole chiave). Query da escludere?	Report termini di ricerca	settimana, negative aggiunte
15	Report pagine di destinazione: colonna di chi ha scelto la pagina. Pagine sbagliate da escludere?	Report pagine di destinazione	pagine escluse
16	Report asset: titoli e descrizioni generati, con spesa e conversioni. Da rimuovere?	Report asset	asset rimossi
17	Esperimento: AI Max in 1 clic con divisione 50/50, oppure per singolo gruppo di annunci. Data di inizio e di lettura.	Esperimenti	date e risultato
18	AI Overview e AI Mode: in Italia gli annunci compaiono sopra o sotto le AI Overview, non dentro. Non esiste un'esclusione separata; valgono negative ed esclusioni di brand.	Nessuna impostazione	annotato

Google dichiara due numeri diversi. +14% di conversioni o valore a CPA/ROAS simile è AI Max attivo contro AI Max spento (dati interni 2025, inserzionisti non retail). +7% è la suite completa contro la sola corrispondenza dei termini di ricerca. Non si sommano, e nessuno dei due è una promessa per un account: lo dice solo l'esperimento della riga 17.

La guida completa, con le fonti:
itria.io/google-ads-ai-max-ai-mode

Checklist costruita da Itria sul Centro assistenza di Google Ads e sui post pubblici di Google, letti il 10 novembre 2026. Le date e le funzioni cambiano: ricontrollate le fonti prima di intervenire sull'account.

Mattia Esposito lavora sul posizionamento delle aziende, con analisi di mercato per capire dove i concorrenti sono scoperti. Due righe su WhatsApp al 350 574 3578 o una mail a info@itria.io.