

Jak nasadit konverzní kód

Verze 1.3

Naposledy aktualizováno 26.9.2014

Pro spuštění kampaně je třeba nasadit na Vaše stránky měřicí kód, který bude eSpolupráci předávat informace o dokončených konverzích. Váš affiliate manager Vám kód vygeneruje a zašle před spuštěním kampaně.

Jak funguje sledování konverzí

Systém HasOffers, na kterém eSpolupráce běží (dále jen HO) používá cookies a tracking iframe, nebo volání serveru pro sledování pohybu návštěvníka po stránce a určování, zda vznikla konverze.

Vstupní stránku pro návštěvníky můžete specifikovat dle Vašich potřeb; například optimalizovat pro měření v Google Analytics, může to tedy být například takto

http://www.vasWeb.cz/?utm_source=espoluprace&utm_medium=affiliate&utm_campaign={affiliate_id}

Možnosti měření:

eSpolupráce podporuje 2 druhy měření Vaší kampaně:

- volání serverem (*server postback*)
- měřicí iframe (přes cookies)

Můžete si vybrat, jak bude Vaše kampaň měřena, obvykle doporučujeme všem partnerům server postback variantu: je nejspolehlivější, nejméně náchylná k chybám a podporuje nejvíce funkcí.

Měřicí iframe

Vyžaduje použití cookies. Při vstupu návštěvníka, který přišel z kampaně partnera eSpolupráce, bude do jeho cookie uložena informace o partnerovi, který ho přivedl a unikátní kód (transaction id).

Na Vašem webu musí být umístěn měřicí pixel, který, pokud je načten, zjistí, jestli uživatel, kterému se zobrazil, má informace z eSpolupráce v cookies, a pokud ano, vytvoří našemu partnerovi v eSpolupráci novou konverzi na základě informace z měřicího pixelu a cookies.

Měřicí pixel by tedy měl být umístěn na stránce, která se uživatelům zobrazí po dokončení definované akce. V případě, že by měřicí pixel byl umístěn třeba na homepage, vznikla by nová konverze v eSpolupráci vždy, když by návštěvník zobrazil homepage.

Data z měřicího pixelu uvidíme pouze v případě, že má návštěvník v cookies informace z eSpolupráce. Nemáme a nebudeme mít informace o počtu konverzí a dalších parametrech týkajících se Vašich návštěvníků, kteří nepřišli přes eSpolupráci, ačkoliv i jim se zobrazí měřicí pixel.

Měřicí pixel v nejjednodušší variantě vypadá takto:

```
<iframe src="http://tracking.espoluprace.cz/aff_1?&ADV_SUB={vas parametr} " scrolling="no" frameborder="0" width="1"
```

Více o parametru ADV_SUB v samostatné kapitole.

Pokud je Vaše děkovací stránka nebo kterákoliv stránka v cestě návštěvníka zabezpečena pomocí HTTPS, měřicí pixel bude mít jiný formát. O této skutečnosti informujte svého affiliate managera, vygeneruje Vám kód vhodný pro HTTPS

Server Postback

Nevyžaduje cookies. Složitější, ale spolehlivější varianta měření kampaně. Po dokončení akce server inzerenta zavolá speciální URL, která do eSpolupráce odešle informace o vzniklé konverzi. Vhodné pro přesnější sledování, případně pokud není možné použít *pixel*. Při návštěvě musí Váš server přečíst transaction ID návštěvníka a uložit si ho. Pokud je definovaná akce návštěvníkem dokončena, Váš server zavolá následující URL do které dynamicky doplní dříve uložené transaction id. Tím vznikne nová konverze.

Ke sledování konverzí se používá transaction ID (TID), což je unikátní kód se kterým návštěvník přijde na Váš web. Vstupní adresa je většinou v takovémto formátu, může však obsahovat další Vaše libovolné parametry a dva naše můžete libovolně přejmenovat.

```
http://www.vasWeb.cz/?a_aid={affiliate_id}&t_id={transaction_id}
```

Příklad: http://www.vasWeb.cz/?a_aid=1210&t_id=1025b4ad8dbc2974ce2c1f1418bec6

{affiliate_id} je unikátní kód našeho partnera, který návštěvníka přivedl

{transaction_id} je unikátní kód transakce, která zkonvertuje na lead nebo ne.

S transaction ID mohou být svázané další parametry, které nejsou vidět, například informace partnera ohledně kampaně, která mu přivedla návštěvníka. Proto je důležité, aby v případě konverze do eSpolupráce odešlo stejné TID se kterým návštěvník přišel.

```
http://tracking.espoluprace.cz/aff_lsr?offer_id=180&transaction_id={transaction_id}
```

Posílání statusu v postbacku

Pokud je ve Vaší kampani nastaveno schvalování konverzí můžete nám status poslat rovnou v postbacku: je-li znám a to přidáním jednoho z parametrů

- status=approved
- status=rejected

toto by mělo být použito pouze v případech kdy je stav 100% jasný už při definované akci (v eshopu to může být např pokud je platba kartou – status bude rovnou schválen; při registraci je možné lead rovnou zamítnout pokud už je klient ve Vaší databázi...)

Parametry konverzí

Do konverze dle nastavení kampaně můžete nebo musíte přidat další informace.

Amount

Pokud je kampaň nastavena modelem „provize z prodeje“, ve měřícím pixelu musí být informace o hodnotě prodeje, aby eSpolupráce mohla vypočíst provizi. Měřící pixel potom bude vypadat takto (pro iframe a postback)

```
<iframe  
src="http://tracking.espoluprace.cz/aff_l?offer_id=180&amount=AMOUNT"  
scrolling="no" frameborder="0" width="1" height="1"></iframe>
```

```
http://tracking.espoluprace.cz/aff_lsr?offer_id=180&adv_sub=SUB  
_ID&amount=AMOUNT&transaction_id={transaction_id}
```

Všimněte si řetězce **amount=AMOUNT**. Zde musí být dynamicky doplněna hodnota objednávky. Pokud např. máte eshop a zákazník odešle objednávku hodnoty 854,5 Kč, do sledovacího pixelu / postbacku musí být doplněno:

... **offer_id=180&amount=854.5**...

Způsob doplnění částky je závislý na vašem eShopu a použité technologii, nemůžeme Vám proto poskytnout návod jak to provést. S tímto by Vám měl poradit Váš administrátor, případně zřizovatel eShopu. Váš affiliate manager vždy vyzkouší správnost kódu před spuštěním kampaně odesláním testovací objednávky.

Dejte si pozor, aby Váš systém správně vyhodnotil částku, které bude doplněna. Částky jsou standardně s DPH a bez poštovného atd. Také si pohlíďte, aby systém správně vypočetl hodnotu v případě, že zákazník objednává více kusů stejného zboží.

Pokud je kampaň nastavena na fixní odměnu, nemusíte tuto informaci přidávat do konverzního pixelu, odměna je nastavena v eSpolupráci a bude automaticky nastavena k vzniklé konverzi.

Vlastní parametr ADV_SUB

Tento parametr je povinný pro všechny kampaně, které nastavují konverzním status.

Do každé konverze můžete vložit vlastní informaci, kterou potom uvidíte u konverze v přehledech v rozhraní eSpolupráce. může se jednat o libovolný řetězec znaků, kterým nahradíte parametr **SUB_ID**.

```
<iframe src="http://tracking.espoluprace.cz/aff_l?offer_id=180&  
adv_sub=SUB_ID" scrolling="no" frameborder="0" width="1"  
height="1"></iframe>
```

```
http://tracking.espoluprace.cz/aff_lsr?offer_id=180&adv_sub=SUB  
_ID&amount=AMOUNT&transaction_id={transaction_id}
```

Může se to hodit zejména v případě, kdy potřebujete párovat konverze s vaším systémem. Například pro eShop můžete do parametru uložit ID objednávky dle Vašeho systému. Při schvalování konverzí potom nemusíte hledat podle data a času, ale rovnou podle čísel vašich objednávek.

Tyto informace vidíte pouze vy a affiliate manager; partneři k nim nemají přístup.

Musíte zajistit, aby každé konverzi bylo vždy vygenerováno unikátní `adv_sub`. Pokud návštěvník např obnoví stránku, kde se konverze měří, dojde k duplicitnímu vytvoření konverze a pokud není zvlášť ošetřeno, obě konverze budou mít stejné `adv_sub`. Při schvalování konverzí pak může dojít k situaci, kdy schválíte 1 lead několikrát právě kvůli duplicitním `adv_sub`.

Pokud budete mít další dotazy, připomínky, náměty neváhejte nás kontaktovat!

Email: podpora@espoluprace.cz

Tel: +420 730 702 393

www.espoluprace.cz

www.facebook.com/espoluprace

www.twitter.com/espoluprace