

QUALITYCLICK

Transaktionspixel

Inhalt: Anbindung Bestellsystem
Transaktionspixel-Parameter
Conversion-Tracking

Anbindung Ihres Bestellsystems

Standard Tracking: Anbindung Ihres Bestellsystems

Nach erfolgreicher Transaktion (z.B. Sale oder Lead) stellt Ihr Bestellsystem Ihrem Kunden / Interessenten eine Bestätigungsseite dar, auf der Sie sich für die Bestellung oder Anfrage bedanken und evtl. weitere Informationen zur Bestellung (wie die Bestell-Nummer) ausgeben.

Wenn der Interessent einen Cookie erhalten hat, kann der hier zur Transaktionserfassung eingesetzte Code diesen Cookie wieder auslesen und die Transaktion dem Partner zuordnen. Wenn Sie die PartnerID intern im Bestellsystem weitergeführt haben (Session-Tracking), muss die PartnerID und ggf. die SubID mit an die Schnittstelle übergeben werden.

Innerhalb der Bestätigungsseite fügen Sie zur Erfassung der Transaktionen eine unsichtbare Grafik ein, welche die so übermittelten Informationen zusammen mit der PartnerID an das Affiliate System meldet und eine „offene“ Transaktion anlegt. Der einfachste HTML-Code zur Erfassung sieht wie folgt aus:

```

```

Die Domain 'www.affiliate-domain.de' muss durch die Domain des Partnerprogramms ersetzt werden. Der Text „BESTELLNR“ sollte bei jeder Transaktion (Anfrage, Bestellung) unterschiedlich sein (und idealerweise ihrer internen Bestellnummer entsprechen), damit Sie bei der Freigabe der Transaktionen die gespeicherten Bestellungen Ihren Kunden zuordnen können.

Standard Tracking: Optionale Parameter

Der HTML-Code kann um weitere Parameter erweitert werden (Bei Sales mindestens um den Umsatz und ggf. die Art - Vergütungsprodukt). Die maximal zu übergebenden Parameter sehen Sie hier:

```

```

Session
Tracking
(überschreibt
Cookie-Werte)

Wenn die Parameter „pid“, „subid“ oder „wmid“ in der Bild-URL übergeben werden (wie oben dargestellt), überschreiben Sie evtl. bereits per Cookie ausgelesene Werte für diese Felder. Lassen Sie daher alle Parameter weg, die sie nicht mit Werten belegen können.

Alternativ zur Einbindung der Schnittstelle als Bild in die Bestätigungsseite kann der Aufruf der URL 'https://www.affiliate-domain.de/get_trans.cgi' auch von einem Programm auf Ihrem Server per HTTP Request angefordert werden. Dabei muss neben der Transaktions-ID auch zwingend die Partner-ID übergeben werden.

Javascript
Variante

Ggf. ist in Ihrem QualityClick System der o.a. Code als Javascript-Variante ausgeführt. Die Parameter bleiben dabei gleich, der JS-Code ermöglicht jedoch bereits das direkte Einfügen eines Conversion Tracking Pixels Ihrer Partner in die Bestellbestätigungsseiten ohne zusätzliches Iframe.

Umsatz ist der
Netto-
Warenwert

Der Umsatz ist bei der Erfassung von Sales als Netto-Betrag (d.h. ohne MwSt. und Lieferkosten) zu übergeben.

Produkt

Die Produktbezeichnung sollte entweder leer sein oder einer in QualityClick unter „Provisionen“ für das jeweilige Programm angelegten Produkt-bezeichnung entsprechen. Anhand dieses Vergütungsprodukts wird die Provision für den Partner berechnet.

Transaktionspixel-Parameter

Beschreibung der Transaktionspixel Parameter

Alle Parameter sind optional.

- Erlaubte Zeichen z.B. bei Sub-ID
- Typ z.B. Zahl/Text/Datum/Bool usw. Legende
- [1] = Entweder PID 1 oder je nach (→ Kampagnen Einstellungen) kann die Transaktion auch verworfen werden

Name	Beschreibung	Beispiel	Min-Max	Standardwert
tid	Transaktions-ID	Test123	0-255	Aktuelles Datum (YYYY-MM-DD)
cpid	Kampagnen/Programm-ID	2	?	1
pid	Partner-ID	1	?	1 [1]
zusatzid	Zusatz-ID (Freifeld)	Extra123	0-30	Leer
umsatz	Umsatz	95.50	?	0
provision	Provision	19.85	?	0
prov	Provisionsfaktor	50	0-100	100 (%)
produkt	Produktname	blumensale	255	Default
kunde	Kunde (Freifeld)		?	Leer
freitext	Freitext		0-255	Leer
subid	Sub-ID		0-255	Leer
subid_[1-*]	Zusätzliche Sub-IDs		0-255	
wmid	Werbemittel-ID			0
start (→ unix	Klickzeit			
lieferdatum	Lieferdatum (Format: YYYY-	2010-08-	-	
bestelldatum	Bestelldatum(Format YYYY-	2010-08-	-	
FF_[1-*]	Freifelder (Freifelder)	Test	-	
nocheck	Cross-Selling erlauben	1	0/1	
ref	Referer			

Freifelder

Standard-Freifelder sind ZusatzID, Freitext sowie Kunde.

Neue Freifelder anlegen

Zu jeder Kampagne können noch eigene Freifelder definiert werden. Die Verwaltung findet man unter System → Trackingcodes → Freifelder verwalten. Über den Link Freifeld hinzufügen kann ein neues Freifeld angelegt werden. Dort kann ein Name und die Sichtbarkeit für Partner definiert werden.

Jedes Freifeld ist in der angelegten Reihenfolge mit FF_1, FF_2 bis FF_n ansprechbar. Der Name zu jedem Freifeld steht in der Freifeld Verwaltung neben den Freifeldern.

Aufruf des Transaktionspixels anpassen

z.B.:

```
FF_1 = IP  
FF_2 = E-Mail
```

Sobald die neuen Freifelder angelegt wurden lassen sich diese über den Transaktionspixel befüllen. Dazu können die Daten über die neuen Parameter &FF_[Feld-Nr.]= übergeben werden.

z.B.:

```
https://partner.example.com/get_trans.cgi?...  
[Standard-parameter]...&FF_1=[IP]&FF_2=[Email]  
&FF_3=[Name]&FF_4=[Sonstiges]
```

Testen

Nach dem der Aufruf der get_trans.cgi angepasst ist, sollten sicherheitshalber einige Testbuchungen durchgeführt werden um zu prüfen ob alle Daten richtig übernommen werden.

Anzeige überprüfen

Die Daten der Freifelder werden auf den folgenden Seiten angezeigt:

Manager/Admin Login:

In der Transaktionsübersicht der „Offene Transaktionen“. Jeder dieser Tabellenspalten ist anklickbar, worauf sich darunter weitere Informationen, wie auch die Daten der Freifelder, anzeigen lassen. Mit einem weiteren Klick schliesst man diese Informationsspalte wieder. Außerdem werden die Freifeld-Daten angezeigt wenn man auf „Transaktion bearbeiten“ klickt.

Anmerkungen

Partner-Bereich:

Genau wie im Manager-Bereich unter „Offene Transaktionen“.

Weitere Anmerkungen zu den Freifeldern:

- Freifelder sind immer einer bestimmten Kampagne zugeordnet, können also von Kampagne zu Kampagne variieren.
- Die Sichtbarkeit für Partner und der Name der Freifelder kann jederzeit angepasst werden
- Einmal angelegt Freifelder können nicht mehr gelöscht werden
- Die Reihenfolge kann nicht mehr verändert werden

Conversion Tracking

Externe Tracking- möglichkeiten

Möchten Sie Ihren Partnern die Möglichkeit geben, über externe Systeme wie z.B. Google AdWords Werbung einzubuchen und an diese Systeme eine Erfolgsmeldung zu übertragen, aktivieren Sie unter Partner → Conversion- Tracking über das Schraubenschlüsselsymbol . Verwenden Sie für den Transaktionspixel (get_trans.cgi) einen JS-Container, das Conversion Tracking ist sofort einsatzbereit. Ansonsten fügen Sie den unter Tracking Codes angezeigten Iframe-Tracking Code in Ihre Bestätigungsseite ein.

Partner können dann einen Conversion separat für einzelne Kampagnen anlegen. Bei der erstmaligen Eingabe und bei jeder Änderung des Conversion Codes eines Partners erhalten Sie als Manager eine E-Mail (Datenänderung). Sie können den Conversion-Code prüfen und zur Verwendung freigeben. Ihre Partner können die Platzhalter <% tid %>, <% umsatz %> und <% produkt %> verwenden, um Werte in das eigene Tracking-System zu übermitteln.

Über das Menü Partner → Conversion-Tracking können Sie die Codes der Affiliates freigeben oder bereits freigegebene Codes überprüfen