

Conversion Tracking Implementierung

Eine Anleitung für Shopbetreiber

Warum Conversion Tracking?!	2
Click out: Additional Parameter	2
Die Click ID	2
Datenstruktur: Conversion Targets und Tracking Categories	6
Conversion Code	6
Varianten des Codes	7
Javascript	7
Image Pixel	8
S2S Callback	8
Pflicht-Parameter	10
optionale Parameter (oft verwendet)	11
Basket Tracking	12
Der Onpage Code	13
Cookies und Datenschutz	14
Trackingqualität	16

Warum Conversion Tracking?!

Conversion Tracking erlaubt das Zuordnen von Sales und Events zu Trafficquellen. Damit ist es im nächsten Schritt möglich, monetäre Werte zuzuordnen. Das kann zum Beispiel eine Provision pro vermittelten Sale sein.

Auswertungen der mit Conversion Tracking erhobenen Daten in Reportings ermöglichen, Aussagen über Performance, Entwicklungen, Kosten, Einnahmen und Optimierungspotentiale treffen zu können.

Damit das alles möglich ist, muss ein Tracking-Pixel auf der Bestellbestätigungsseite (auch Danke-Seite) nach Bestellabschluss integriert werden.

Kurzgesagt

Conversion Tracking verbindet Klicks mit einem Sale, der über einen Tracking-Pixel erfasst wird.

Click out: Additional Parameter

Um Trafficquellen in weiteren Systemen, wie beispielsweise Google Analytics, analysieren zu können, können an Links bzw. Weiterleitungen automatisch Parameter (z.B. UTM-Parameter) angefügt werden.

Die Werte der Parameter können

- mit statischen Werten (z.B. `utm_source=affiliate`)
- oder mit dynamischen Werten (z.B. `utm_source=#{PARTNER_ID}`), sodass die jeweilige Partner-ID übergeben wird)

befüllt werden.

Das Additional Parameter Tool befindet sich unter *Manage Advertisers > Advertiser Tracking*

Die Click ID

Für das Tracking wichtiger Parameter ist die Click ID. Sie funktioniert als Fallback, für den Fall dass Cookies gelöscht wurden.

Die Click ID wird mit jedem Klick als Get-Parameter über die URL an den Shop übergeben. Der Shop speichert diese Click ID zwischen und übergibt sie beim Aufruf des Conversion Tracking-Pixels zurück.

Die Schritte zum Einrichten des Click ID Trackings sind:

1. Einrichten der Click ID als Additional Parameter:

Im ersten Schritt muss die Click ID als additional Parameter eingerichtet werden. z.B. `clickid=#{CLICK_ID}`. Das erfolgt im System unter *Manage Advertisers > Advertiser Tracking*

Weiterlesen

Eine ausführliche Anleitung zur Funktionsweise der Additional Parameter finden Sie hier:

<https://onlinemarketing-support.com/additional-parameters/>

2. Der Shop liest die Click ID aus der URL aus und speichert sie entweder in einem Cookie oder in der Datenbank.

Bei der Zwischenspeicherung in einem Cookie empfehlen wir sehr, den Cookie serverseitig (z.B. mit PHP) zu setzen.

Beispiele

Code Beispiel PHP: Cookie mit Click ID serverseitig setzen:

```
<?php
if(isset($_GET["clickid"])) {
    setcookie("clickid", $_GET["clickid"], time() + 365*24*60*60);
}
?>
```

Javascript Code Beispiel: Cookie mit Click ID browserseitig setzen:

```
<html>

<head>
</head>

<body>
  <div id="mydiv">Hello, this a Test Page</div>
  <script>
    function setCookie(cname, cvalue, exdays) {
      var d = new Date();
      d.setTime(d.getTime() + (exdays * 24 * 60 * 60 *
1000));
      var expires = "expires=" + d.toUTCString();
      document.cookie = cname + "=" + cvalue + ";" + expires
+ ";path=/";
    }

    function getCookie(cname) {
      var name = cname + "=";
      var decodedCookie =
decodeURIComponent(document.cookie);
      var ca = decodedCookie.split(';');
      for (var i = 0; i < ca.length; i++) {
        var c = ca[i];
        while (c.charAt(0) == ' ') {
          c = c.substring(1);
        }
        if (c.indexOf(name) == 0) {
          return c.substring(name.length, c.length);
        }
      }
      return "";
    }

    function saveClickId(qparam) {
      //Get ClickID and save to Cookie
      var urlParams = new
URLSearchParams(window.location.search);
      if (urlParams.has(qparam)) {
        var cli = urlParams.get(qparam);
        setCookie(qparam, cli, 60);
      }
    }
  </script>
</body>
</html>
```

```

(function () {
    //read new value with name clickid
    saveClickId('clickid');
    //show value in Browser
    var para = document.createElement("P");
    var t = document.createTextNode("This is the ID: " +
getCookie('clickid'));
    para.appendChild(t);
    document.getElementById("mydiv").appendChild(para);
})();

</script>

</body>
</html>

```

3. Auslesen der Click ID auf der Bestellbestätigungsseite, damit sie an den Tracking-Code übergeben werden kann.

Beispielcode Cookie serverseitig mit PHP auslesen

```

<?php
if(isset($_COOKIE["clickid"])) {
    $clickid = $_COOKIE["clickid"];
}
?>

```

Beispielcode Cookie browserseitig mit JavaScript auslesen

```

<script>
function getCookie(cname) {
    var name = cname + "="; var ca = document.cookie.split(";");
for (var i = 0; i < ca.length; i++) {
    var c = ca[i]; while (c.charAt(0) == " ") {
        c = c.substring(1);
    } if (c.indexOf(name) == 0) {
        return c.substring(name.length, c.length);
    }
}
}

```

```
    }  
  } return "";  
}  
var clickid = getCookie("clickid");  
</script>
```

Datenstruktur: Conversion Targets und Tracking Categories

Trackingereignisse (Conversions) haben zwei Dimensionen, die sie definieren. Diese Dimensionen sind später auswertbar und können vergütet werden (z.B. eine Provision pro Sale).

Sowohl Conversion Targets als auch Tracking Categories müssen im System angelegt sein, bevor der Conversion Code implementiert werden kann. Das Anlegen erfolgt im System unter *Manage Advertisers*.

Conversion Target: Definiert den Typ des Ereignisses, z.B. Sale, Appinstall, Newslettersignup.

Tracking Category: Definiert die kommerzielle Dimension etwa nach Marge, z.B. Produktgruppe ("Flug", "Hotel", "Mietwagen")

Weiterlesen

Eine ausführliche Anleitung zur Funktionsweise von Conversion Targets sowie Tracking Categories finden Sie hier:

<https://onlinemarketing-support.com/working-with-conversion-targets/>

<https://onlinemarketing-support.com/tracking-categories/>

Conversion Code

Auf der Bestellbestätigungsseite für Sales (bzw. bei anderen Ereignissen auf den entsprechenden Seiten) wird der Conversion Code (auch Tracking-Pixel) implementiert. So werden abgeschlossene Sales (bzw. Events) gemessen. Über verschiedenen Variablen und Parameter werden Daten übergeben, z.B. die Order ID oder der Warenkorbwert.

Varianten des Codes

Den Conversion Code bekommen Sie entweder zugeschickt oder Sie können ihn im User Interface unter *Manage Advertisers* > *view tracking code* generieren.

Bitte implementieren Sie nur Ihren individuellen Conversion Code der Ihre IDs (Advertiser ID und Tracking Domain) enthält. Bitte nicht die Codes der folgenden Beispiele verwenden.

Weiterlesen

Eine ausführliche Anleitung zum Generieren der Tracking Codes finden Sie hier:

<https://onlinemarketing-support.com/configuring-and-implementing-tracking-codes/>

Javascript

Grundsätzlich empfehlen wir die Nutzung des Javascript Codes bei browserseitigen Implementierungen.

Der Javascript Code eignet sich besonders gut für die Implementierung in Javascript-Umgebungen wie Tag Management Systeme. Außerdem bietet er Vorteile bei der Übermittlung von Baskets (siehe unten) und hat zusätzliche Funktionalitäten wie eine Container-Funktionalität.

Beispiel:


```

1 <!-- BEGIN INGENIOUS TECHNOLOGIES TRACKING CODE -->
2 <script type="text/javascript">
3   var itsConv = {
4
5     trcCat : 'basket',
6     convTarget : 'Sale',
7     siteId : 'checkout',
8     convId : '',
9     ordValue : '',
10    ordCurr : 'EUR',
11    clickId : '',
12    discCode : '',
13    isCustNew : '',
14    payMethod : '',
15    basket : '{"pid":"!!VALUE!!","prn":"!!value!!","brn":"!!value!!","pri":"!!VALUE!!","qty":"!!VA
16    LUE!!","trc":"!!value!!","prc":"!!value!!!!value!!!!value!!!!value!!"}'+
17    +','pid":"!!VALUE!!","prn":"!!value!!","brn":"!!value!!","pri":"!!VALUE!!","qty":"!!VALUE!!",
18    "trc":"!!value!!","prc":"!!value!!"}',
19    advId : 'i5615284',
20    trcDomain : 'marketing.net.ingenioustechnologies.com'
21  };
22  // DO NOT CHANGE. The following lines assure tracking functionality.
23  en=function(v){if(v){if(typeof(encodeURIComponent)=='function'){return(encodeURIComponent(v));}
24  return(escape(v));};ts=function(){var d=new Date();var t=d.getTime();return(t);};im=function(
25  s){if(document.images){if(typeof(ia)!="object"){
26  var ia=new Array();};var i=ia.length;ia[i]=new Image();ia[i].src=s;ia[i].onload=function(){};}else
27  {document.write('');};var pr='http'+(document.location.protocol=='https':'s:');';
29  fr=function(s){var d=document;var i=d.createElement("iframe");i.src=s;i.frameBorder=0;i.width=0;i.
30  height=0;i.vspace=0;i.hspace=0;i.marginWidth=0;i.marginHeight=0;i.scrolling="no";i.
31  allowTransparency=true;i.style.display="none";try{d.body.insertBefore(i,d.body.firstChild);}

```

Image Pixel

Der Image Pixel eignet sich bei einfachen Events (i.d. Regel ohne Basket) bzw. beim Einbau in einfache Trackingweichen.

Beispiel:

```

1 <!-- BEGIN INGENIOUS TECHNOLOGIES TRACKING CODE -->
2 
9 <!-- END INGENIOUS TECHNOLOGIES TRACKING CODE -->

```

S2S Callback

Die Server to Server Callback-URL eignet sich zum Einsatz außerhalb von Browsern (z.B. aus Apps) oder eignet sich, um den Browser komplett zu umgehen.

Wichtig: Die Click ID ist ein Pflicht-Parameter, ohne sie kann Server to Server Tracking nicht funktionieren.

Der S2S Callback Link ist dem Image-Pixel sehr ähnlich. Um einen Image-Pixel in eine S2S Callback URL zu konvertieren, muss man nur den Parameter typ = i auf typ = s ändern.

Beispiel:

```
1 <!-- BEGIN INGENIOUS TECHNOLOGIES TRACKING CODE -->
2 
3 <!-- END INGENIOUS TECHNOLOGIES TRACKING CODE -->
```

Weiterlesen

Eine ausführliche Anleitung zum Generieren von Server to Server Tracking Codes finden Sie hier:

<https://onlinemarketing-support.com/configuring-and-implementing-tracking-codes-server-to-server/>

Pflicht-Parameter

Variable (JS)	Variable (img/ s2s)	Beispielwert	Erläuterung
convTarget	ctg	sale	Conversion Target. Das verwendete Conversion Target muss bereits im System hinterlegt sein.
trcCat	trc	default	Tracking Category. Die Tracking Category muss bereits im System hinterlegt sein. Besonderheit: Bei Basket-Tracking wird hier "basket" übergeben.
convId	cid	ORD12345	Conversion ID/ Order ID: Eindeutige Bestellnummer, welche die Bestellung identifiziert. Im Fall von Email-Adressen, diese bitte verschlüsseln.
ordValue	orv	4.98	Warenkorbwert, Brutto ohne Versandkosten. Wenn kein Warenkorbwert vorhanden ist, kann 0.00 übergeben werden.
ordCurr	orc	EUR	Währungscode nach ISO 4217
siteId	sid	checkout	kurze Bezeichnung der Seite, auf der der Pixel implementiert ist. zB. "checkout_page" o.ä.
clickId	cli	1234567890	Click ID, welche beim Click-in als Parameter übermittelt wurde. Bei S2S Callbacks ist die Click ID Voraussetzung für das Funktionieren des Trackings.

optionale Parameter (oft verwendet)

Variable (JS)	Variable (img/ s2s)	Beispielwert	Erläuterung
discValue	dsv	12.34	Rabatt durch einen Gutschein. Numerischer Wert. Bei Einsatz eines Gutscheins, den Rabatt bitte nicht im Order Value nicht berücksichtigen, sondern separat als Discount Value übergeben. Das System berücksichtigt dann die Diskontierung.
discCode	dsc	XMAS2020-4578aved	Code des eingelösten Gutscheins
isCustNew	csn	true	Ist ein Kunde Neukunde? true = Neukunde, false = Bestandskunde
payMethod	pmt	paypal	Zahlungsmittel
userVal1	uv1		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche Informationen zu übergeben
userVal2	uv2		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche Informationen zu übergeben
userVal3	uv3		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche

			Informationen zu übergeben
userVal4	uv4		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche Informationen zu übergeben

Weiterlesen

Eine ausführliche Auflistung aller möglichen Parameter sowie zur Arbeit mit Conversion Tracking Codes finden Sie hier:

https://onlinemarketing-support.com/configuring-and-implementing-tracking-codes/#ip_t_kb_toc_238_5

Basket Tracking

Basket Tracking fügt einer Conversion eine oder mehrere Positionen des Warenkorbs hinzu. So können einzelne gekaufte Produkte analysiert und/oder verprovisioniert werden.

Voraussetzung: Es muss eine Tracking Category (trc) mit dem Namen und Alias "basket" angelegt sein

Der Basket wird als Wert in einem Parameter im JSON-Format übergeben. Im Image-Pixel bzw. im S2S-Callback muss dieses JSON-Objekt URL-encodiert übergeben werden.

Die einzelnen Bestandteile der Basketpositionen sind in der folgenden Tabelle aufgeführt:

Variable	Beispielwert	Erläuterung
pid	12345678	eindeutige Produktnummer, z.B. EAN
prn	Adidas Originals Continental	Name des Produkts
brn	Adidas	Marke
pri	54.95	Preis des Produkts (Brutto)
qty	1	Anzahl der gekauften Einheiten

trc	default	Tracking Category des Produkts. Die Tracking Category muss bereits im System hinterlegt sein. Wenn keine gesonderte Tracking Category genutzt werden soll, bitte 'default' übergeben
prc	Kleidung.Herren.Schuhe	optional: Hierarchie der Produktkategorie mit Punkt '.' als Trennzeichen

Beispiel

```

basket : '{"pid":"123456","prn":"!Adidas Originals Continental
80","brn":"Adidas","pri":"54.95","qty":"1","trc":"default","prc":"Mode.H
erren.Schuhe.Sneaker"}'
',{"pid":"9876543","prn":"Anna Field Damensocken schwarz","brn":"Anna
Field","pri":"12.34","qty":"3","trc":"default","prc":"Mode.Damen.Zubehör
"}',

```

Der Onpage Code

Der Onpage Code soll auf allen öffentlich zugänglichen Seiten implementiert werden. Sein Hauptzweck ist das Erkennen von einkommendem Traffic. Weitere Funktionalitäten sind Sicherung der Trafficqualität (Erkennen von echten Klicks vs. gecachte Aufrufe, sicherstellen des gesetzten Cookies bei eventuell geblockten Cookies von Adserver redirects).

Variable	Beispielwert	Erläuterung
siteld	www.shop.com/dresses/red-dress123.html	Pfad oder URL der Seite, auf der der Code eingebunden ist.
productId	12345678	nur auf Produkt- bzw. Produktdetailseiten: Eindeutige Produkt-ID des Produkts
userVal1		Optional: freies Feld für Werte, die im Data Layer

		des Onpage Codes gewünscht sind.
userVal2		Optional: freies Feld für Werte, die im Data Layer des Onpage Codes gewünscht sind.

Cookies und Datenschutz

Wer mit Trackingtechnologien arbeitet, möchte oder muss diese in seiner Datenschutzerklärung transparent machen und ggf. auch eine Opt-Out-Möglichkeit bereitstellen.

Der folgende Text ist ein Vorschlag für eine entsprechende Passage in der Datenschutzerklärung Ihres Shops. Tracking-Domain sowie Advertiser-Id (i-Nummer im Trackingcode) müssen ergänzt werden:

Tracking-Technologie der Ingenious Enterprise Plattform | Verwendung von Cookies

Wir setzen eine Tracking-Technologie der Ingenious Technologies AG, Französische Straße 48, 10117 Berlin, ein, um die Verbindung zwischen einem Klick des Nutzers auf ein Werbemittel bzw. einer Anzeige eines Werbemittels (Touch-Point) und einer Aktion von Ihnen (z.B. einem Kauf im Online-Shop oder einer Newsletter-Registrierung) herzustellen. Bei jedem Touch-Point sendet Ihr Browser eine HTTP-Anfrage (Request) an den Server von Ingenious, mit der bestimmte Informationen übermittelt werden. Zu diesen Informationen zählen die URL der Webseite, auf der Werbemittel platziert ist (Referrer-URL), die Browser-Kennung (User-Agent) des Endgeräts (einschließlich Informationen über den Gerät-Typ und das Betriebssystem), die IP-Adresse des Endgeräts (diese IP-Adresse wird von Ingenious vor der Speicherung anonymisiert), HTTP-Header (von Ihrem Browser automatisch übermittelte Datenpaket mit diversen technischen Informationen), der Zeitpunkt des Requests und, falls auf dem Endgerät zuvor bereits gespeichert, das Cookie mit seinem gesamten Inhalt.

Ein Cookie ist ein kleines Datenpaket, welches zwischen Ihrem Browser und dem Server ausgetauscht wird. In diesem Datenpaket können die für die Webanwendung relevanten Informationen gespeichert und übermittelt werden, z.B. der Inhalt eines virtuellen Warenkorbes.

Die Tracking-Technologie speichert zur Dokumentation von Aktionen Cookies auf Ihrem Endgerät. In dem Cookie wird die Information über die letzten Touch-Points gespeichert (d. h. wann von einem Endgerät ein bestimmtes Werbemittel angezeigt oder angeklickt wurde). Außerdem wird im Cookie eine von Ingenious generierte Cookie-ID gespeichert. Zu dieser Cookie-ID werden bei Ingenious die Daten über die erfolgten Touch-Points und

Informationen zu Ihren Aktionen gespeichert. Die gespeicherten Touch-Points lassen sich ggf. zu einer Abfolge-Kette (User-Journey) zusammensetzen.

Bei einem Aktion-Request werden meistens auch die Bestellnummer und der Warenkorbwert Ihrer Bestellung übermittelt und von Ingenious gespeichert. Zusätzlich können folgende Werte übermittelt und gespeichert werden: Ihre Kundennummer, Neukunde -Merkmal, Ihr Alter und Geschlecht sowie die bei einer Kundenumfrage von Ihnen gemachten Angaben.

Die an Ingenious übermittelten Informationen und die Cookies dienen ausschließlich dem Zweck einer korrekten Zuordnung des Erfolgs eines Werbemittels und der entsprechenden Abrechnung und ist mit unseren berechtigten Interessen nach Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO gerechtfertigt.

Falls Sie die Speicherung von Cookies in Ihrem Browser nicht wünschen, können Sie dies durch die entsprechende Browsereinstellung erreichen. Sie können in Ihrem jeweiligen Browser das Speichern von Cookies unter Extras/Internetoptionen deaktivieren, auf bestimmte Webseiten beschränken oder Ihren Browser so einstellen, dass er Sie benachrichtigt, sobald ein Cookie gesendet wird. Bitte beachten Sie aber, dass Sie in diesem Fall mit einer eingeschränkten Darstellung der Onlineangebote und einer eingeschränkten Benutzerführung rechnen müssen. Sie können Cookies auch jederzeit löschen. In diesem Fall werden die darin hinterlegten Informationen von Ihrem Endgerät entfernt.

Das Sammeln und Verarbeiten von Tracking-Daten kann auch durch einen Klick auf diesen Tracking-Opt-Out Link deaktiviert werden:

<https://<Tracking-Domain>/ts/<Advertiser-ID>/tsv?settrackingoptout=a>

Beim Klicken auf den Tracking-Opt-Out Link wird ein spezielles Cookie geschrieben, wodurch das Tracking im aktuellen Webbrowser des Endgeräts deaktiviert wird. Das Tracking wird jedoch wieder aktiviert, sobald Sie Tracking-Opt-Out Cookie löschen.

Welche Cookies im Einzelnen von unserer Tracking-Technologie verwendet werden, können Sie der folgenden Übersicht entnehmen:

Domain	Cookie Name	Zweck des Cookies und weitere Informationen
<Tracking-Domain>	tsv	Dieses Cookie wird geschrieben, wenn ein Werbemittel angezeigt wird. Dieses Cookie beinhaltet eine Cookie-ID sowie eine Liste mit den Daten über die letzten View - Touch-Points, bestehend aus Zeitpunkt, Referrer-URL und Admedia-Code (eindeutige Identifizierung eines Werbemittels, die Informationen über Vertriebskanal, Publisher, Website des Publishers und Werbemittel beinhaltet).

<Tracking-Domain>	tsc	Dieses Cookie wird geschrieben, wenn auf ein Werbemittel geklickt wird. Dieses Cookie beinhaltet eine Cookie-ID eine Liste mit den Daten über die letzten Click - Touch-Points, bestehend aus Zeitpunkt, Referrer-URL, ID der Seite im Shopsystem des Kunden und Admedia-Code (eindeutige Identifizierung eines Werbemittels, die Informationen über Vertriebskanal, Publisher, Website des Publishers und Werbemittel beinhaltet).
<Tracking-Domain>	trackingoptout	Dieses Cookie wird geschrieben, wenn auf den Opt-Out-Link geklickt wird, damit das Tracking für den aktuellen Webbrowser dieses Endgeräts deaktiviert wird.

Trackingqualität

Das Tracking allein mit Cookies ist mittlerweile spürbar eingeschränkt, sodass das Risiko besteht, signifikante Datenmengen nicht zu erfassen. Gründe liegen in Regulierungen durch Browser (wie z.B. Firefox oder Safari), dem Einsatz von AdBlocker-Software u.a.

Besonders Third-Party-Cookies (Tracking Cookie kommt von einer anderen Domain als der Shop-Domain) werden häufig blockiert.

Wir empfehlen deswegen eine Kombination verschiedener Maßnahmen. Diese können auf den eigenen Anwendungsfall angepasst werden:

- Nutzung einer First Party Domain für das Tracking (zur Einrichtung, sprechen Sie Ingenious Technologies gerne an)
- Einsatz der Click ID, Speicherung der Click ID idealerweise entweder durch einen serverseitig gesetzten First Party Cookie oder in der Datenbank des Shops
- Implementierung des Onpage Codes
- Wenn first party tracking nicht möglich ist, ist die Übermittlung des Conversion Codes per Server to Server Callback eine gute Option, so werden die Browser bzw. Adblocker (meist Browser-Plugins) umgangen.