

Technische Informationen zum Tracking für den Betrieb eines Affiliate-Programms bei affilinet

Tracking ist die Basis des Affiliate-Marketings. Denn: Um die Vermittlung neuer Kunden von Publisher- zu Advertiser Websites verfolgen zu können, muss eine zuverlässige Trackingmethode vom Advertiser und von affilinet eingesetzt werden.

Tracking im Überblick

So funktioniert das affilinet-Tracking

1. Der Publisher setzt auf seiner Website einen Link auf die Website des Advertisers.
2. Besucher der Publisher-Website klicken auf diesen Link. Die Clicks werden gezählt und die Besucher zur Advertiser-Website weitergeleitet. Dabei wird die ID des vermittelnden Publishers festgehalten, bis eine Transaktion (Lead oder Sale) zustande kommt. Dies geschieht i.d.R. über Cookies.
3. Mit Abschluss der Transaktion werden Publisher-ID und einige Eckdaten zur Transaktion an affilinet gemeldet. Die Transaktion erscheint in der affilinet Statistik zunächst als "vorgemerkt". Erst nach Freigabe durch den Advertiser wird sie bestätigt bzw. provisioniert.

Das affilinet Standard-Tracking gibt dem Advertiser zudem die Möglichkeit, den Publisher auch dann zu vergüten, wenn der geworbene Kunde nicht unmittelbar beim ersten, sondern erst bei einem Folge-Besuch den Sale/ Lead tätigt. Der Zeitraum, in der ein Besuch als Folgebesuch getrackt wird, ist definierbar.

Erhält der Publisher die Provision nur dann, wenn der geworbene Kunde sich direkt beim ersten Programm zum Kauf entscheidet, sinkt die Attraktivität des Programms; denn gerade bei Kaufentscheidungen sind viele Kunden zögerlich und schließen eine Bestellung erst bei einem Folge-Besuch ab.

Zusätzliches Tracking durch Advertiser

Auf Wunsch kann der Advertiser die Publisher zusätzlich mit einem eigenen System tracken. Hierzu müssen Details vorab genau mit dem affilinet Support abgestimmt werden, insbesondere wenn ein in der URL mitgegebener Parameter den Aufruf des affilinet-Trackingcodes beeinflusst.

Anbindung an Backend-Systeme des Advertisers

Das affilinet-System ist sehr flexibel. Es kann schnell und einfach an alle Bestell- bzw. Warenwirtschaft-Systeme angebunden werden. Einzige Voraussetzung ist die Möglichkeit, in den Quellcode des Bestellsystems einzugreifen.

Acht Tracking-Methoden im Detail

A Standardtracking mit affilinet-Cookie

B Sessiontracking

C Kombiprogramm

D Programm mit variablen Raten

E Kombiprogramm mit variablen Raten

F Programm mit Folgeprovision (Lifetime-Provision)

G Standardverfahren mit übermitteltem Parameter und Merchant-Cookie

H Click-Out Tracking

A Standardtracking mit affilinet-Cookie

Beim Klick wird auf der Festplatte des Internetnutzers ein Cookie gesetzt. Das Cookie enthält die ID des vermittelnde Publishers sowie eventuell eine SubID und Informationen über den Link (Linktyp und Identifikationsnummer). Beim Abschluss einer Transaktion wird der Inhalt des Cookies ausgelesen und Lead oder Sale dem entsprechenden Publisher zugeordnet.

Das 60 Tage (Default-Wert) gültige Tracking-Cookie wird von affilinet gesetzt und gelesen. Es handelt sich hierbei um einen so genannten 3rd Party Cookie, der keinerlei persönlichen Daten im Tracking-Cookie abspeichert.

Tracking mittels Cookie ist die mit Abstand einfachste, zuverlässigste und insbesondere fairste Methode, Affiliate-Partnerschaften zu verwalten. In der Advertiser-Website muss lediglich ein einfacher HTML-Code eingefügt werden. Alle innerhalb von 60 Tagen vermittelten Bestellungen des Klicks werden provisioniert. Nach allen vorliegenden Untersuchungen liegt der Anteil der Internetuser, die Cookies nicht akzeptieren unter 1 Prozent.

Alternativ können Transaktionen anstatt Cookies auch mittels Session-Variablen über die Betreiber-Website getrackt werden. Diese Variante wird von affilinet nicht empfohlen.

Weiterleitung des Users zur Advertiser-Website

Durch den Klick auf einen Publisher Link wird der Besucher zunächst über <http://partners.webmasterplan.com/click.asp> zu der entsprechenden Einstiegs-URL des Advertisers weitergeleitet. In diesem Schritt wird das Tracking-Cookie beim Internetuser gesetzt.

Der Advertiser kann über das affilinet Interface jedem Link eine entsprechende Ziel-URL zuordnen (sog. Deep-Links). Auch die Verwendung von Produkt- oder Artikelnummern ist möglich. Details erfahren Sie auf Anfrage.

Meldung der Transaktionen an affilinet

In der Abschluss-Seite des Bestell-Systems wird ein affilinet-Trackingcode integriert. Dieser Code muss pro Bestellung dynamisch erzeugt werden.

Basis-Code für Pay-Per-Lead/Sale Programme

Vergütung = Fixbetrag

```
<IMG SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=XXX&order=TRACKING_NUMMER " WIDTH=1 HEIGHT=1>
```

Vergütung = prozentual

```
<IMG SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=XXX&order=TRACKING_NUMMER&price=BESTELLWERT&curr=EUR" WIDTH=1 HEIGHT=1>
```

Damit wird eine unsichtbare 1x1-Pixel-Grafik in die Abschluss-Seite eingefügt; gleichzeitig werden die Transaktionsdaten an affilinet übermittelt. affilinet liest den Tracking-Cookie aus. Falls eine Publisher-ID vorhanden ist, werden die Transaktionsdaten im affilinet-System gespeichert.

Erläuterung allgemeiner Parameter

- **site=XXX** : das ist die Programm-ID, sie darf KEINESFALLS geändert werden
- **order=TRACKING_NUMMER**: hier ist dynamisch eine eindeutige (einmalige) Rechnungsnummer o.ä. einzufügen. Hiermit ist der Text 'TRACKING_NUMMER', wie

z.B. order=pk4327 zu ersetzen. Damit werden die Bestellungen im affilinet identifiziert. Diese Zeichenkette muss pro Bestellung eindeutig sein und dient als Verbindung zwischen affilinet und dem Bestellsystem. Anhand der Tracking-Nummer wird die Bestellung bestätigt bzw. zur Provisionierung freigegeben.

Zusatz-Parameter für Pay-Per-Sale mit prozentualer Vergütung

- **curr**=EUR: Währung der Bestellung. Momentan nur Euro möglich.
 - **price**=BESTELLWERT: hier ist dynamisch der Nettowert der Bestellung (d.h. ohne MwSt.) einzufügen. Damit wird die Publisher-Provision kalkuliert. Der Text 'BESTELLWERT' ist mit der entsprechenden Zahl, wie z.B. price=199,95 zu ersetzen. Komma oder Punkt können als Dezimalstelle verwendet werden.
 - **Bei SSL-Verbindungen muss "https://" verwendet werden**
- Darüber hinaus können weitere Zusatzparameter verwendet werden um bestimmte advanced Features von affilinet zu verwenden, wie z.B. mehrfache Provisionsraten oder kombinierte Lead/Sale-Programme. Weitere Details auf Anfrage bzw. nach Programmeinrichtung.

Freigabe von Transaktionen

Online bestellt bedeutet nicht immer erfolgreich bestellt. Es gibt Fehlbestellungen, Retouren, Betrugsversuche usw. Registrierte Transaktionen erscheinen in der Publisher-Statistik zunächst als "vorgemerkt". Provisioniert wird die Transaktion aber erst nach ausdrücklicher Freigabe des Advertisers, indem die Bestellung als "bestätigt" gekennzeichnet wird.

Der Advertiser kann:

- alle Transaktionen automatisch bestätigen lassen. (Nachträgliche Stornierungen sind nur noch manuell durch die affilinet Mitarbeiter möglich.)
- Transaktionen über sein Login manuell und individuell nach seinen Kriterien freigeben (innerhalb 60 Tagen).
- Transaktionen durch eine an affilinet zu sendende Excel-Datei automatisch bestätigen bzw. stornieren lassen. (Details bzgl. Übermittlung nach Absprache)

B Sessiontracking

Beim Klick wird die Publisher-ID von affilinet in der Adresszeile des Browsers an den Advertiser übergeben.

`http://www.advertiser-seite.de/?ref=Publisher-ID&affmt=b1&affmn=1`

Die Publisher-ID **muss** vom Advertiser erfasst werden und in seine **Datenbank** geschrieben werden. Auf der Abschlussseite muss der Trackingcode mit den bereits bekannten Parametern versehen und zusätzlich die Publisher-ID mit angehängt werden.

`<IMG`

```
SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=2676&order=Eind  
eutigeAuftragsnummer&curr=EUR&price=BESTELLWERT&ref=PartnerID&affmt=b1&affm  
=1" WIDTH="1" HEIGHT="1">
```

Nachteil:

Ein Kunde, der sich später erst zum Kauf entschließt, generiert keine Provision für den Publisher.

C Kombiprogramm

Für das Tracking in einem Kombiprogramm (Lead/Sale) muss der Trackingcode abhängig von der Aktion des Kunden mit einer **Erweiterung** versehen werden. Bei einer Bestellung muss das Script erkennen, wann ein Lead bzw. ein Sale erfolgt ist. Danach muss der Trackingcode dynamisch um folgende Variablen erweitert werden:

Beispiel 1: Es wird ein **Lead** generiert

```
<IMG  
SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=2153&order=TRAC  
KING_NUMMER&mode=pp1" WIDTH="1" HEIGHT="1">
```

Beispiel 2: Es wird ein **Sale** generiert

```
<IMG  
SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=2153&order=TRAC  
KING_NUMMER&price=12.5&mode=pps" WIDTH="1" HEIGHT="1">
```

Bitte beachten Sie: Sollte der User eine Aktion durchführen, die sowohl einen Lead als auch einen Sale generiert, muss der Trackingcode auf der Abschlussseite zweimal aufgerufen werden. Die notwendige zweite Auftragsnummer darf sich hierbei nicht wiederholen. Es kann hier im Bedarfsfalle ein Timestamp an die Auftragsnummer angehängt werden.

D Programm mit variablen Raten

Beispiel: Lead-Programm

Hier der normale Trackingcode vor der Erweiterung:

```
<IMG  
SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=2153&order=TRAC  
KING_NUMMER" WIDTH="1" HEIGHT="1">
```

Durch das Hinzufügen der Variable "**ltype=**" bestimmt das Script, welche Lead-Rate provisioniert werden soll. (Nach dem = folgen je nach Lead-Rate die Zahlen 1-10).

Beispiel:

```
<IMG  
SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=2153&order=TRAC  
KING_NUMMER&ltype=2"WIDTH="1" HEIGHT="1">
```

Hier wird die zweite Lead-Rate bedient deren Wert bei affilinet hinterlegt ist.

Beispiel: Sale-Programm

Der normale Trackingcode vor der Erweiterung:

```
<IMG  
SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=2153&order=TRAC  
KING_NUMMER&curr=EUR&price=Nettopreis" WIDTH="1" HEIGHT="1">
```

Durch das Hinzufügen der Variable

"price=" für die **erste** Provisionsstufe *an dieser Stelle keine Zahl einfügen!* "price2=" für die **zweite** Provisionsstufe, "price3=" für die **dritte** Provisionsstufe bestimmt das Script, welche Sale-Rate provisioniert werden soll.

Beispiel:

<IMG

SRC="http://partners.webmasterplan.com/register-sale.asp?site=2153&order=TRACKING_NUMMER&curr=EUR&price3=Nettopreis" WIDTH="1" HEIGHT="1">

Bitte beachten Sie: Bei einem Sale-Programm mit variablen Raten ist die Reihenfolge der Raten **immer:**

&price= (Dieser Preis steht für die **erste** Rate – Es gibt keine Variable „price1“)

&price2= (Dieser Preis steht für die **zweite** Rate)

&price3= (usw.)

&price4=

&price5=

Wir empfehlen Ihnen, dies im Gespräch mit dem verantwortlichen Programmierer **unmissverständlich zu kommunizieren.**

E Kombiprogramm mit variablen Raten

Beim Kombiprogramm mit variablen Raten wird der Trackingcode sowohl um den **Modus** als auch um die jeweiligen Preis- oder Lead-Variablen erweitert.

Beispiel 1:

Im Kombiprogramm soll nur ein **Lead** erzeugt werden

<IMG

SRC=http://partners.webmasterplan.com/register-sale.asp?site=2153&order=TRACKING_NUMMER&mode=pp1<ype=2" WIDTH="1" HEIGHT="1">

Beispiel 2:

Im Kombiprogramm soll nur ein **Sale** erzeugt werden

<IMG

SRC=http://partners.webmasterplan.com/register-sale.asp?site=2153&order=TRACKING_NUMMER&mode=pps&price2=Bestellwert" WIDTH="1" HEIGHT="1">

F Programm mit Folgeprovisionen (Lifetimeprovision)

Bedingungen

Für das Tracking von Folgeprovisionen (erneute Aktion eines vermittelten Kunden) bzw. Lifetime-Provisionen sind folgende Bedingungen zu schaffen:
affilinet **übergibt die Publisher-ID** im Browser im Parameter "ref,"

http://www.advertiser-seite.de/?ref=Publisher-ID (der Name des Parameters „ref“ kann von affilinet u. U. geändert werden)

Diese ID **wird** im Script des Bestellsystems **mit den vermittelten Kundenkennzeichen verknüpft**, so dass eine Zuordnung der Publisher-ID zum Kunden jederzeit möglich ist.

Durchführung

Generiert dieser Kunde nun eine weitere Aktion zu einem späteren Zeitpunkt, für die der Publisher eine Folgeprovision erhalten soll, muss der Trackingcode aus Ihrer Datenbank

nochmals aufgerufen werden und zwar mit einer "neuen" Auftragsnummer welche einen Bezug zum Kunden hat.

Diese kann in der Regel einfach erstellt werden, indem der bestehenden Auftragsnummer beispielsweise ein time-stamp oder eine Zahl hinter die bestehende Ordnernummer hinzugefügt wird. (Siehe Beispiel)

Zusätzlich muss dem Trackingcode nun noch die zuvor übermittelte und von Ihnen gespeicherte Publisher-ID hinzugefügt werden:

```
<IMG  
SRC="http://partners.webmasterplan.com/registersale.asp?site=Programmnummer&  
order=Auftragsnummer+Uhrzeit&ref=Publisher-ID" WIDTH="1" HEIGHT="1">
```

Weitere Provisionen werden mit jeweils einem **neuen Trackingcode** in der beschriebenen Weise generiert.

G Standardverfahren mit übermitteltem Parameter und Advertiser-Cookie

Situation

Der Advertiser möchte nicht jede Aktion an die affilinet-Datenbank übermitteln, sondern den affilinet Trackingcode nur dann aufrufen, wenn der vermittelte Kunde ursprünglich über affilinet gekommen ist. (Das Programm läuft bei mehreren Affiliate-Netzwerken).

Lösung

Der Advertiser setzt ein **eigenes Cookie**, welches den Besucher als über affilinet gekommen wieder erkennt.

In der Default URL des Programms wird deshalb in der Regel ein Parameter mitgegeben der vom Merchant definiert werden kann.

```
http://www.advertiser-seite.de/?id=affilinet
```

Das Cookie muss 60 Tage gültig sein und den aktuellen Datenschutzrichtlinien entsprechen.

Ablauf:

1. Klick auf das Werbemittel.
2. Parameter wird übergeben und im Bestellsystem ausgelesen.
3. Es wird ein Advertiser Cookie und ein affilinet Cookie gesetzt.
4. Der Besucher kommt nach xx Tagen wieder und ruft die Seite des Advertisers auf
5. Das Advertiser Cookie wird gelesen.
6. Auf der Abschlussseite wird (wegen des vorhandenen Advertiser Cookies) der Trackingcode aufgerufen.
7. Dieser Code liest das affilinet Cookie
8. Bestellung wird erfasst.

H Click-Out-Tracking

Click-Out bedeutet, dass der vom Publisher vermittelte Kunde die Seite des Advertisers über einen externen Link, wofür der Advertiser selbst vergütet wird, wieder verlässt (gut geeignet: Preisvergleich, Portale, Trefferlisten etc.)

Ein Click-Out-Programm wird prinzipiell als **Lead-Programm** eingerichtet. (Der Lead bezeichnet hier eine fixe Provision).

Auf der Website des Advertisers muss eine Stelle definiert werden, die das affilinet Tracking- Pixel aufruft. In der Regel geschieht dies über eine Zwischenseite oder ein Pop-up wenn der Besucher die Seite verlässt, um zum Anbieter zu gelangen (Click-Out). Auch hier ist die Generierung einer einzigartigen dynamischen Bestellnummer notwendig. Variable Raten und Sonderprovisionierungen sind wie bei einem normalen Programm auch jederzeit möglich.

Bei einem Click-Out-Programm werden die Clicks (Leads) extern erfasst und in einem nächtlichen Update als Summe in den Advertiser-Account zurückgespielt.

Bitte beachten Sie: Bei einem Click-Out-Programm sind seitens des Advertisers keine Stornierungen der Clicks möglich!

Der Publisher sieht in seinen Statistiken ebenfalls nur die täglichen Summen der Clicks.

Für Fragen oder weitere Informationen zum Thema Tracking und Set-up eines Affiliate-Programms wenden Sie sich

bitte an unser affilinet Support-Team:

eMail: support@affili.net

Tel.: +49-89-435710-250

-