

App Tracking Integration

Um Ihre mobilen Anwendungen optimal messbar zu machen und Conversions präzise zuzuordnen, bieten wir spezialisierte **Software Development Kits (SDKs)** an. Diese ermöglichen eine nahtlose Erfassung von App-Installs, In-App-Events und Sales.

- [Unsere SDKs](#)
- [Vorbereitung](#)
- [Tracking-Logik](#)
- [Conversion Messung - Native Integration & Webview Integration](#)
- [Hinweise](#)

Unsere SDKs

Da keine Browser-Cookies oder URL-Parameter über Screens hinweg bestehen bleiben, nutzt unser SDK eine ID-basierte Logik, um die User-Journey konsistent abzubilden.

Die Bibliotheken zur Integration sind in unseren öffentlichen Repositories zu finden:

iOS:

<https://bitbucket.org/easymarketinggmbh/easy.sdk-ios/src/master/>

Android:

<https://bitbucket.org/easymarketinggmbh/easy.sdk-android/src/master/>

Vorbereitung

Bevor die technische Integration startet, müssen folgende Vorbereitungen getroffen werden:

Publisher

Für jede App muss ein eigener App-Publisher im System angelegt werden. Dieser dient als Grundlage für die Zuordnung und Verwaltung der App-Kampagnen.

Kampagne

Lege eine Kampagne speziell für die App an oder wähle eine bestehende aus.

Werbemittel

Es müssen dedizierte Werbemittel für **iOS** und **Android** erstellt werden.

Triplet

Zur eindeutigen Identifikation der Nutzerinteraktionen muss ein Triplet erzeugt werden. Dieses wird je Plattform (iOS, Android) benötigt.

Entwickler-Dokumentation

Dem App-Entwicklungsteam die folgenden Informationen zur Verfügung stellen:

- Unser SDK für iOS/Android
- Die spezifischen Triplets für iOS und Android
- Die Kampagnen-ID zur eindeutigen Zuordnung der Events oder Conversions (In-App)

Tracking-Logik

Der Initial-Klick (Attribution)

Sobald ein Nutzer auf ein App-Werbemittel klickt, wird ein sogenannter `eclick` ausgelöst. Durch den Parameter `t=json` liefert unser System eine strukturierte Antwort zurück, die zwei entscheidende Identifikatoren enthält:

- **EMID:** Die eindeutige User-ID.
- **TRS:** Die Session-ID für das Tracking.

“ **Wichtig:** Diese beiden IDs müssen innerhalb der App persistent gespeichert werden. Sie dienen als "roter Faden" für alle folgenden Aktionen (Events/Käufe) des Nutzers.

Conversion Messung - Native Integration & Webview Integration

Je nach technischem Aufbau der App gibt es zwei Wege, Conversions zu erfassen:

Native Integration (In-App-Shop)

Wenn der Checkout-Prozess direkt im Code der App programmiert ist, ruft der Entwickler bei Abschluss den Conversion-Befehl des SDKs auf. Dabei werden die gespeicherten Parameter (**EMID** und **TRS**) mitgegeben, um den Kauf der ursprünglichen Werbequelle zuzuordnen.

Webview-Integration

Wird der Shop als mobile Webseite innerhalb der App (Webview) geladen, können die Parameter (EMID, TRS) einfach als GET-Parameter an die URL des Webviews angehängt werden. Unser System erkennt diese im eingebetteten Browser und führt das Tracking wie gewohnt fort.

Hinweise

Initialer Einstieg über Werbemittel

Sicherstellen, dass Nutzer ausschließlich über korrekt getrackte Werbemittel in die App gelangen. Dies ist entscheidend für die Attribution.

EMID und TRS speichern

Die App sollte diese Parameter sicher speichern und bei jedem relevanten Event mitsenden.

Datenschutz beachten

Klärung, wie und wo Tracking-Daten gespeichert werden. Wichtig ist die Beachtung der DSGVO.

Testing

Vor Livegang unbedingt die App-Integration testen. Insbesondere die Übergabe und Persistierung der Parameter und den Aufruf der Conversion-Events.

Event-Tracking

Neben Conversions können beliebige Events in der App getrackt werden (z. B. Registrierung, Klicks, Scrolls). Dafür bietet das SDK spezielle Methoden.