Einbindung externer Partner

- Einbindung externer Publisher über clientseitigen Trackingcall
- Serverseitige Übergabe der Transaktion an ein Publisher Tracking System

Einbindung externer Publisher über clientseitigen Trackingcall

Wenn ein Publisher über einen clientseitigen Trackingaufruf seine Sales (sowie alle damit verbundenen Parameter) erhalten möchte, ist dies problemlos möglich. Hierfür wird der Aufruf über das Tag-Management System der easy.MARKETING Software realisiert.

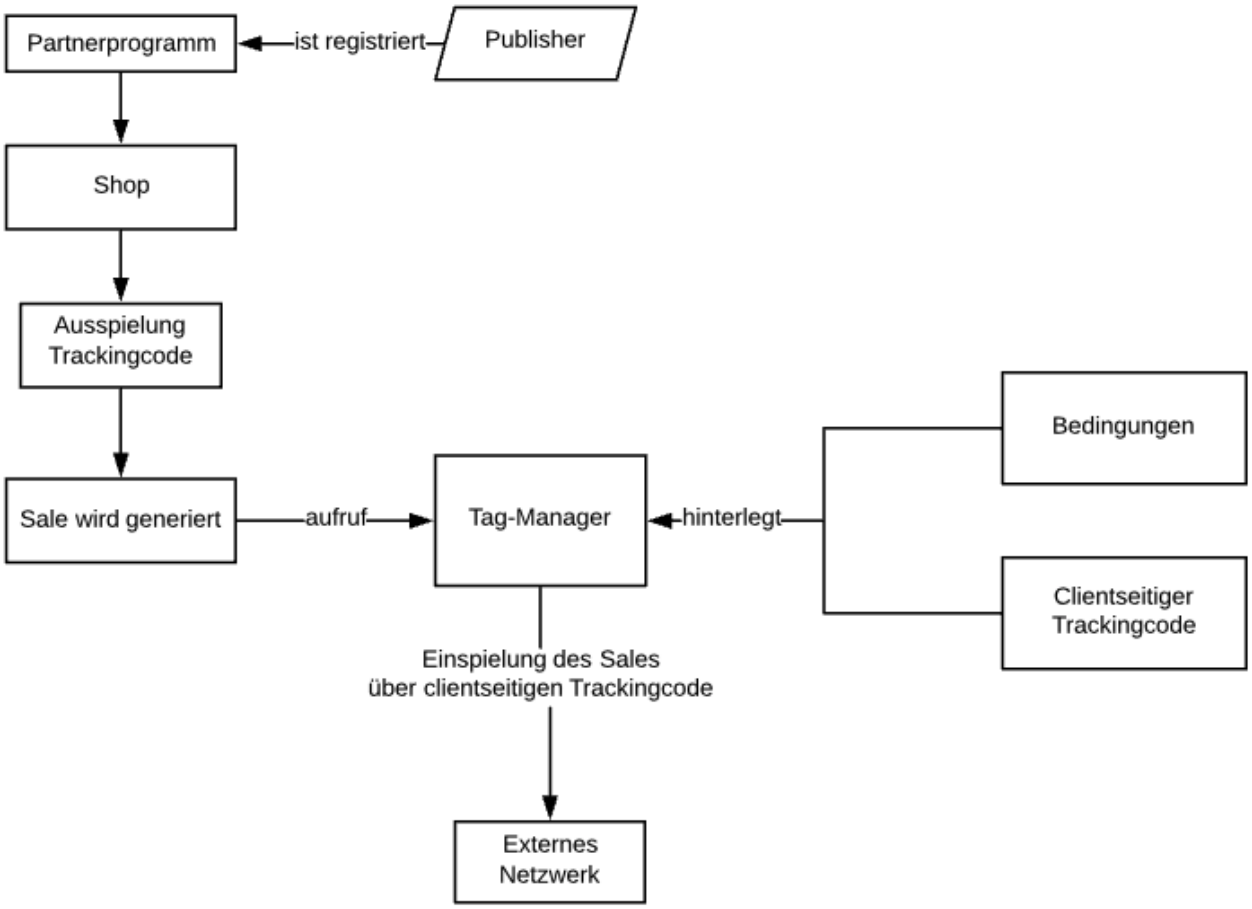
Bedingungen

- Registrierung des Publishers im entsprechenden Partnerprogramms
- Publisher-Trackingcode muss vorhanden und bekannt sein
- Hinterlegung des Publisher-Trackingcodes im Tag-Manager

Durchführung

Der Publisher registriert sich für das entsprechende Partnerprogramm oder wird in diesem angelegt. Nun wird der clientseitige Trackingcode vom Publisher für das Netzwerk angeliefert und im Tag-Management-System des Partnerprogramms eingebunden. Wenn durch einen User ein Sale generiert wird, wird dieser Sale dem entsprechenden Publisher im Partnerprogramm zugeordnet. Das Tag-Management-System erkennt, dass der Sale dem Publisher zugeordnet wurde und spielt den clientseitigen Trackingcode aus, so dass er im Browser des Users ausgeführt wird. In diesem Trackingcode können alle Informationen des Sales hinterlegt und so an den Publisher zurückgespielt werden.

Beispielhafte Darstellung:


Partnerprogramm
ist registriert
Publisher
Shop
Ausspielung
Trackingcode
Sale wird generiert
aufruf
Tag-Manager
hinterlegt
Bedingungen
Clientseitiger
Trackingcode
Einspielung des Sales
über clientseitigen Trackingcode
Externes
Netzwerk

Serverseitige Übergabe der Transaktion an ein Publisher Tracking System

Wenn ein Publisher über einen serverseitigenTrackingaufruf die ihm zugewiesenen Sales (sowie alle damit verbundenen Parameter) umgehend in seinem persönlichem System importiert haben möchte, ist dies problemlos möglich. Der nötige Code des Publishers muss hierzu im Tag-Management des Systems hinterlegt werden.

Bedingungen

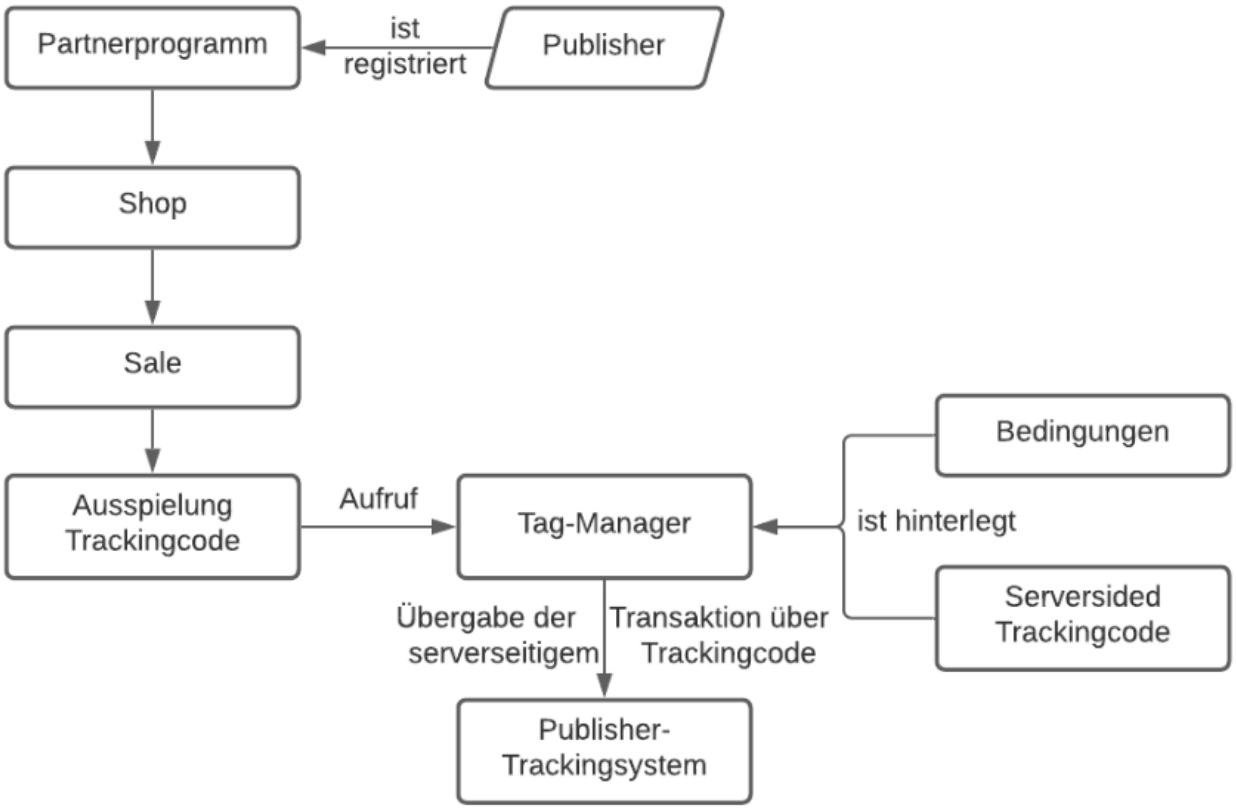
- Registrierung des Publishers im entsprechenden Partnerprogramm
- Serversided Trackingaufruf muss durch den Publisher gewährleistet sein
- Serversided Trackingcode muss durch den Publishers angeliefert werden
- Hinterlegung des Trackingcodes im Tag-Manager

Durchführung

Der Publishers registriert sich für das entsprechende Partnerprogramm oder wird in diesem angelegt. Nun wird der serversided Trackingaufruf des Publishers für das Netzwerk bereitgestellt und im Tag-Management System des Partnerprogramms eingebunden.

Wenn durch einen User ein Sale generiertet wird, wird dieser Sale dem entsprechenden Publishers im Partnerprogramm zugeordnet. Das Tag-Management System erkennt, dass der Sale dem Publishers zugeordnet wurde und spielt den serversided Trackingaufruf aus. In diesem Trackingaufruf können theoretisch alle Parameter des Sales hinterlegt werden.

Beispielhafte Darstellung:


Partnerprogramm
ist registriert
Publisher
Shop
Sale
Ausspielung Trackingcode
Aufruf
Tag-Manager
Bedingungen
ist hinterlegt
Serversided Trackingcode
Übergabe der serverseitigem
Transaktion über Trackingcode
Publisher-Trackingsystem