Tag Domains

- Einrichtung der Tag Domains

Einrichtung der Tag Domains

1. Wofür gibt es Trackingdomains?

Beim **indirekten Tracking** gibt es keinen Tracking-Link, der vorher auf uns zeigt. Der Besucher landet über Google Ads, Newsletter, Social o. Ä. direkt auf der Kundenseite – mitgebracht werden nur **Parameter in der Landingpage-URL** (meist sogenannte „UTM-Parameter“).

Die Trackingdomain sagt dem Tracking:

1. **Welche Kampagne** gilt, wenn eatms.js auf dieser Domain läuft.
2. **Aus welchen Parametern** Publisher, Projekt, Werbemittel, SubID usw. gelesen werden.
3. **Was mit Traffic ohne Parameter passiert** (SEO, Referral, Direkteinstieg).

Aus diesen Angaben baut das Tracking das **Triplet** *Kampagne · Projekt · Werbemittel* und registriert damit einen Klick, so, als wäre der Besucher über einen normalen Tracking-Link gekommen.

Begriffe: was worauf gemappt wird

UTM-Welt (typisch)	Feld in der Trackingdomain	Wird im System zu
– (fest pro Domain)	**Kampagne**	Kampagne (Advertiser-Programm)
`utm_campaign`	**Kampagnenerkennung**	**Projekt** des Publishers
`utm_source`	**Publisher**	**Publisher**
`utm_medium`	**Kanal**	Kanal
`utm_content`	**Werbemittel**	Werbemittel
`utm_term` o. ä.	**SubID** (Weitere Felder)	SubID am Klick

> **Merksatz:** Die *Kampagne* ist in easy fest an die Domain gebunden. Die *Marketingkampagne* des Kunden (`utm_campaign`) wird bei uns ein **Projekt** unterhalb des Publishers.

---

2. Übersicht der Maske



- **Suchfeld** – filtert nach Domain oder Kampagne.
- **Meine Trackingdomains** – Liste der eingerichteten Domains; **+ Neue Domain** legt eine an.
- **Anleitung** / **Teilen** / **Neu laden** – Hilfe, Link auf die aktuelle Ansicht, Liste neu laden.
- Rechts: Hinweise *Tracking einrichten* (Einbau von eatms.js auf der Kundenseite) und *Trackingparameter*.

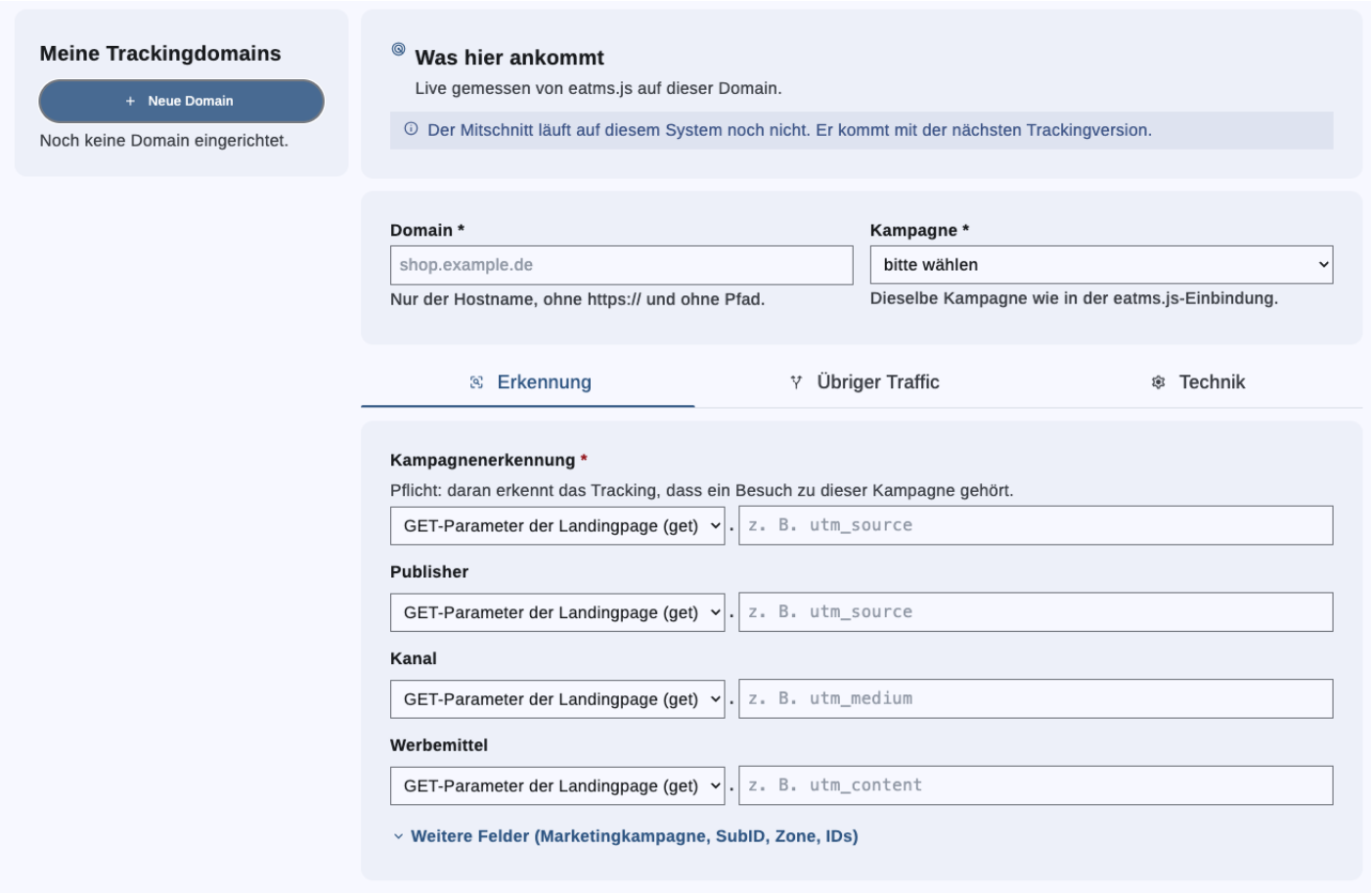
---

3. Stammdaten

Feld	Pflicht	Bedeutung
Domain	ja	Nur Hostname der Kundenseite, **ohne** `https://` und ohne Pfad, z. B. `shop.example.de`. Gesucht wird exakt; als Rückfall greift ein Wildcard-Eintrag `*.example.de`. `www.example.de` und `example.de` sind zwei verschiedene Domains.
Kampagne	ja	Dieselbe Kampagne wie in der eatms.js-Einbindung (`campaign_id`). Gibt es zu einer Domain mehrere Kampagnen, entscheidet die `campaign_id` der Einbindung; fehlt sie, wird der älteste Eintrag genommen.

---

4. Reiter „Erkennung“ – die Parameterzuordnung



Jedes Feld besteht aus **Quelle** (Dropdown) und **Parametername** (Freitext).

4.1 Quellen

Dropdown	Wo wird gelesen
GET-Parameter der Landingpage (get)	Query-String der Landingpage. Wird serverseitig beim Ausliefern von eatms.js ausgewertet (Parameter am eatms.js-Aufruf + Parameter aus dem Referrer = Landingpage-URL). **Standardfall.**
JS-Referrer	Im Browser aus `window.location` bzw. `document.referrer`
Server-Referrer	Aus dem Referrer, den der Server beim eatms.js-Aufruf sieht

Im Normalfall (UTM-Parameter an der Landingpage) ist **„get“** richtig.

4.2 Felder

Feld	Wirkung
Kampagnenerkennung *	**Pflicht.** Der Wert dieses Parameters ist das *Kriterium* und bestimmt das **Projekt**. Typisch: `utm_campaign`.

Feld	Wirkung
Publisher	Wert = Publishername. Unbekannte Publisher werden **automatisch angelegt**. Typisch: `utm_source`.
Kanal	Kanal des Besuchs. Typisch: `utm_medium`.
Werbemittel	Werbemittel-Kennung. Typisch: `utm_content`.
Weitere Felder: **Marketingkampagne**	Marketingkampagnen-ID am Klick
Weitere Felder: **SubID**	Freie SubID am Klick (z. B. `utm_term`)
Weitere Felder: **Zone**	Zone/Platzierung
Weitere Felder: **Projekt-ID direkt**	Wenn der Link die Projekt-ID selbst mitbringt. Typisch: `pid`.
Weitere Felder: **Werbemittel-ID direkt**	Wenn der Link die Werbemittel-ID selbst mitbringt. Typisch: `aid`.

---

5 Auflösungsregeln

1. **Kriterium normalisieren:** URL-dekodieren, **alle Leerzeichen entfernen**. Groß-/Kleinschreibung bleibt erhalten → `Sommersale26` und `sommersale26` sind zwei Kriterien.
2. **Publisher bestimmen**
   - Ist die Domain fest auf einen Publisher beschränkt (Reiter *Übriger Traffic*), gilt **immer** dieser – der Publisher-Parameter wird ignoriert.
   - Sonst: Publisher mit dem Namen aus dem Publisher-Parameter suchen, **fehlt er, wird er angelegt**.
3. **Bekannte Zuordnung suchen:** Wurde das Kriterium für diese Kampagne und diesen Publisher schon einmal einem Projekt zugeordnet? Treffer → fertig, nichts wird geschrieben.
4. **Keine Zuordnung → Wildcard** (Kriterium `*`) der Kampagne nehmen:
   - Wildcard hat ein festes Projekt → **alle unbekannten Kriterien laufen in dieses Projekt**.
   - Wildcard ohne Projekt → **neues Projekt anlegen**: Titel = Kriterium, Kanal vom ersten Projekt des Publishers; die Zuordnung wird gemerkt.
   - Weder Wildcard noch Publisher → kein Triplet, kein Klick (es wird nichts „ins Blaue“ angelegt).
5. **Werbemittel:** Ohne eigenes Werbemittel wird das Standard-Werbemittel der Trackingdomain bzw. der Kampagne verwendet (wird bei Bedarf angelegt).
6. **Connection:** Fehlt die Verbindung Kampagne ↔ Projekt, wird sie mit der Provisionsgruppe **„Standard“** angelegt.

Konsequenz: Jeder neue Wert von `utm_campaign` erzeugt (ohne Wildcard-Projekt) ein **neues Projekt**. Deshalb sollten Kunden ihre UTM-Werte stabil und sauber benennen.

---

6. Reiter „Übriger Traffic“

Greift, wenn **keine Kampagnenerkennung** möglich ist. Reihenfolge im Container: Kriterium → SEO → Referral → Direkteinstieg.

Fall	Erkennung	Einstellung	Ergebnis
SEO	Referrer ist eine Suchmaschine (Google, Bing, …)	SEO-Publisher **oder** SEO-Projekt	Klick `clicktype=seo_click`. Mit Publisher: Projekt je Suchmaschine (z. B. `google.de`). Mit Projekt: alles in dieses eine Projekt.
Referral	fremde Seite als Referrer	Referral-Publisher **oder** Referral-Projekt	Klick `clicktype=referral_click`, Projekt je verweisender Domain bzw. festes Projekt
Referral-Schutz	Schalter „Referral-Schutz“		Hat die Customer Journey bereits einen UTM-Kanal, wird **kein** Referral-Klick gezählt – der bestehende Kanal bleibt Last Click.
Direkteinstieg	kein Referrer	Direkteinstieg-Projekt („Anychannel“)	Klick `clicktype=first_click` . **Überschreibt nie eine bestehende Session** (je nach Systemeinstellung nur innerhalb derselben Kampagne oder systemweit).

Ist nichts hinterlegt, wird dieser Fall nicht getrackt.

---

7. Reiter „Technik“

Feld	Bedeutung
Klick aktiv / Klick-URL	Ob und wohin der indirekte Klick geschickt wird (Template mit `{$triplet}`, `{$ref}`, `{$session_id}`)
GET-Parameter an Klick durchreichen	Landingpage-Parameter an den Klick anhängen
Touchpoints aktiv / URL	Pageviews/Touchpoints wiederkehrender Besucher
GET-Parameter an Touchpoint durchreichen	dto. für Touchpoints
RPC-Adresse	leer = Standard `//<trackingdomain>/trck/etms/rpc.json`
