Wie funktioniert das Subid Tracking?

Zweck der Sub-ID

Die **Sub-ID** dient dazu, **Zusatzinformationen** am Werbemittel zu speichern.
Diese Informationen können anschließend in der Statistik unter dem Punkt **„Transaktionen“** ausgewertet oder aber in externen Systemen weiterverarbeitet werden.

Beispiele für die Nutzung der Sub-ID (Cashback-Publisher)

Ein typisches Szenario ist der Einsatz im **Cashback-Bereich**:

- Der Publisher übergibt in der Sub-ID die **gehashte Kundennummer** des Nutzers.
- Damit kann die Transaktion eindeutig dem Nutzer zugeordnet werden.
- Ergebnis: Der Publisher erhält seine Provision und der Cashback-Kunde zusätzlich seine **Treuepunkte**.

Implementierung der Sub-ID

Die Sub-ID wird an die Klick-URL angehängt:

```
?subid=MEINESUBID
```

Dabei muss `MEINESUBID` durch den entsprechenden Wert ersetzt werden.

Beispiel einer Klick-URL mit Sub-ID

```
https://domain-zum-
programm.de/trck/eclick/43f1ff1209625772f6d143f776e1d755?subid=unterseite_abcd
```

ℹ Hinweis:
Die Sub-ID darf bis zu **200 Zeichen** lang sein.

Besonderheiten in der Statistik

Beispiel 1

- Werbemittel A mit `subid = test`
- Werbemittel B mit `subid = test2`

➡ Ergebnis:
In den Statistiken erscheinen jeweils **zwei Klicks**, sowohl für den Tag als auch getrennt nach Sub-ID.

Beispiel 2

- Werbemittel A mit `subid = test`
- Werbemittel A mit `subid = test2`

➡ Ergebnis:

- Durch die **Reclick-Sperre** wird für den Tag **nur ein Klick** gezählt (weil es sich um dasselbe Werbemittel handelt).
- Für die **Sub-ID** werden jedoch **zwei Klicks** erfasst, da unterschiedliche Sub-IDs übergeben wurden.

Revision #3
Created 2025-09-24 15:13:51 UTC by Daniel Hörenkamp
Updated 2025-10-02 08:03:15 UTC by Daniel Hörenkamp