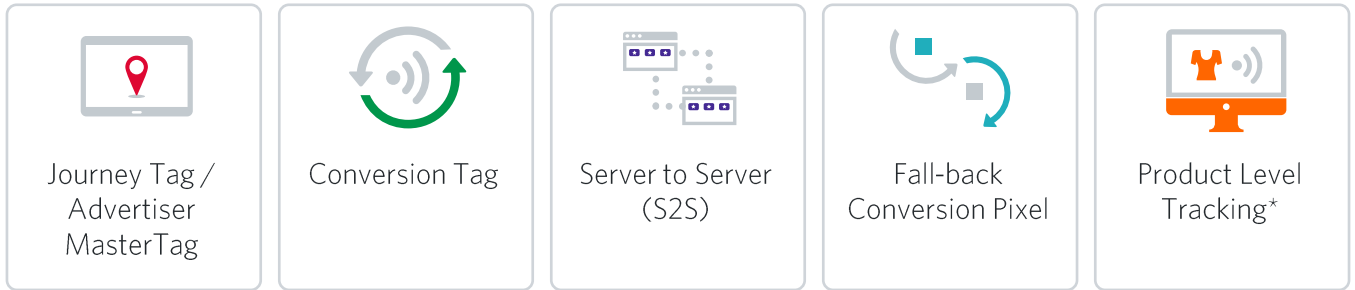


Awin Tracking Policy



Das Awin Tracking besteht aus fünf Kernelementen:



*Optional

Awin empfiehlt, dass alle obligatorischen Bestandteile des (gewünschten) Trackings integriert werden. Dies ist unbedingt notwendig, damit alle Affiliate-Sales genau getrackt werden können, da Cookie-Blocker und Tracking-Präventionsmaßnahmen das Affiliate-Tracking blockieren. Dies ist auch notwendig um sicherzustellen, dass der tatsächlich erbrachte Wert des Affiliate-Kanals erfasst werden kann und der Publisher für seine Performance fair vergütet werden kann.

Element	Platzierung	Beschreibung	Abhängigkeit
<u>Journey Tag / Advertiser MasterTag</u> <i>auch als MasterTag or Dwin1 Tag bezeichnet</i>	Alle Seiten (siehe Punkt 6)	JavaScript, das alle Funktionen für ein vollumfängliches Tracking enthält	Obligatorisch
<u>Conversion Tag</u> <i>auch als Tracking Code oder Tracking Tag bezeichnet</i>	Bestätigungsseite (siehe Punkt 6)	JavaScript, das den MasterTag anweist sobald eine Conversion stattfand	Obligatorisch
<u>Server to Server (S2S)</u>	Serverseitig	Browser-unabhängige Trackingmethode	Obligatorisch
<u>Fall-back Conversion Pixel</u> <i>auch als Image Pixel bezeichnet</i>	Bestätigungsseite	Alternative Trackingmethode	Obligatorisch
<u>Product Level Tracking</u>	Bestätigungsseite	Ermöglicht dem Advertiser ein Report auf Produktebene	Optional

1 Master Tag, Conversion Tag und Fall-back Conversion Pixel müssen auf allen Bestellbestätigungsseiten (siehe 6.), auf denen zu verprovisionierende Transaktionen stattfinden, platziert werden (z.B.: Desktop, Smartphone und allen anderen Geräten).

2 Für jede transaktionsfähige Mobile-App ist eine SDK-Integration mit unserem Tracking Code notwendig. Dies muss nicht innerhalb von 15 Werktagen nach Programmstart passieren, sollte jedoch so schnell wie möglich abgeschlossen werden. Ist beim Advertiser noch kein SDK vorhanden, müssen die entsprechenden Maßnahmen schnellstmöglich getroffen werden.

- 3** Der MasterTag muss auf allen Seiten platziert werden (siehe 6.), damit Awin ein Tracking durch First-Party Cookies durchführen kann (viele 3rd Party Cookies werden von bestimmten Browsern geblockt), Transaktionen über mehrere Endgeräte hinweg tracken kann und um alle Anti-Ad-Block Maßnahmen von Awin zu aktivieren.
- 4** Teile des Trackings zur Erfassung von Gutschein- oder Rabatt-Codes (falls zutreffend) sind verpflichtender Bestandteil von Awins Tracking-Fähigkeiten. Wenn ein Advertiser Gutschein- oder Rabatt-Codes vom Käufer akzeptiert, müssen diese verwendeten Codes in den Transaktionen im Awin Conversion Tag an Awin weitergegeben werden.
- 5** Der Conversion Tag und Fall-back Conversion Pixel muss auf allen Bestellbestätigungsseiten gefeuert werden (siehe 6.), entweder bedingungslos oder unter Verwendung von Awins Channel-Parametern. Um es Awin zu ermöglichen, die entstandenen Transaktionen durch Affiliate-Touchpoints oder durch andere fortgeschrittene Tracking-Technologien zu identifizieren, muss der Awin Tracking Code auch gefeuert werden, wenn kein Marketingkanal zugeordnet werden kann. Dies dient dazu, die Influencer-Aktivitäten genau zu tracken und zu vergüten. Ohne bedingungslose Übergabe kann die Influencer-Aktivität nur erfasst werden, wenn die Transaktion durch einen anderen Affiliate erfasst wurde, nicht jedoch durch einen anderen Marketingkanal. Dasselbe gilt für Cross-Device Tracking und Voucher Tracking.
- 6** Der Mastertag sollte auf allen Seiten integriert sein, abgesehen von solchen die Zahlungsinformationen darstellen oder verarbeiten.
- 7** Server to Server (S2S) Tracking muss serverseitig auf allen Bestellbestätigungsseiten gefeuert werden, um die höchste Tracking-Qualität und ein Browser-unabhängiges Tracking zu gewährleisten.
- 8** Awin empfiehlt die Verwendung des Custom Parameters innerhalb des Conversion Tags, um alle relevanten Informationen der Bestellbestätigungsseite zu erfassen. Es können detaillierte Parameter, basierend auf der Branche des Advertisers, bereitgestellt werden.
- 9** Sobald MasterTag, Conversion Tag und Fall-back Conversion Pixel integriert wurden, wird Awin den Integrationsprozess durch einen ausführlichen Trackingtest unterstützen.
- 10** Sobald das Partnerprogramm gestartet wurde, sollten alle https-Requests und das von Awin bereitgestellte JavaScript Tracking aufrechterhalten werden, sodass sie vom Browser geladen und erfolgreich ausgeführt werden können. Wie ursprünglich beim Programm-Test empfohlen, sollten die von Awin benötigten Daten konstant bleiben. Sollte es irgendwelche Pläne zur Änderung der Datenschichten auf der Website oder des Systems geben, welches diese Daten bereitstellt, muss Awin schnellstmöglich informiert werden.
- 11** Sollte der Name der Provisionsgruppe geändert werden, muss der Kunde Awin mindestens 48 Stunden vorher darüber informieren, um die Namensänderung der Provisionsgruppe innerhalb des Awin Systems zu aktivieren und um sicherzustellen, dass alle Provisionen korrekt zugeordnet werden. Für den Fall, dass Awin nicht rechtzeitig über die Namensänderung informiert wurde und sie so nicht rechtzeitig umsetzen konnte, ist der Advertiser verpflichtet, dem Publisher die Provision der Standard-Rate zu zahlen.
- 12** Sobald Dein Programm live ist, muss der MasterTag, Conversion Tag und Fall-back Conversion Pixel zu jeder Zeit live sein. Wenn MasterTag, Conversion Tag oder Fall-back Conversion Pixel irrtümlich oder für geplante Wartungsarbeiten entfernt und die Publisher nicht mindestens 48 Stunden vorab informiert wurden, verpflichtet sich der Advertiser zu einer Kompensationszahlung gemäß der Awin Vereinbarung.
- 13** Im Falle eines überregionalen Webshops ist das Verbinden des Trackings über alle URLs verpflichtend (Beispiel: Ein User klickt auf einen DE-Link, wechselt aber für die Transaktion in den AT-Shop. Die korrekte Erfassung dieser Transaktion ist vom Advertiser sicherzustellen).