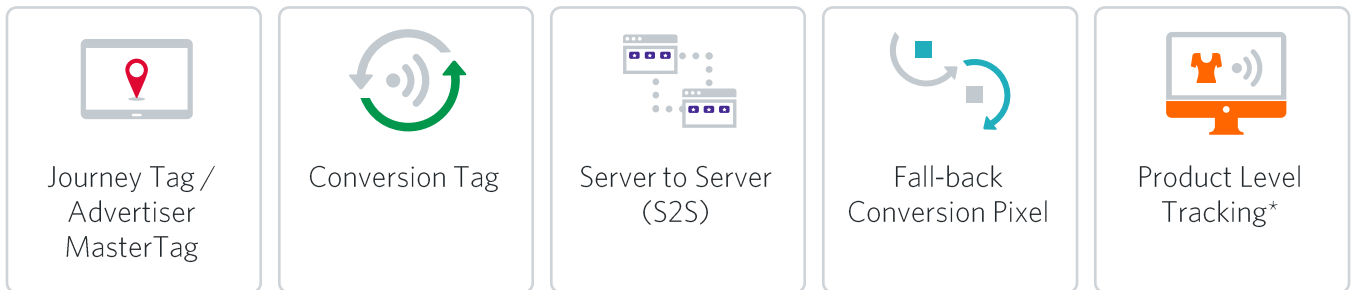


Awin Tracking Policy



Il tracking setup di Awin consiste di cinque elementi:



*Opzionale

Awin raccomanda di implementare tutti gli elementi obbligatori del tracking setup. Ciò è necessario per tracciare accuratamente le vendite degli affiliati, dal momento che i meccanismi di prevenzione del tracking e di blocco dei cookie stanno diventando sempre più prevalenti nel settore. Tutto questo ha il fine di garantire che sia riconosciuto il giusto valore al canale e che i publisher vengano equamente ricompensati per le loro performance.

Elemento	Posizionamento	Descrizione	Obbligatorio
<u>Journey Tag / Advertiser MasterTag</u> <i>chiamato anche MasterTag or Dwin1 Tag</i>	Tutte le pagine ^(vedi 6)	Libreria JavaScript che contiene tutte le funzioni necessarie per il tracking	Si
<u>Conversion Tag</u> <i>chiamato anche Tracking Code o Tracking Tag</i>	Thank You Page (TYP)	Dichiarazione JavaScript che istruisce il MasterTag della conversione avvenuta	Si
<u>Server to Server (S2S)</u>	Server side	Metodo di tracciamento indipendente dal Browser	Si
<u>Fall-back Conversion Pixel</u> <i>chiamato anche Image Pixel</i>	Thank You Page (TYP)	Metodo di tracciamento alternativo	Si
<u>Product Level Tracking</u>	Thank You Page (TYP)	Permette agli advertiser il report dettagliato di ogni prodotto acquistato	Opzionale

1 Il tracking setup deve essere inserito in tutte le pagine di conferma acquisto (TYP) dove ha luogo un'azione remunerabile (ad esempio una transazione o un'iscrizione newsletter da desktop, mobile e tutti gli altri device).

2 Se il cliente ha un'app mobile dove vengono effettuate transazioni, il nostro codice di tracking deve essere integrato con l'SDK del cliente il più presto possibile, in modo da permetterci di tracciare anche il traffico da app mobile. Se il cliente non ha alcun SDK, consigliamo che venga integrato un SDK come AppsFlyer o Adjust.

- 3 Il MasterTag deve essere inserito in tutte le pagine (vedi 6) per permettere ad Awin di tracciare tramite 1st party cookie (i 3rd party cookie vengono spesso bloccati dai browser), di tracciare le transazioni cross-device e di abilitare le funzioni di prevenzione dell'ad-blocking del tracking Awin.
- 4 Il tracking dei voucher o dei codici sconto (dove applicabile) è una componente obbligatoria del tracking Awin. Se un advertiser accetta voucher o codici sconto utilizzati dagli utenti deve passare ad Awin i codici sconto utilizzati nelle transazioni (es. FREESHIPPING o DISCOUNT20).
- 5 Il Conversion Tag e il Fall-back Conversion Pixel devono essere sempre richiamati su tutte le TYP in modo non condizionato (con channel sempre =aw) o non condizionato ma utilizzando i parametri channel. Utilizzando questi parametri, il codice tracking di Awin viene sempre richiamato ma il valore associato al parametro channel sarà uguale a quello dell'ultimo touch point (ad es. Awin, Facebook, Google Ads). Richiamare il pixel in modo non condizionato permette l'attivazione di tecnologie di tracking più avanzate come il post-view, il cross-device tracking e il voucher tracking, e di tracciare accuratamente e remunerare l'attività degli editori che hanno contribuito a generare la vendita.
- 6 Il MasterTag dovrebbe essere integrato su tutte le pagine, ad eccezione di quelle che mostrano o processano informazioni di pagamento.
- 7 Il tracking Server to Server (S2S) deve essere effettuato lato server su tutte le TYP per garantire la più elevata qualità di tracking e supportare il tracking indipendente dal browser.
- 8 Awin raccomanda al cliente di utilizzare i Custom Parameter disponibili all'interno del Conversion Tag in modo da passare tutti gli altri dati rilevanti della transazione acquisiti nella TYP. Awin può fornire le Guide relative ai parametri raccomandati a seconda del settore in cui opera il cliente.
- 9 Awin supporterà l'integrazione effettuando tutti i test necessari una volta che il tracking setup è stato completato.
- 10 Una volta live, il tracking setup validato da Awin non deve essere modificato ma deve rimanere come originariamente impostato nella fase d'implementazione. Se sono state pianificate delle modifiche al sito o ai sistemi che forniscono i dati, Awin deve essere avvertita il più presto possibile.
- 11 Una volta live, se il nome di un Commission Group deve essere cambiato, il cliente deve informare Awin almeno 48h prima della modifica per permettere la rinomina del Group all'interno della piattaforma Awin. Se Awin non riceve nessun avviso di modifica, il cliente sarà tenuto a pagare le commissioni (e se rilevante, l'override) al default rate impostato per il programma.
- 12 Una volta live, il tracking setup deve essere sempre tenuto attivo. Nel caso fosse rimosso per errore o per manutenzione del sito con meno di 48 ore di avviso, deve essere pagata agli affiliati una compensazione per le vendite non tracciate, calcolata a seconda del vostro accordo commerciale con Awin.
- 13 In caso di programmi multi-country sarà implementato un unico tracking setup del programma che sarà definito come programma principale.