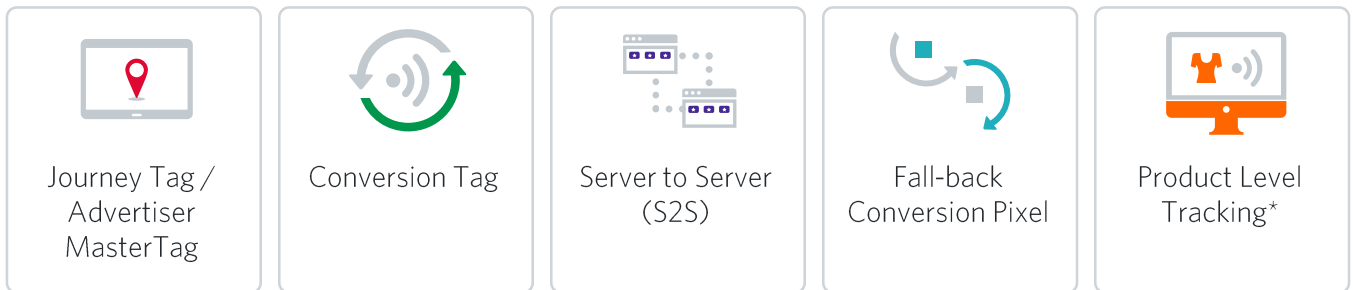


Awin Tracking Policy



Tracking Awin składa się z 5 kluczowych elementów:



*Optional

Awin zaleca aby wszystkie kluczowe elementy trackingu były zaimplementowane. Jest to konieczne aby dokładnie mierzyć sprzedaż w afiliacji, zwłaszcza w sytuacji, gdy blokery plików cookie i mechanizmy mające zapobiegać śledzeniu stają się coraz bardziej rozpowszechnione w branży i aby zapewnić prawidłową wartość kanału oraz zadbać o sprawiedliwie wynagrodzenie dla wydawców za ich wyniki.

Element	Miejsce zamieszczenia	Opis	Zależność
<u>Journey Tag / Advertiser MasterTag</u> <i>nazywany także MasterTag lub Dwin1 Tag</i>	Wszystkie strony ^(punkt 6)	Biblioteka JavaScript, która zawiera wszystkie funkcje wymagane przez rozwiązanie Tracking Solution	Obowiązkowy
<u>Conversion Tag</u> <i>nazywany także Tracking Code or Tracking Tag</i>	Strona z potwierdzeniem ^(punkt 6)	Deklaracja JavaScript która informuje MasterTag o konwersji	Obowiązkowy
<u>Server to Server (S2S)</u>	Po stronie serwera	Metoda trackingu niezależna od przeglądarki	Obowiązkowy
<u>Fall-back Conversion Pixel</u> <i>nazywany także Image Pixel</i>	Strona z potwierdzeniem	Alternatywna metoda trackingu	Obowiązkowy
<u>Product Level Tracking</u>	Strona z potwierdzeniem	Umożliwia reklamodawcy wykorzystanie raportowania w odniesieniu do każdego zakupionego produktu.	Opcjonalny

1

MasterTag, Conversion Tag oraz Fall-back Conversion Pixel muszą być zamieszczone na wszystkich stronach z potwierdzeniem (patrz punkt 6) gdzie ma miejsce aktywność związana z prowidją (na przykład na desktopie, telefonie czy innych urządzeniach).

2

W przypadku każdej aplikacji mobilnej, w której dokonują się transakcje, integracja SDK z naszym kodem śledzenia jest obowiązkowa. Nie podlega ona okresowi 15 dni roboczych, musi być wdrożona najszybciej jak to możliwe. Jeśli reklamodawca nie posiada SDK, należy dołożyć wszelkich starań, aby dodać SDK, a następnie zintegrować go z trackingiem Awin tak szybko, jak to możliwe.

- 3 MasterTag musi być wdrożony na wszystkich stronach (punkt 6) aby Awin mógł śledzić transakcje z wykorzystaniem 1st party cookies (wiele ciasteczek typu third party jest teraz blokowana przez przeglądarki aby śledzić transakcje dokonywane na wielu urządzeniach i umożliwić technologię omijającą ad-blocking stosowaną przez Awin.
- 4 Funkcjonalności umożliwiające śledzenie kodu rabatowego (tam, gdzie ma to zastosowanie), są obowiązkowymi składowymi trackingu Awin. Jeśli reklamodawca akceptuje kupony rabatowe musi on przekazywać informacje o kodzie rabatowym wykorzystanym przy danej transakcji dokonanej w ramach Awin, w kodzie conversion tag
- 5 Conversion Tag i Fall-back Conversion Pixel muszą być zaimplementowane na wszystkich stronach z potwierdzeniem (punkt 6) albo bezwarunkowo albo wykorzystując parametry kanału. Kod mierzący Awin musi być uruchomiony jeśli żaden kanał marketingowy nie został przypisany transakcji, tak aby Awin mogło zidentyfikować transakcję, która została zainicjowana przez kanał afiliacyjny lub poprzez bardziej zaawansowane technologie mierzące. To pozwala na lepsze mierzenie i wynagradzanie działań influencerów. Bez bezwarunkowego uruchamiania kodów, działalność influencerów może być zaobserwowana tylko tam, gdzie akcja została zmierzona dla innego partnera afiliacyjnego, ale nie dla innego kanału. Odnosi się to również do cross-device tracking i voucher tracking.
- 6 MasterTag powinien być zaimplementowany na wszystkich stronach z wyjątkiem tych, które pokazują informacje o płatności lub ją procesują
- 7 Server to Server (S2S) tracking musi być uruchamiany na wszystkich stronach z potwierdzeniem po stronie serwera aby zagwarantować najwyższą jakość trackingu i wspierać tracking niezależny od wyszukiwarki.
- 8 Awin rekomenduje aby reklamodawca wykorzystał wszystkie możliwości [Custom Parameter options](#) dostępne dzięki Conversion Tag aby przekazywać wszystkie dane zarejestrowane na stronie z potwierdzeniem. Rekomendowane parametry są przedstawiane w oparciu o branżę, w której działa reklamodawca.
- 9 Awin wspiera integrację przez przeprowadzanie pełnych testów w programie, gdy tylko MasterTag, Conversion Tag i Fall-back Conversion Pixel zostaną zaimplementowane.
- 10 Po uruchomieniu, żądania HTTP i cały mechanizm śledzenia JavaScript dostarczony przez Awin powinien być utrzymywany tak, aby mógł być załadowany przez przeglądarkę i pomyślnie wykonany. Dane wymagane przez Awin w znaczniku konwersji powinny pozostać spójne i zgodne z pierwotnymi zaleceniami. W przypadku planowanych zmian w warstwach danych lub systemach, które dostarczają tych danych, należy powiadomić Awin tak szybko, jak to możliwe.
- 11 Jeśli nazwa Grupy Prowizji ma zostać zmieniona, klient musi poinformować Awin co najmniej 48 godzin przed tą zmianą w ramach Interfejsu Awin i upewnić się, że prowizje są prawidłowo przypisywane. Jeśli Awin nie zostanie powiadomiony o zmianie nazwy grupy, klient będzie odpowiedzialny za wypłacenie prowizji (oraz, jeśli ma to zastosowanie, anulowanie) według stawki pierwotnej ustwionej w programie.
- 12 Po uruchomieniu, MasterTag, Conversion Tag i Fall-back Conversion Pixel muszą działać przez cały czas, a jeśli zostaną usunięte w wyniku błędu lub w związku z konserwacją z powiadomieniem krótszym niż 48 godzin, rekompensata dla wydawców musi być wypłacona na postawie wyliczeń zgodnych z umową z Awin.
- 13 Obowiązkowe jest łączenie programów z różnych rynków/terytoriów w celu śledzenia sprzedaży przez różne adresy URL.