



Руководство по работе
для рекламодателя.
Магазины

Оглавление

1 Система CityAds

1.1	Схема работы интернет-магазина	6
1.2	Описание имеющихся систем трекинга	8
1.2.1	Возвращение пользователя	8
1.2.2	Контроль трафика через utm_source и aip	9
1.2.3	Способы передачи данных: пиксель, postback и XML	9
1.3	Описание Tactical Performance Marketing	10
1.4	Промо-материалы	11
1.4.1	Материалы, которые следует предоставить	11
1.4.2	Лэндинг	12

2 Техническая информация

2.1	Допустимые параметры	14
2.2	Параметры в ссылке	15
2.2.1	PRX	15
2.2.2	AIP	15
2.2.3	Utm_source	15
2.2.4	Click_id	15
2.3	Cookies	15
2.3.1	Подробности о cookie	15
2.3.2	Пример кода cookie	16
2.3.3	Проверка установки cookie	16
2.4	Пиксель	17
2.4.1	Как и куда устанавливается пиксель	17
2.4.2	Код пикселя	17
2.4.3	Пример сработавшего пикселя:	18
2.4.4	Проверка установки пикселя	19
2.5	Postback	20
2.5.1	Расположение postback	20
2.5.2	Настройка postback	20
2.5.3	Пример установки postback	20
2.5.4	Проверка postback, коды ответа	21
2.5.4.1	Успешное обращение к сервису	21
2.5.4.2	Ошибки при работе с сервисом	21
2.6	XML	22
2.6.1	Доступ к отчетности	22
2.6.1.1	Простой пароль	22
2.6.1.2	Динамический ключ доступа	23

2.6.2	Формат запроса	23
2.6.3	Формат ответа	24
2.6.4	Тонкости при настройке XML-отчета	24
2.6.4.1	Даты	24
2.6.4.2	Статусы отмен	24
2.6.4.3	PRX и click_id	24
2.6.4.4	Передача тегов price и currency	25
2.6.4.5	Параметры customer_type, payment_method	25
2.6.4.6	Basket	25
2.6.5	Проверка настройки XML-отчета	25
2.6.5.1	Коды ошибок	25
2.6.5.2	Пример корректного ответа	26
2.6.5.3	Пример некорректного ответа	26
2.7	Tactical Performance Marketing	27

3 Работа с личным кабинетом и статистикой

3.1	Личный кабинет рекламодателя в системе CityAds	33
3.1.1	Доступ в личный кабинет	33
3.1.2	Обзор личного кабинета рекламодателя	33
3.1.3	Сверка по ID заказов	34
3.2	Возможные варианты иного отслеживания	34
3.2.1	Google Analytics	35
3.2.2	Яндекс метрика	36
3.2.3	По своей системе	36

4 Наиболее распространенные вопросы

4.1	Кабинет	38
4.2	Интеграция	38
4.3	Промо	38
4.4	Трафик	39
4.5	Сверка	39

1 Система CityAds



Система CityAds — это партнерская система с оплатой за действие. CityAds работает по моделям CPL, CPA и CPS.

«Партнерская система» или «система партнерского маркетинга» — это технологическая платформа, объединяющая рекламодателей и вебмастеров. Вебмастером или партнером называется любой человек или компания, которые могут размещать рекламу онлайн.

Общая схема работы выглядит следующим образом: рекламодатель хочет продать товар или услугу, для этого ему нужны клиенты, за которых он готов заплатить. Он обращается в CityAds, мы помогаем создать у нас в системе его рекламную кампанию — оффер. Вебмастера начинают рекламировать новый оффер, размещая промо-материалы в сети Интернет. Клиенты переходят по заинтересовавшему их баннеру или ссылке и, если товар или услуга им действительно нужны, покупают их. Рекламодатель сообщает нам о состоявшейся продаже и выплачивает заранее оговоренное вознаграждение, часть из которого уходит вебмастерам, а часть остается CityAds в качестве комиссии.



CPL — Cost Per Lead, оплата за лид. Рекламодатель платит не за конечную продажу, а за заинтересовавшегося клиента.

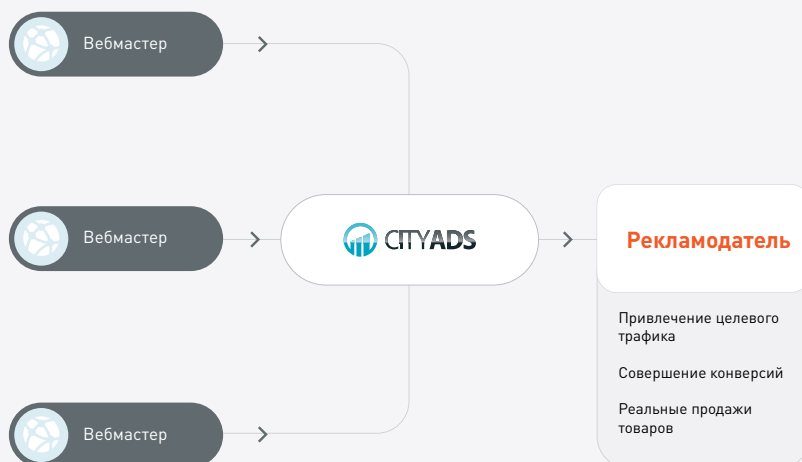


CPA — Cost Per Action, оплата за действие. Какое именно результативное действие будет оплачиваться, решает рекламодатель.



CPS — Cost Per Sale, оплата за продажу, частный случай CPA. Часто применяется модель разделения прибыли (% от продаж).

Трафик — поток потенциальных клиентов, заинтересовавшихся рекламным предложением.



1.1 Схема работы интернет-магазина



Потенциальный клиент переходит по рекламной ссылке, проявляет интерес, выбирает товары и услуги, оформляет заказ и совершает покупку. Любой из этих этапов можно отследить при помощи статистики CityAds.

После успешного запуска рекламной кампании вебмастера, заинтересовавшиеся данным оффером, размещают рекламные материалы и ссылки в сети Интернет.

Пользователи сети Интернет, заинтересовавшиеся рекламным предложением, переходят на сайт рекламодателя и становятся потенциальными клиентами. В момент перехода пользователя на сайт система CityAds засчитывает посещение (хит) и определяет его уникальность (уник), а также передает в ссылку рекламодателю заранее оговоренные параметры (например, источники трафика). В кабинете рекламодателя и в личном кабинете вебмастера отображаются хит и уникал.

Пользователь путешествует по страницам сайта рекламодателя, система CityAds отслеживает заинтересовавшие его товары.

Пользователь добавляет товары в корзину.

Если на сайте магазина обязательна регистрация, то пользователь регистрируется, и в этот момент информация о нем записывается в базу данных магазина.

Пользователь оставляет свои контактные данные, оформляет заказ, успешное его оформление является первичным действием. Срабатывает инструмент трекинга CityAds, в кабинете рекламодателя и в личном кабинете вебмастера отображается лид (CPL).

Call-центр рекламодателя подтверждает заказ, заказ передается в логистику, его статусы в системе рекламодателя изменяются. В зависимости от использованных при интеграции инструментов статусы заказа в системе CityAds меняются соответственно в режиме онлайн или раз в сутки.

Если по условиям рекламной кампании целевым действием (CPA) считается один из статусов заказа, то в тот момент, когда система CityAds получает о нем информацию, автоматически происходит списание вознаграждения со счета рекламодателя.

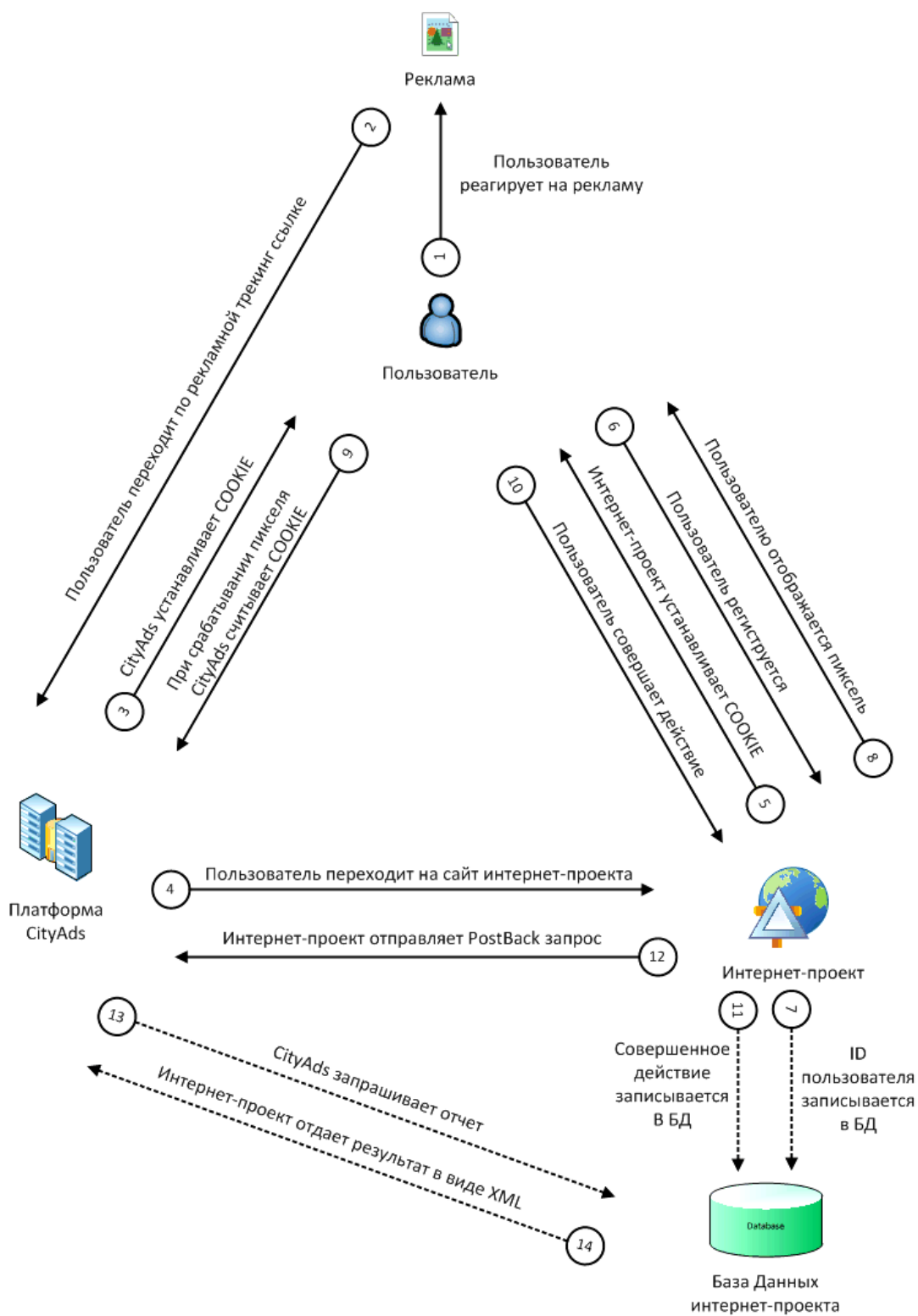
Вознаграждение за совершение целевого действия может быть как фиксированным, так и составлять некий процент от общей стоимости совершенного покупателем заказа.



Лид — факт совершения пользователем первичного действия, обычно оформления заказа



Целевое действие — действие, за которое по договоренности между рекламодателем и CityAds осуществляется оплата.



1.2 Описание имеющихся систем трекинга



Системы трекинга CityAds позволяют определить не только количество первичных и целевых действий, но и выявить возвращающихся пользователей и отфильтровать трафик по источникам.

1.2.1 Возвращение пользователя

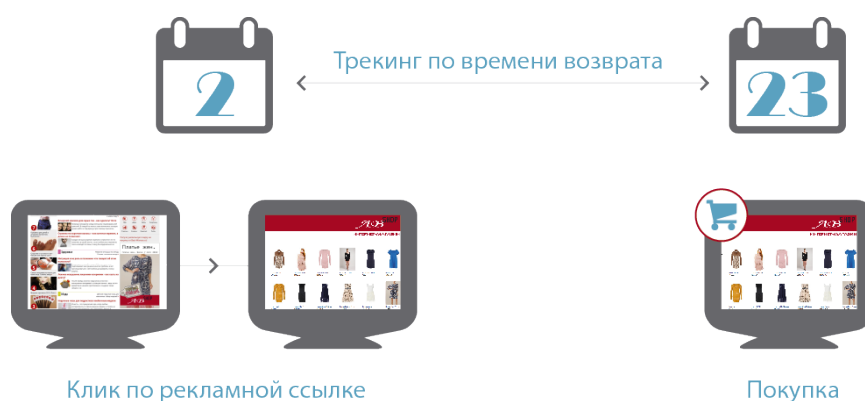


Часто получается так, что пользователь сайта рекламодателя возвращается позднее (в новой сессии браузера). Если пользователь только тогда генерирует лид или продажу, время между кликом на рекламу и продажей называется «временем возврата».

В зависимости от установленного срока cookie возможно проследить источник трафика некоторое время спустя.

Отслеживание возвращения пользователя относится к трекингу по времени возврата и позволяет отнести целевые действия, сгенерированные в течение срока жизни cookie, к соответствующим вебмастерам и, соответственно, оплатить их услуги, даже если операция завершается дни или недели спустя после первоначального клика на рекламу.

Важно помнить, что если у вас несколько источников трафика, то значения меток в cookies пользователя должны перезаписываться при каждом переходе с нового источника. Это принцип Last Wins (побеждает последний). Таким образом, можно избежать двойного начисления вознаграждения различным источникам трафика, если пользователь до покупки кликал на разные баннеры.



Новым источником трафика являются только платные каналы такие как Яндекс.Маркет или контекстная реклама при переходах с них метку в cookie перезаписывать нужно. Если пользователь переходит на сайт напрямую, через поиск (google, yandex и т.д.), e-mail рассылку метку в cookie перезаписывать не нужно.



Cookie — это фрагмент текстовой информации, сохраняемый в браузере пользователя определенное время после посещения записавшего его ресурса.

1.2.2 Контроль трафика через utm_source и air



С помощью параметров, передаваемых при переходе пользователя на точку входа, можно контролировать качество трафика.

Параметр `utm_source`, обязательный в нашей системе, позволяет отделять пользователей, пришедших через систему CityAds от пользователей, пришедших из других источников трафика.

Параметр `air` позволяет определить, от кого из вебмастеров пришел каждый пользователь.

Сбор статистики по этим двум параметрам позволяет проводить сверку данных и контролировать качество трафика. Кроме того, имея точные данные о качестве трафика вебмастеров, можно работать над повышением их интереса к рекламной кампании.

1.2.3 Способы передачи данных: пиксель, postback и XML



В системе CityAds существует три основных инструмента передачи данных о совершенных пользователями действиях. Их можно использовать вместе или по отдельности (использование одного пикселя не рекомендуется).

	Пиксель	Postback	XML
Для учета CPL	+	+	+/-
Для учета CPA	+/-	+	+
Принцип работы	Отображение картинки на странице успешного первичного действия	Запрос от сервера рекламодателя к серверу CityAds после каждого успешного действия	Запрос от сервера CityAds к серверу рекламодателя, в ответ ожидается отчет по событиям за запрошенный период
Вероятность потери или неполной передачи данных	От 2 до 20% данных теряются	Возможна потеря данных, если не реализована повторная отправка при ошибке	Нет
Восстановление данных при использовании одного инструмента	Невозможно	Возможно, достаточно повторной отправки запросов, если рекламодатель ведет их учет	Возможно, достаточно восстановить доступ к данным за нужные периоды
Время срабатывания	При совершении первичного действия (CPL)	Опционально, желательно — при совершении целевого действия (CPA)	Раз в установленный период (обычно раз в сутки)

Пример применения разных способов передачи данных при их полной интеграции в интернет-магазин, при условии работы за доставленный и оплаченный заказ.

Пиксель срабатывает в тот момент, когда заинтересованный пользователь завершает оформление своего заказа. Одновременно с ним передается postback. В системе CityAds отмечается совершение первичного действия – CPL. Содержание корзины пользователя передается CityAds.

Колл-центр рекламодателя дозванивается до клиента, получает подтверждение заказа и изменяет статус в базе данных магазина. В тот же день в XML-отчете в CityAds приходит новый статус заказа «подтвержден».

На следующий день курьер осуществляет доставку товара, покупатель все оплачивает, вносится соответствующее изменение статуса в базу данных магазина. Теперь в XML-отчете в CityAds приходит статус заказа «оплачен». Это целевое действие, в системе CityAds отмечается CPA.



Передача данных

Пиксель	Postback	XML
Своевременно, но не точно.	Обычно своевременно, довольно точно.	С задержкой, но точно.

1.3 Описание Tactical Performance Marketing



Tactical Performance Marketing – это новый рекламный инструмент, который значительно увеличивает эффективность рекламы в интернете. Пользователи возвращаются на сайт, чтобы все-таки сделать покупку.

Согласно средневзвешенным показателям, средняя конверсия из посещения в эффективное действие на различных сайтах во время первого визита составляет от 2 % до 5%, остальная аудитория отсекается.

Но среди 95% аудитории, которая ушла с сайта после первого посещения, есть немало тех, кто совершит эффективное действие или покупку после нескольких контактов с данным брендом.

Tactical Performance Marketing позволяет отследить эти 95% пользователей и обеспечить им повторный показ баннера до совершения пользователями эффективного действия.

Ниже описана технология работы Tactical Performance Marketing.

На разных страницах сайта рекламодателя устанавливается программный код, который помечает пользователя специальной cookie (не путать с трекинг-cookie возвращающегося пользователя).

В дальнейшем, благодаря этой маркировке, система CityAds собирает



Основные задачи Tactical Performance Marketing:

- повышение эффективности рекламных кампаний;
- показ рекламы наиболее заинтересованной аудитории;
- отсев неэффективных рекламных объявлений на конкретных рекламных площадках;
- оптимизация стоимости рекламных показов.

информацию о том, на каких страницах сайтов, на которых установлен код Tactical Performance Marketing, был пользователь.

Теперь, при показе баннеров на сторонних сайтах, система практически моментально (менее 50 миллисекунд) анализирует какое рекламное объявление (баннер) будут наиболее эффективны для показа данному пользователю (на каких страницах сайта рекламодателя был пользователь, какими товарами или услугами интересовался, что уже купил). Таким образом, если пользователь, например, уже купил зимнюю куртку на прошлой неделе, баннер с рекламой этой куртки ему показан не будет, а вот баннер с теплыми зимними ботинками будет показываться приоритетно.

1.4 Промо-материалы



Промо-материалы предоставляются рекламодателем либо подготавливаются CityAds по согласованию с рекламодателем. Качество промо-материалов непосредственно влияет на успех рекламной кампании.

1.4.1 Материалы, которые следует предоставить

Обязательные материалы:

- Логотип на прозрачном фоне в формате .png размером не менее 1000 px по большей стороне или в векторе в формате .ai.

- Кодировки корпоративных цветов.

Дополнительные материалы:

- Flash-баннеры указанных размеров, соответствующие техническим требованиям CityAds, в формате .swf, с заглушками.

- Исходники flash-баннеров в формате .fla при необходимости сделать баннеры других размеров.

- Шрифты, используемые в промо-баннерах.

- Коды купонов и промо-акций (требуют регулярного обновления).

- Арты (при наличии).

- Brand Book (при наличии).



Попросите у менеджера CityAds инструкцию по промо-материалам и архив с работающими шаблонами баннеров AS2 и библиотекой swfObject!

1.4.2 Лэндинг



Лэндинг или точка входа — это та страница, на которую попадает пользователь, перешедший по рекламной ссылке. Первое впечатление пользователя о сайте влияет на его дальнейшее поведение.

Для разных баннеров, разных рекламных предложений можно настроить несколько точек входа. Если одновременно рекламируются разные продукты или разные категории продуктов, стоит сразу подготовить несколько лэндингов.

Ниже приведено несколько советов для создания хорошего лэндинга.

Кнопка «Купить» должна быть заметной. Следует исключить все отвлекающие от совершения покупки элементы.

Покупатель должен сразу понимать, что попал на страницу с нужным ему продуктом. Следует указать цену, основные параметры товара, добавить подходящее изображение.

Покупателю надо дать понять, что оформить и получить товар будет просто и быстро. По возможности следует избегать длинных форм регистрации, оформлять адрес доставки после звонка оператора.



Самая высокая конверсия переходов на сайт в покупки — если переход совершается на страницу рекламируемого продукта.

Скидки, подарки и бесплатная доставка увеличивают процент оформленных заказов — при условии, что действие этих предложений очевидно для покупателя сразу после перехода на сайт.

КУПИТЬ ►

2 Техническая информация

Информация в данном разделе предназначена для технических специалистов рекламодателя.

2.1 Допустимые параметры

При использовании различных методов трекинга рекламодатель и система CityAds обмениваются информацией о совершенных пользователями действиях, статусах заказов и так далее. В таблице, приведенной ниже, перечислены все желательные при различных способах подключения и допустимые для передачи параметры.



Если вы не уверены, вы можете уточнить у менеджера CityAds, какие методы подключения должны использоваться в вашей рекламной кампании.

Параметр	Расшифровка	Тип переменной	Комментарии	Обязательно (*) для:		
				Пиксель	Postback	XML
order_id	Номер заказа у рекламодателя	string	Уникальный и точный идентификатор до 64 символов	*	*	*
prx	Системный параметр CityAds	bigint (64bit)	Системный параметр CityAds от 1 до 9223372036854770000		*	*
click_id	ID клика	string	Max 64 символа	*	*	*
partner_id	Идентификатор кампании в CityAds	integer	Системный параметр CityAds	*		
customer_id	Идентификатор пользователя у рекламодателя	string	Дает возможность вести учет заказов от одного пользователя Max 64 символа			
order_total	Общая стоимость товаров в корзине	integer	Основа для расчета процентной комиссии Копейки, центы (без точек, пробелов и запятых)			
currency	Отслеживание валюты, используемой в магазине рекламодателя	string	Валюта должна быть указана в соответствии со стандартными положениями ISO 4217 для валютных сокращений. Max 3 символа	Обязателен при наличии параметра price, order_total или up		
status	Статусы заказа у рекламодателя	string	Max 32 символа			
status_cancel	Статусы отмены	integer	0 или 1	Обязателен при наличии параметра status. Если заказ отменен, нужно передавать 1		
date	Дата изменения статуса заказа	integer (timestamp)	Указывается дата последнего изменения статуса			*
customer_type	Тип клиента (новый/возвращенный)	string	new или returned	*		*
payment_method	Способ оплаты	string	Cash, Credit Card, Debit Card, Webmoney/Paypal	*		*
pid	Id товара	string	Max 64 символа	*		*
pn	Наименование товара	string	Max 32 символа	*		*
up	Цена за единицу товара	integer	Копейки, центы, рубли, доллары (допустим формат ***.** - два числа после точки)	*		*
pc	Категория товара	string	Max 32 символа	*		*
qty	Количество товара	integer		*		*
maturity_date	Дата определяемого подтверждения операции	date	Формат: ГГГГ-ММ-ДД-ЧЧ-ММ-СС			
session_id	Номер сессии, в течение которой была совершена операция	string	Для отслеживания статистики по сессиям Max 64 символов			

2.2 Параметры в ссылке



Для определения источников трафика CityAds передает на точку входа четыре обязательных параметра. По умолчанию их нужно сохранять, привязывая к идентификатору заказа.

В ссылке на точку входа CityAds обязательно передает четыре описанных ниже параметра. Их названия могут быть изменены в соответствии с пожеланиями рекламодателя.



Вы можете запросить добавление в ссылку любых необходимых вам параметров.

2.2.1 PRX

Динамическое, не уникальное значение системного параметра CityAds, позволяющее определить принадлежность лида к рекламной кампании и вебмастеру. Обязательно для возвращения.

Формат: целое цифровое значение от 1 до 9223372036854770000.

2.2.2 AIP

Id вебмастера в системе CityAds, не подлежит возврату, передается только для использования рекламодателем.

Формат: цифры и/или латинские буквы в верхнем и/или нижнем регистрах.

2.2.3 Utm_source

Параметр, обозначающий, что пользователь пришел через систему CityAds.

Формат и значение задается рекламодателем, по умолчанию `utm_source=ca`.

2.2.4 Click_id

Id перехода в системе CityAds, позволяющий определить принадлежность лида к рекламной кампании и вебмастеру. Обязательно для возвращения.

Формат: цифры и/или латинские буквы в верхнем и/или нижнем регистрах.

2.3 Cookies



Cookie служит для того, чтобы идентифицировать данный переход пользователя на сайт как инициированный системой CityAds.

2.3.1 Подробности о cookie

При переходе пользователя на сайт, рекламодатель должен ставить в браузер пользователя cookie, указывающий источник трафика (систему, благодаря которой был совершен переход на сайт). В случае если у рекламодателя есть несколько разных источников трафика, в cookie прописывается последний источник, с которого был совершен переход.

Срок жизни cookie устанавливается в соответствии с договором.

2.3.2 Пример кода cookie

Cookie следует устанавливать в браузер пользователя сразу после его перехода на сайт. Для этого код cookie устанавливается на все точки входа.

Для удобства ниже приведен пример кода, при помощи которого cookie устанавливается в браузер пользователя, и в cookie записываются необходимые параметры. Срок жизни cookie в данном примере — 30 суток, используется параметр в ссылке `utm_source=ca`.



Если вы нуждаетесь в помощи для установки и настройки cookie, наши специалисты технической интеграции могут вам помочь.

```
<?php
$isCityads = (isset($_GET['utm_source']) && ($_GET['utm_source'] == 'cityads'));
$isPrx = (isset($_GET['prx']) && !empty($_GET['prx']));
$isClick_Id = (isset($_GET['click_id']) && !empty($_GET['click_id']));

if ($isCityads && $isPrx && $isClick_Id) {
    setcookie('utm_source', $_GET['utm_source'], strtotime('+30 days'));
    setcookie('prx', $_GET['prx'], strtotime('+30 days'));
    setcookie('click_id', $_GET['click_id'], strtotime('+30 days'));
}
?>
```

The screenshot shows the website **proball.ru** with a navigation bar and a main banner for Hummel. Below the banner, the Chrome DevTools console is open, showing a list of cookies. The cookies are as follows:

Name	Value	Domain	Expires / Max-Age	Size	HTTP	Secure
ca_data_click_id	VIZ1Dbve4ZpHG	www.proball.ru	Wed, 15 Jan 2014...	30		
ca_data_click_id	550566105	www.proball.ru	Wed, 15 Jan 2014...	20		
id	22910ec04010070it=1387197103;et=730ics=002213f0400c49690890cd43db	doubleclick.net	Wed, 16 Dec 2013...	69		
rcuid	52ae2a913bf2523b864a72d	www.proball.ru	Tue, 16 Dec 2014 ...	29		
ref	ca	www.proball.ru	Wed, 15 Jan 2014...	5		
remislang	0	.vk.com	Sun, 14 Dec 2014 ...	10		
remisid	1071610122	.vk.com	Wed, 10 Dec 2014...	19		
utm_source	cityads	www.proball.ru	Wed, 15 Jan 2014...	17		
work_in_SALE_UID	37160907	proball.ru	Thu, 11 Dec 2014 ...	24		

2.3.3 Проверка установки cookie

Для того чтобы проверить корректность установки cookie самостоятельно, можно воспользоваться средствами разработчика в браузерах. Ниже приведен пример проверки cookie через панель разработчика в Google Chrome.

Следует перейти на лэндинг по ссылке с параметрами CityAds.

При помощи клавиши F12 открывается панель разработчика, в ней нужно перейти во вкладку Resources → Cookies и развернуть список.

После этого нужно найти заданный параметр (в данном случае `utm_source`) и проверить его значение (на примере — `ca`).

2.4 Пиксель



Пиксель — это прозрачное изображение размером 1x1 px. При загрузке пикселя происходит обращение к серверу системы CityAds, сообщаемое об успешном выполнении действия на сайте рекламодателя.

2.4.1 Как и куда устанавливается пиксель

Для установки пикселя достаточно скопировать его код и вставить на нужную страницу сайта. Пиксель устанавливается на странице успешного действия, причем эта страница должна формироваться динамически (во избежание накруток через обновление страницы). Обычно страницей успешного действия считается страница «Спасибо за заказ!», которую видит покупатель сразу после оформления заказа.

Также важно показывать пиксель CityAds только пользователям, пришедшим на сайт благодаря CityAds, что может быть определено по источнику трафика, прописанному в установленном у них cookie.



Осторожно! Установка пикселя не на той странице приведет к неверному учету статистики!

2.4.2 Код пикселя

Код пикселя индивидуален в каждом конкретном случае. Очень важно не изменять его при установке, не перепутывать коды пикселей, если у вас их несколько. Нельзя изменять значения высоты и ширины пикселя, ведь при попытке скрыть изображение, пиксель просто не работает.

Код пикселя выдается менеджером CityAds.

Код, приведенный ниже — это пример, который не следует устанавливать на сайт.

```
<script type="text/javascript" async="async" src="https://cityadspix.com/track/{order_id}/ct/{target_name}/c/{partner_id}?click_id={click_id}&prx={prx}&customer_type={customer_type}&payment_method={payment_method}&basket=[{"pid":"product_id","pn":"product_name","up":"unit_price","pc":"product_category","qty":"quantity"},{"pid":"product_id","pn":"product_name","up":"unit_price","pc":"product_category","qty":"quantity"}]&md=2"></script>
```

```
<noscript></noscript>
```

Основные параметры

Название параметра	Расшифровка
order_id	Уникальный id заказа
target_name	Наименование цели
partner_id	Id рекламной кампании в системе CityADS
click_id	Уникальный id клика (берется из ссылки, с которой пользователь приходит на лендинг)
prx	Неуникальный обязательный параметр (берется из ссылки, с которой пользователь приходит на лендинг)
customer_type	Тип клиента (новый/возвращенный)
payment_method	Способ оплаты (Cash, Credit Card, Debit Card, Webmoney/Paypal)

Параметры корзины

С помощью JSON может быть передана детальная информация о каждом товаре в корзине. Для каждого товара должна передаваться категория, к которой он относится, его стоимость, количество таких товаров в корзине, а так же его наименование.

Название параметра	Расшифровка
pid	Id товара
pn	Наименование товара
up	Цена за единицу товара
pc	Категория товара
qty	Количество товара

2.4.3 Пример отображения пикселя

в исходном коде страницы успешного завершения заказа:

```
<script type="text/javascript" async="async" src="https://cityadspix.com/track/123/ct/q1/c/123456?click_id=a1B2cde3456Ef&prx=123456789&customer_type=new&payment_method=card&basket=[{"pid":"1000","pn":"iPhone5s","up":"29999.99","pc":"phones","qty":"1"},{"pid":"7000","pn":"Sony MDR-V150","up":"499.29","pc":"headphones","qty":"2"}]&md=2"></script>
```

```
<noscript></noscript>
```

2.4.4 Проверка установки пикселя



Для того чтобы проверить правильность установки пикселя, можно снова обратиться к средствам разработчика в популярных браузерах.

Так как пиксель CityAds должен показываться только пользователям, перешедшим на сайт от CityAds, используйте для теста ссылку с соответствующими параметрами.

Пройдите путь покупателя, вплоть до совершения целевого действия (покупки, оформления заказа). Убедитесь, что пиксель не сработал на предыдущих страницах.

Убедитесь, что пиксель сработал на странице успешного целевого действия (благодарности за заказ) и что номер заказа в пикселе соответствует номеру заказа в базе агентства.

Увидеть код сработавшего пикселя можно, например, в консоли разработчика в Google Chrome. Для этого необходимо открыть в консоли вкладку «Network» и раздел «Images».

Elements Resources Network Sources Timeline Profiles Audits Console								
Name	Method	Status	Type	Initiator	Size	Time		
Path		Text			Content	Latency		
/newdis/images		OK		Parser				
b88aa35387efd68bb4b4c3ad17c1ec65	GET	200	image/jpeg	confirmed 244	581 B			
t.gameleads.ru/109107/q1		OK		Parser	43 B			

2.5 Postback



Postback служит для сообщения серверу CityAds о любых действиях пользователя, включая отложенные, такие как успешная доставка товара.

2.5.1 Расположение postback

Postback может устанавливаться в любом месте, в зависимости от выбранной схемы интеграции. Настройка должна быть произведена таким образом, чтобы postback-запрос отправлялся только в случае совершения целевого действия пользователем.



Если у вас есть вопросы по установке postback, наши специалисты с радостью вам помогут!

2.5.2 Настройка postback

Запрос осуществляется при помощи метода GET, обратившегося по заранее обозначенному CityAds адресу, с заранее сообщенных рекламодателем IP-адресов.

Отправка запроса идет на URL

`http://cityads.ru/service/postback`

с добавлением обязательных параметров и параметра, оговоренного со специалистами технической интеграции CityAds в соответствии со схемой интеграции.

Протоколы доступа:

HTTP

HTTPS

Например, полная ссылка для отправки запроса может выглядеть таким образом:

`http://cityads.ru/service/postback/?order_id=10000&prx=90689&click_id=abc123`

2.5.3 Пример установки postback

```
<?php
$url = "https://cityads.ru/service/postback?order_id={$order_id}&prx={$prx}&click_id={$click_id}";
$ch = curl_init();
curl_setopt( $ch, CURLOPT_URL, $url );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_HEADER, false );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_FOLLOWLOCATION, false );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_RETURNTRANSFER, true );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_SSL_VERIFYPEER, false );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_SSL_VERIFYHOST, false );
$response = curl_exec( $ch );
```

```

$xml = new SimpleXMLElement($response);
$code = strval($xml->code);

if ($code == 'OK') {
    // Success
}
else {
    // Failed: Send repeat
    //Рекламодателю следует реализовать функцию повторной отправки запроса
самостоятельно
}

?>

```

2.5.4 Проверка postback, коды ответа

В ответ на postback-запрос сервер CityAds отправляет данные в формате XML. Ниже приведены примеры возвращаемых в XML ответов.

2.5.4.1 Успешное обращение к сервису

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>OK</code>
<message>Successfully</message>
</response>

```

2.5.4.2 Ошибки при работе с сервисом

- Ошибка доступа к сервису

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>ERROR</code>
<message>Access from your ip (8.8.8.8) denied</message>
</response>

```

- Ошибка несуществующего prx

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>ERROR</code>
<message>Prx not found</message>
</response>

```

- Ошибка: не передан prx

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>ERROR</code>
<message>Incorrect request</message>
</response>
```

Для корректной обработки получаемых ответов необходимо реализовать проверку на успешный прием запроса (code = OK).

Если ответ не был принят, необходимо повторить запрос через 15 минут.

2.6 XML



Самые полные и подробные данные о произошедших транзакциях передаются при помощи XML-отчетов. Обновление этих данных в статистике CityAds происходит раз в сутки.

Посредством протокола HTTP/HTTPS POST XML-запроса система CityAds обращается к системе обмена данными рекламодателя. Запрашиваются данные за определенный промежуток времени (обычно сутки). При этом время на сервер передается в Unix timestamp, то есть, например, 2012-03-23 00:00:00 -> 1332460800, 2012-03-24 00:00:00 -> 1332547200 и так далее.



Ссылка на систему обмена данными определяется и устанавливается рекламодателем..

2.6.1 Доступ к отчетности



Для обеспечения безопасного экспорта XML-отчета от рекламодателя в систему CityAds возможно использовать два типа авторизации: простой пароль и динамический ключ доступа.

2.6.1.1 Простой пароль

Система CityAds при обращении к системе экспорта у рекламодателя передает пароль методом GET, через параметр «rkey».

В этом случае рекламодатель самостоятельно выбирает и устанавливает пароль для системы экспорта, после чего сообщает его менеджеру CityAds.

Протоколы доступа:

HTTP

HTTPS

Пример передачи пароля.

```
https://www.test.ru/CityAds/export.php?pkey=password
```

Где значение параметра «pkey», равное «password», является паролем.

2.6.1.2 Динамический ключ доступа

Система CityAds при обращении к системе экспорта у рекламодателя передает ключ доступа методом GET, через зашифрованный параметр «skey».

Пример кода на PHP для получения ключа доступа.

```
<?php
// Пароль рекламодателя
$password = "CityAds_password";
// Дата начала выборки, полученная из XML запроса через метод POST
$date_from = "1333238400";
// Дата окончания выборки, полученная из XML запроса через метод POST
$date_to = "1333324800";
// Генерирование ключа доступа
$key = md5( $password . $date_from . $date_to );
// Вывод пароля
echo $key; // 16edf85ca39051dd81374f61ed8de25e
?>
```

Пример передачи ключа доступа.

```
https://www.test.ru/CityAds/export.php?skey=16edf85ca39051dd81374f61ed8de25e
```

Где значение параметра «skey», равное «16edf85ca39051dd81374f61ed8de25e», является ключом доступа, полученным из вышеприведенного примера.

2.6.2 Формат запроса

Ниже приведен пример запроса для получения XML-отчета.

```
POST /CityAds/ HTTP/1.1
Host: www.test-shop.ru
Accept: */*
Content-Length: 150
Content-Type: application/x-www-form-urlencoded
```

```
xml=%3C%3Fxml+version%3D%221.0%22%3F%3E%3Crequest%3E%3Cdate_
from%3E1332460800%3C%2Fdate_from%3E%3Cdate_to%3E1332547200%3C%2Fdate_
to%3E%3C%2Frequest%3E
```

2.6.3 Формат ответа

В ответ на приведенный в предыдущем примере запрос, система CityAds ожидает такой ответ:

```
HTTP/1.1 200 OK
Date: Mon, 02 Apr 2012 08:15:31 GMT
Server: Apache
Expires: Thu, 19 Nov 1981 08:52:00 GMT
Cache-Control: no-store, no-cache, must-revalidate, post-check=0, pre-check=0
Pragma: no-cache
Transfer-Encoding: chunked
Content-Type: text/html; charset=UTF-8

<?xml version="1.0"?><items><item><prx>99003640000</prx>
<click_id>abc123</click_id><order_id>200123</order_id>
<status>approved</status><date>1332460800</date>
</item><item><prx>99000000000</prx>
<click_id>abv125</click_id><order_id>200456</order_id>
<status>new</status><date>1332504000</date>
</item></items>
```

2.6.4 Тонкости при настройке XML-отчета

2.6.4.1 Даты

Поскольку запрос данных идет с привязкой по дате, то параметр date обязателен и должен обновляться в соответствии с изменениями статуса заказа.



Наши технические специалисты с радостью помогут вам настроить XML-отчет.

2.6.4.2 Статусы отмен

Отмена заказа на любом этапе должна передаваться в отдельном параметре `<status_cancel> </status_cancel>` чтобы при загрузке данных был отмечен последний перед отменой статус заказа, это влияет на статистику.

2.6.4.3 PRX и click_id

Prx и click_id – это системные параметры CityAds. От их корректной передачи зависит правильность начисления денежных средств вебмастерам. Ошибки при передаче параметров prx и click_id могут привести к проблемам при сверке и выставлении счетов. Необходимо убедиться в их корректной передаче и при изменениях на стороне рекламодателя или возникновении проблем с передачей этих параметров предупреждать CityAds.

2.6.4.4 Передача тегов price и currency

Важно! Параметры price и currency передаются только вместе со статусом, соответствующим статусу целевого действия.

2.6.4.5 Параметры customer_type, payment_method

В параметре customer_type должна передаваться информация о клиенте, совершившем заказ: новый это клиент, или возвращенный на сайт. В теге payment_method передается способ оплаты.

2.6.4.6 Basket

В тегах <basket> </basket> передаются следующие данные:

Для каждого товара передается pid (Id товара), pn (наименование товара), up (цена за единицу товара), pc (категория товара), qty (количество товаров данного вида в корзине).

2.6.5 Проверка настройки XML-отчета

2.6.5.1 Коды ошибок

В случае возникновения ошибки при формировании отчета проекта, система экспорта (или обмена) отчетностью, сообщает об ошибке в следующем формате:

```
<?xml version="1.0"?>
<error>error code</error>
```

Коды ошибок XML

Код	Описание
401	Ошибка авторизации
500	Запрос не может быть обработан

2.6.5.2 Пример корректного ответа

```
<?xml version="1.0"?>
<items>
  <item>
    <order_id>123</order_id>
    <prx>123</prx>
    <click_id>hjk123</click_id>
    <status>done</status>
    <order_total>32998.99</order_total>
    <payment_method>cash</payment_method>
    <customer_type>new</customer_type>
    <basket>
      <product>
        <pid>2345</pid>
        <pc>phones</pc>
        <up>29999.99</up>
        <currency>RUR</currency>
        <qty>1</qty>
      </product>
      <product>
        <pid>2345</pid>
        <pc>irons</pc>
        <up>2999</up>
        <currency>RUR</currency>
        <qty>1</qty>
      </product>
    </basket>
  </item>
</items>
```

2.6.5.3 Пример некорректного ответа

```
<item>
  <prx>005W</prx>
  <click_id>abc123</click_id>
  <order_id>539189</order_id>
  <status>new </status>
  <date>1333468800</date>
</item>
<item>
  <prx>9000000</prx>
  <click_id>abv125</click_id>
  <order_id>11132</order_id>
  <status>done</status>
  <date>1333476000</date>
</item>
<order_total>8903</order_total>
<date>1333476000</date>
</item>
```

В этом примере есть две ошибки: ошибка формата (отсутствуют теги <items>) и неверное значение параметра PRX (Параметр prx должен иметь значение формата целого цифрового значения от 1 до 9223372036854770000).

2.7 Tactical Performance Marketing



Коды Tactical Performance Marketing устанавливаются для повышения эффективности рекламной кампании и повторного привлечения пользователей на сайт рекламодателя.

Каждый код Tactical Performance Marketing состоит из двух частей.

Во-первых, параметры, которые передают нам ID товаров, услуг или типа страниц. Благодаря этим параметрам мы узнаем статус заказа: покупатель посмотрел товар, положил его в корзину или проявил дополнительный интерес и совершил эффективное действие: например, совершил покупку.

Во-вторых, функция, вызывающая асинхронный JS скрипт, который парсит страницы товаров, просмотренные пользователем. Также этот скрипт метит пользователя cookie, который в дальнейшем помогает его идентифицировать при показе рекламных баннеров.

Кодов Tactical Performance Marketing есть несколько видов, и они устанавливаются на разные страницы сайта рекламодателя.




Коды на разных типах страниц отличаются только параметрами.

Код №1 устанавливается на страницы с товарами.


```
<script id="xcntmyAsync" type="text/javascript">
/*<![CDATA[*]
// стр. товара
var xcnt_product_id = 'XX'; // где XX – это ID товара в каталоге рекламодателя.
/*]]>*/
(function(){
var xscr = document.createElement( 'script' );
var xcnt = escape(document.referrer); xscr.async = true;
xscr.src = ( document.location.protocol === 'https:' ? 'https:' : 'http:' )
+ '//x.cnt.my/async/track/?r=' + Math.random();
var x = document.getElementById( 'xcntmyAsync' );
x.parentNode.insertBefore( xscr, x );
})();
</script>
```

Пример данного типа страниц:



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

Главная / Интернет магазин / Платья / Платье жен.



Платье жен.

Платье жен. Весна / лето 2013

Артикул: 2120400064

Восточный узор
и нежная цветовая гамма
создают женственный образ

Таблица размеров

<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40	42	44	46	48	50

999 руб.


КУПИТЬ 

Код №2 устанавливается на страницы корзины.

Данный код необходимо установить на страницы, которые отображают определенный прогресс пользователя к совершению эффективного действия: например страница корзины, уточнения адреса доставки, способа оплаты и все подобные страницы, предшествующие странице подтверждения совершения заказа.

```
<script id="xcntmyAsync" type="text/javascript">
/**/
// стр. корзины
var xcnt_basket_products = 'XX,YY,ZZ,...'; // где XX,YY,ZZ – это ID товаров в корзине
через запятую.
var xcnt_basket_quantity = 'X,Y,Z,...'; // где X,Y,Z – это количество соответствующих
товаров (опционально).
/*]]&gt;*/
(function(){
var xscr = document.createElement( 'script' );
var xcnt = escape(document.referrer); xscr.async = true;
xscr.src = ( document.location.protocol === 'https:' ? 'https:' : 'http:' )
+ '//x.cnt.my/async/track/?r=' + Math.random();
var x = document.getElementById( 'xcntmyAsync' );
x.parentNode.insertBefore( xscr, x );
})();
&lt;/script&gt;</pre>
```


Пример подобной страницы:



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

Личный Кабинет

Войти | Регистрация



КОРЗИНА (2)

Главная / Оформление заказа

Имя:

Моб. телефон:





Эл. почта:

Адрес доставки:

ОФОРМИТЬ ЗАКАЗ

Главная / Корзина

КОРЗИНА

№	Фото	Тип изделия	Артикул	Размер	Цвет	Количество	Цена	Удалить
1.		Сумка жен.	4151800113	one size	 красный	<input type="text" value="1"/> шт.	1 199 руб.	<input type="button" value="X"/>
2.		Платье жен.	1120400051	48	 ярко-розовый	<input type="text" value="1"/> шт.	999 руб.	<input type="button" value="X"/>

Возврат в каталог

Итого: 2 198 руб.

ОБНОВИТЬ

Код №3 устанавливается на страницы подтверждения заказа.

Следующий код устанавливается на страницу подтверждения успешного завершения заказа.

```
<script id="xcntmyAsync" type="text/javascript">
/**/
// стр. успешного оформления заказа
var xcnt_order_products = 'XX,YY,ZZ,...'; // где XX,YY,ZZ – это ID товаров в корзине
// через запятую.
var xcnt_order_quantity = 'X,Y,Z,...'; // где X,Y,Z – это количество соответствующих
// товаров (опционально).
var xcnt_order_id = 'XXXXYY'; // где XXXYYY – это ID заказа (желательно, можно
// шифровать значение в MD5)
var xcnt_order_total = '000.00'; // сумма заказа (опционально)
/*]]&gt;*/
(function(){
var xscr = document.createElement( 'script' );
var xcnt = escape(document.referrer); xscr.async = true;
xscr.src = ( document.location.protocol === 'https:' ? 'https:' : 'http:' )
+ '//x.cnt.my/async/track/?r=' + Math.random();
var x = document.getElementById( 'xcntmyAsync' );
x.parentNode.insertBefore( xscr, x );
})();
&lt;/script&gt;</pre></div><div data-bbox="90 527 302 543" data-label="Section-Header"><h3>Пример подобной страницы:</h3></div><div data-bbox="90 559 762 817" data-label="Image"><img alt="Screenshot of a confirmation page for 'AB SHOP'."/>The image shows a screenshot of a web page for 'AB SHOP' (Интернет-магазин). The header features the store's logo and navigation links: 'Личный кабинет', 'Войти | Регистрация', and a shopping cart icon labeled 'Корзина (2)'. The main content area has a breadcrumb trail 'Главная / Оформление заказа'. On the left, there is a red telephone icon and the text 'Спасибо за покупку! Наша служба поддержки свяжется с Вами в ближайшее время'. On the right, it displays 'Номер Вашего заказа' followed by the number '254390867' in a box. Below this is a red button that says 'ВЕРНУТЬСЯ В КАТАЛОГ'. At the bottom, there is a red search bar with the word 'поиск' next to it.</div><div data-bbox="894 934 941 957" data-label="Page-Footer"><p>30</p></div>
```

Код №4: устанавливается на все остальные страницы сайта.

Если пользователь в процессе совершения покупки перейдет на страницу, на которой не содержится код Tactical Performance Marketing, мы «потеряем» этого пользователя и не сможем верно оценить, совершил ли он какое-либо эффективное действие на сайте рекламодателя. Поэтому на всех остальных страницах сайта должен быть установлен код Tactical Performance Marketing без уточняющих параметров.

```
<script id="xcntmyAsync" type="text/javascript">
/*<![CDATA[*
/*]]>*/
(function(){
var xscr = document.createElement( 'script' );
var xcnt = escape(document.referrer); xscr.async = true;
xscr.src = ( document.location.protocol === 'https:' ? 'https:' : 'http:' )
+ '//x.cnt.my/async/track/?r=' + Math.random();
var x = document.getElementById( 'xcntmyAsync' );
x.parentNode.insertBefore( xscr, x );
})();
</script>
```

3 Работа с личным кабинетом и статистикой

С текущими результатами рекламной кампании можно ознакомиться в разделе Статистика в личном кабинете рекламодателя в системе CityAds.



Существуют и другие системы сбора статистики, однако их данные не могут являться основанием для сверок и выставления счетов.

3.1 Личный кабинет рекламодателя в системе CityAds

3.1.1 Доступ в личный кабинет



В начале сотрудничества с системой CityAds рекламодатель указывает адрес электронной почты, который станет его идентификатором (логинем) в CityAds.

После того, как менеджер CityAds создаст учетную запись и подтвердит ее активацию, рекламодателю будет необходимо установить на нее пароль. Для этого нужно перейти по ссылке <https://cityads.ru/?act=lostpass>, указать адрес своей электронной почты в качестве логина и воспользоваться сервисом восстановления пароля.

Новый пароль придет на указанный электронный адрес.

3.1.2 Обзор личного кабинета рекламодателя

Личный кабинет рекламодателя делится на три зоны:

- A) в правом верхнем углу можно следить за состоянием своего счета;
- B) слева расположено меню для выбора нужных опций;
- C) в центре расположены сами страницы с данными.

Залогинившись в личный кабинет рекламодателя, вы первым делом попадаете на страницу со сводной статистикой. Это краткий, визуализированный при помощи графика, обзор динамики рекламной кампании.



В разделе меню «Офис» рекламодатель может изменить пароль или контактную информацию, пополнить свой баланс через WebMoney и ознакомиться с финансовой статистикой.

В разделе меню «Кампании» рекламодатель имеет возможность проверить свои загруженные промо-материалы и ознакомиться с данными статистики.

Обращаем ваше внимание, что сезонные баннеры требуют своевременного обновления, баннеры акций и распродаж должны быть переданы менеджеру CityAds не позднее 3-х дней до начала действия для тестирования и размещения.

Статистика дает возможность проверять загруженные в систему CityAds данные за произвольные даты, проверять трафик по отдельным вебмастерам.

Рекомендуем обратить особое внимание на показатель EPC – он характеризует доходность рекламного оффера (на тысячу кликов) и, чем он выше, тем привлекательнее данное предложение для вебмастеров.

3.1.3 Сверка по ID заказов

Для контроля работы системы обмена отчетностью после первого месяца работы оффера проводится сверка по ID заказов. При необходимости ее можно повторять и позднее.

Списки ID заказов и их статусов со стороны системы CityAds выгружает менеджер, ему же необходимо предоставить список ID заказов и их статусов, выгруженный из базы рекламодателя.

После этого менеджер сравнивает списки, в случае наличия расхождений мы ищем причину и либо самостоятельно, либо совместно с рекламодателем устраняем ее.

В случае если данные не передались и их автоматическая передача невозможна, можно запросить ручное добавление данных на основании файла Excel. В этом случае поля order_id, prx, click_id, date обязательны.

3.2 Возможные варианты иного отслеживания



Внимание! Разные системы статистики используют разные инструменты для отслеживания, механику подсчета и аналитики, возможны расхождения данных.

Для использования независимых систем Яндекс.Метрика и Google Analytics необходимо в них зарегистрироваться, сгенерировать коды и установить их на все страницы сайта для корректного отслеживания.

Обе эти системы позволяют отслеживать источники переходов, целевые действия (добавление в корзину, заказ, переход на страницу успешного оформления заказа) и другую информацию. Сотрудники CityAds не дают консультации по использованию сторонних систем статистики, их упоминание в данном руководстве призвано лишь информировать рекламодателя о существовании других систем сбора данных.

3.2.1 Google Analytics

Для отслеживания пользователей, перешедших на сайт рекламодателя через CityAds, введите значение параметра `utm_source` в источники кампании. Так же по желанию вы можете использовать и другие поля настройки для более полного отображения статистики. Напоминаем, что название реферального параметра устанавливает рекламодатель, и, например, вместо `ref=` са допустимо использование `utm_source=са`.

ic=1032998&ctx=topic

Анализ

Обзор трафика

Об источниках трафика

Отчет "Источники трафика"

Поисковая оптимизация

Соцфункции

Создание персонализированных кампаний

Персонализированные кампании

Компоновщик URL

Рекомендации

Часто возникающие проблемы

Клики/расходы

Компоновщик URL

< Далее: Рекомендации >

Добавление параметров персонализированных кампаний к URL.

Компоновщик URL Google Analytics

Используйте этот инструмент при создании URL для персонализированных кампаний. Заполните форму и нажмите кнопку **Создать URL** ниже.

Шаг 1. Введите URL своего веб-сайта.

URL веб-сайта: *
(например, `http://www.urchin.com/download.html`)

Шаг 2. Заполните поля, расположенные ниже. Поля **Источник кампании**, **Канал кампании** и **Название кампании** обязательны для заполнения.

Источник кампании: * (URL перехода: google, citysearch, newsletter4)

Канал кампании: * (маркетинговый канал: срс – кампания с оплатой за клики, banner – баннер, email – эл. почта)

Ключевое слово кампании: (определяет оплачиваемые ключевые слова)

Содержание кампании: (позволяет различать объявления)

Название кампании: * (товар, промокод или рекламный слоган)

Шаг 3

Полезная информация

Источник кампании (utm_source)	Обязательно. Используйте utm_source для идентификации поисковой системы, электронной рассылки или другого источника. Пример: <code>utm_source=google</code>
Канал кампании (utm_medium)	Обязательно. Используйте utm_medium для идентификации канала, например электронной рассылки или кампаний с оплатой за клики. Пример: <code>utm_medium=срс</code>
Ключевое слово кампании (utm_term)	Используется для платного поиска. Используйте utm_term , чтобы указать ключевые слова для этого объявления. Пример: <code>utm_term=бетонные+хрюшочки</code>

При использовании Universal Analytics для некоторых параметров может потребоваться дополнительная настройка. Подробнее о U

Похожие

Обзор

Трафик > Отчет "Источники трафика"

Настройка межотслеживания доменов

Настройка отслеживания ресурсов > Отслеживание доменов

Настройка кода веб-ресурсов

Настройка отслеживания ресурсов > Базы отслеживания

Режим реального времени

Мониторинг > Режим реального времени

Кампании AdWords

Реклама > Отчеты

Данные по кампаниям

Трафик > Часто задаваемые вопросы

Вход в систему Google Analytics расположен по адресу <http://www.google.ru/intl/ru/analytics/>

35

3.2.2 Яндекс метрика

Для отслеживания пользователей, перешедших на сайт рекламодателя посредством CityAds, введите значение `utm_source` параметра при создании цели

Полное руководство по использованию сервиса расположено по адресу:

<http://help.yandex.ru/metrika/>

3.2.3 По своей системе

Любой рекламодатель может отслеживать статистику переходов, заказов и целевых действий по своей собственной системе.

Мы всегда готовы идти навстречу своим клиентам и добавлять нужные им параметры в ссылку перехода по предварительному согласованию со специалистами CityAds.

4 Наиболее распространенные вопросы

4.1 Кабинет

Вопрос: Я не могу войти в кабинет, мне не приходит письмо для восстановления пароля, что делать?

Ответ: Свяжитесь с вашим менеджером, он передаст вам ссылку для восстановления пароля вручную. В исключительных случаях возможна установка пароля и сообщение его рекламодателю, с обязательной последующей сменой им пароля самостоятельно.

4.2 Интеграция

Вопрос: Я не могу поставить пиксель, только postback и XML. Возможна ли интеграция?

Ответ: Да. Использование всех инструментов CityAds желательно, но не обязательно, при качественной настройке даже одного из инструментов трекинга возможна интеграция.

Вопрос: Я могу установить только пиксель. Ни XML, ни postback по техническим причинам мне недоступны в данный момент, но я смогу сделать их через 2 недели. Возможна ли интеграция?

Ответ: Да, если вы сможете настроить сохранение параметров `prx` и `click_id` в связке с `id` заявок пользователей и впоследствии обязуетесь передать их в XML отчете или в файле формата `.xls`.

Вопрос: CityAds мой единственный партнер и источник трафика, необходимо ли мне принимать параметр `utm_source` или аналогичные параметры, маркирующие трафик?

Ответ: Желательно, для предотвращения возникновения проблем при сверке и последующей оплате счета.

4.3 Промо

Вопрос: У меня нет баннеров. Могу я заказать их у вас?

Ответ: Да. Мы можем принять и выполнить заказ на любые промо-материалы. Для уточнения информации о сроках и стоимости обратитесь к своему менеджеру.

Вопрос: У меня есть баннеры, но их размеры не подходят для CityAds. Что делать?

Ответ: Если у вас есть исходники баннеров, то вы можете заказать у нас ресайзы нужных размеров.

Вопрос: Я хочу разместить баннеры по акции, я могу быть уверен, что в день окончания акции они отключатся?

Ответ: Да. Наша система обладает параметрами настройки дат начала и конца показа баннеров.

4.4 Трафик

Вопрос: Мне не нравится качество трафика одного из вебмастеров. Можете ли вы что-то с ним сделать?

Ответ: Да, по запросу рекламодателя мы можем ограничить доступ вебмастера к данному офферу.

Вопрос: Мне хочется поощрить вебмастеров с хорошим трафиком. Это возможно?

Ответ: Да, вы можете повысить условия оплаты в индивидуальном порядке для вебмастеров, отвечающих определенному критерию (количество продаж, общая сумма заказов и так далее).

4.5 Сверка

Вопрос: У меня расхождение данных по разным системам статистики, что делать?

Ответ: Так как каждая из систем статистики считает данные при помощи разных алгоритмов, то расхождения естественны. При сверках и выставлении счетов следует руководствоваться статистикой CityAds и вашими собственными данными. При значительных расхождениях в статистике, обратитесь к техническим специалистам CityAds для выявления причины расхождения.

Желаем приятной работы с CityAds!



CityAds Media
Телефон: +7 (495) 540 5167

Адрес: Россия, Москва, 123056
ул. Зоологическая, дом 26, стр. 2