**Synthèse Technique pour l'Automatisation du Suivi des Revenus**

**Objectif**

Associer les revenus de quatre plateformes partenaires aux URLs d'articles correspondantes.

**1. Google Ads**

* **Accès aux données** : **API Google Ads**.
* **Logique** : Association directe des métriques (clics, coût) à chaque URL de page de destination.

**2. AT Internet (Piano Analytics)**

* **Accès aux données** : **API Piano Analytics**.
* **Logique** : Association directe des métriques (visites) à chaque URL d'article.

**Logiques de Matching pour les Partenaires de Revenus**

**A. Matching par Identifiant Unique (aID)**

Cette méthode est utilisée pour les partenaires où l'URL de l'article est présente dans le rapport de revenus.

* **Partenaires concernés** : **Stay22** et **Opti Digital**.
* **Accès aux données** : Connexion au **Dashboard** de chaque partenaire
* **Méthode de matching** :
  1. **Associer** : Faire correspondre l'aID de l'URL avec l'aID de l’url du rapport pour attribuer la commission.

**B. Matching par Libellé**

Cette méthode est utilisée lorsque l'identifiant unique n'est pas disponible. L'association se base sur la présence d'un label.

* **Partenaires concernés** : **Get Your Guide** et **Booking.com**.
* **Accès aux données** : Connexion au **dashboard** de chaque partenaire.
* **Méthode de matching** :
  1. **Extraire le label du rapport partenaire** : Pour chaque commission, analyser le libellé (colonne "Label") pour identifier l’article correspondant.