

Tracking & Analytics

Afin d'obtenir les statistiques de conversion directement sur la plateforme Powerspace, il est nécessaire d'installer un **tag de tracking analytics** (= option la plus complète) ou un **pixel de conversion** standard.

■ Où se trouvent les tags ?

Les tags à implémenter se trouvent au niveau Campaign, dans l'onglet "Analytics & Tracking"

Tag Analytics (recommandé)

Le Tag analytics Powerspace permet de mesurer l'activité des visiteurs sur votre site et d'obtenir des informations sur la qualité du trafic, telles que les sessions, les pages vues ou la durée de visite. Ce même Tag sert également à tracker les événements de conversion comme les "Leads" ou les "Orders", en ajoutant un paramètre spécifique sur les pages de confirmation d'inscription et/ou de commande.

Enfin, le Tag analytics permet aux annonceurs de créer des segments d'audience personnalisée basés sur des comportements de navigation, afin de mettre en place des stratégies de re-ciblage ou d'exclusion d'audience dans leurs adgroups.

■ Les 3 applications du Tag analytics

Mesurer la qualité du trafic (sessions, pages vues...)

Tracker les conversions (Lead, Order)

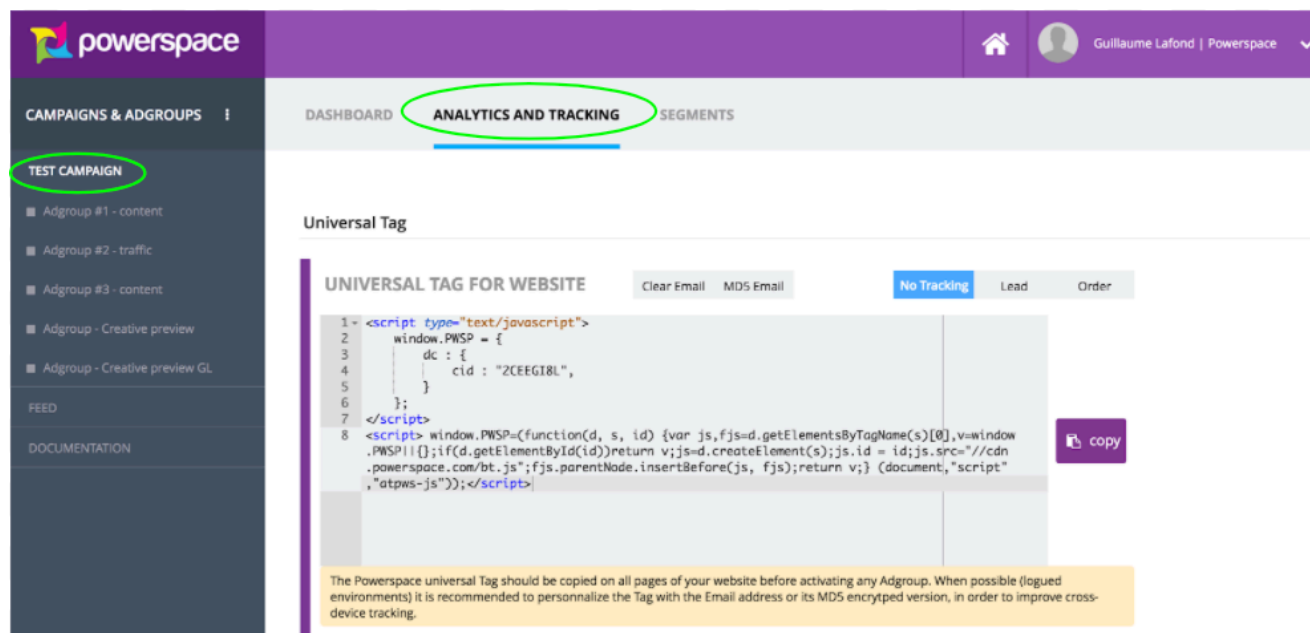
Créer des segments d'audience pour le re-targeting

Comment installer le tag ?

Le Tag analytics doit être affiché sur l'ensemble des pages de l'annonceur, et personnalisé spécifiquement sur les pages de conversion. Il est important de ne pas conditionner l'affichage du Tag selon la source de trafic afin de pouvoir créer des segments d'audience personnalisée sur l'ensemble de votre trafic.

Où récupérer le code ?

Le Tag analytics est un code javascript unique à chaque "Campagne", et donc commun à tous les Adgroups d'une campagne. Le code est disponible directement dans la plateforme, au niveau de chaque Campagne, en cliquant sur l'onglet "Analytics & tracking".



Accès au Tag analytics depuis l'onglet "Analytics & Tracking" d'une campagne

Les différentes Versions du Tag

- Version "Sessions"

Analytics & tracking tag



La version « Sessions » est le code par défaut, permettant de mesurer les visites et de créer des segments de re-marketing. Ce Tag doit être installé sur toutes les pages de votre site afin de collecter les données de navigation (sessions, pages vues, durée de visite...). Si cette version du Tag est affichée sur les pages de confirmation de conversion, des pages vues seront comptabilisées, mais aucune conversion ne sera trackée, sans ajouter un paramètre spécifique (voir ci-après).

Default Analytics Tag (Example)

```
<script type="text/javascript">
  window.PWSP = {
    dc : {
      cid : "22YS2RHT",
```

```

    }
  };
</script>
<script> window.PWSP=(function(d, s, id) {var js,fjs=d.getElementsByTagName(s)
[0],v=window.PWSP||{};if(d.getElementById(id))return v;js=d.createElement(s);js.id =
id;js.src="//cdn.powerspace.com/bt.js";fjs.parentNode.insertBefore(js, fjs);return
v;} (document,"script","atpws-js"));</script>

```

• Version “Lead” / “Order” (Tracking des conversions)

Pour tracker les conversions de type “Lead” ou “Order”, une version spécifique du Tag doit être affichée uniquement sur les pages de confirmation d’inscription ou de commande (il s’agit du même Tag, avec des paramètres en plus). En cliquant sur “Lead” ou “Order”, les paramètres additionnels s’affichent dans le code du Tag analytics visible sur la plateforme. Ces paramètres, lors de l’appel du Tag, permettront d’identifier une conversion.

Paramètres additionnels pour Tracking des leads

...

```

ev : "cfe3zdeb96c66b0", // do not modify
clid : "{lead-id}", // Replace {lead-id} with internal Lead Id

```

...

Important

- {lead-id} à remplacer par un identifiant unique

Paramètres additionnels pour Tracking des orders

...

```

ev : "be1zzd9c2897928", // do not modify
cloid : "{order-id}", // Replace {order-id} with your unique Order Id
ov : "{order-value}", // Replace {order-value} with order value
oc : "EUR", // Order Currency (EUR, USD ... )

```

...

Important

- {order-id} à remplacer par un identifiant unique
- {order-value} à remplacer par le montant de la commande avec “.” comme séparateur de décimales

Tracking serveur à serveur

Si vous disposez d'un outil capable de faire du tracking de serveur à serveur, vous pouvez l'implémenter avec Powerspace.

Pour cela, il suffit d'utiliser le paramètre dynamique `{clickId}` dans vos URLs de redirection. Cela aura pour effet que chaque clic redirigé vers votre site contiendra un paramètre unique d'identification du clic.

Ce paramètre `{clickId}` est accessible soit:

- Directement via le paramètre `clickId=` qui est ajouté automatiquement dans l'URL de destination,
- Via le placement du paramètre `{clickId}` dans la balise de votre choix dans l'URL de redirection. Par exemple, si votre solution serveur à serveur vous impose un nom de paramètre, comme `cid=` ci dessous.

The screenshot shows the Powerspace configuration interface for a tracking campaign. It includes the following elements:

- ADGROUP TYPE:** A dropdown menu set to "Direct".
- ADGROUP NAME:** A text input field containing "Mon adgroup".
- STATUS:** A toggle switch set to "Paused" (yellow) with an "Overspent" button (yellow) next to it.
- REDIRECT URL:** A text input field containing the URL `https://blog.monadgroup.fr/?part=powerspace&cid={clickId}`.
- APPEND CLICK ID:** A toggle switch that is currently turned off.
- CHANNELS:** Two buttons labeled "EMAIL" and "WEB", both in purple.
- NETWORK:** A text input field containing "media".

Ensuite, au moment de la conversion, il vous suffira d'appeler directement notre serveur d'appel de conversion, en repassant l'ID du click directement dans l'appel, dans un paramètre appelé (obligatoirement) `qci=`

Text

`https://a.pwspace.com/ld?ci=9999&e=e9e9e9e9&qci=$$cid$$`

Dans l'exemple ci-dessus, il faudra remplacer le `$$cid$$` par la syntaxe propre à votre outil de tracking serveur à serveur. Il faudra aussi personnaliser les paramètres `ci` et `e` par ceux visibles depuis la page de récupération des tags de conversion (voir ci-dessous partie "Tracking de conversions standards")

Personnalisation de l'email (recommandé)

Universal Tag

UNIVERSAL TAG FOR WEBSITE

Clear Email

MD5 Email

No Tracking

Lead

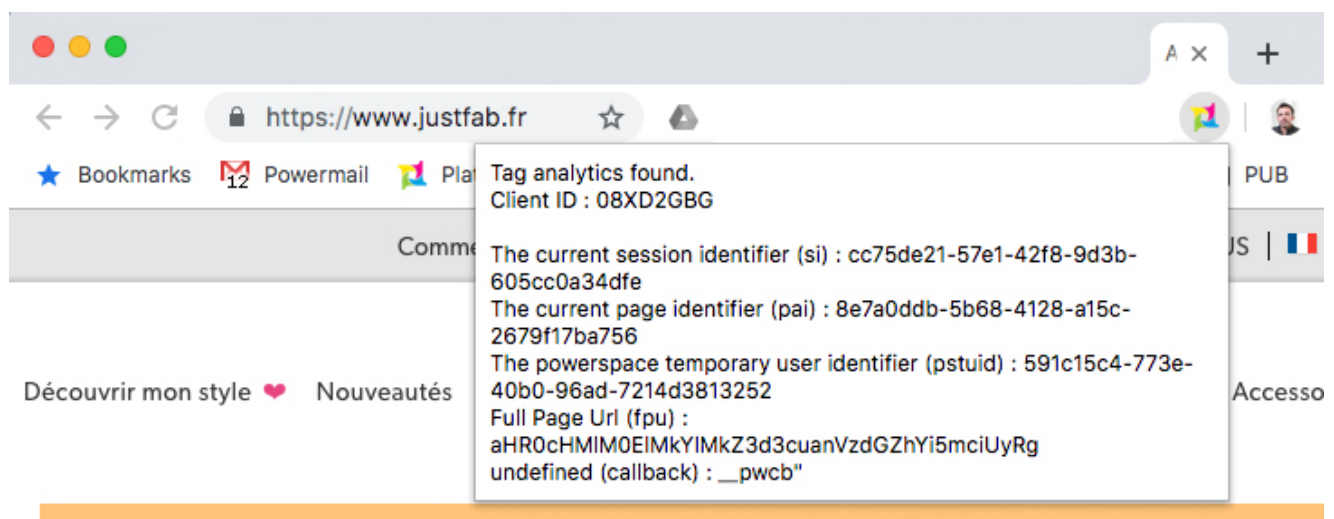
Order

Lorsque l'information est disponible sur votre site (ex: pages de panier), l'email du visiteur peut être passé en paramètre, en version cryptée (MD5) ou non cryptée. Cette information est anonymisée et re-encryptée, et permet à Powerspace d'identifier cet utilisateur sur différents appareils (tablette, ordinateur ou smartphone) sans dépendre du cookie. Cette variable est particulièrement importante pour des campagnes de re-marketing, permettant de **fiabiliser la reconnaissance cross-device** lors de l'utilisation de segments d'audience personnalisée.

Vérifier la pose du TAG Analytics : plugin Chrome

Vérifier qu'un TAG est bien posé sur les pages de votre site peut être difficile pour un non initié. Une façon simple de vérifier est de mettre en place notre plugin Chrome, qui vous permettra en un clic de vérifier si le TAG est correctement installé sur la page.

- URL de téléchargement : [Télécharger ici](#)
- Installation :
Dans le bouton d'outils en haut à droite, choisissez "More Tools > Extensions", activez ensuite le "Developer Mode", et faites glisser le fichier téléchargé "tag-checker.crx" directement dans la page.
- Utilisation
Une fois sur la page d'un site, cliquer sur l'icône Powerspace (grisée). Si la TAG est présent, différentes informations seront affichées, comme sur l'exemple ci-dessous



Recapitulatif : avantages du Tag Analytics

- Faciliter l'analyse et l'optimisation des campagnes

Pouvoir mesurer l'activité "on-site" du trafic Powerspace permet d'obtenir rapidement beaucoup de données pour jauger la performance des campagnes, des créas ou des différents emplacements. Cela facilite et fiabilise énormément l'analyse et l'optimisation des campagnes.

- ****Améliorer la qualité du trafic acheté****

Ces données de navigation (durée de visites, pages vues, bounce...) sont également une grande source de données pour nourrir nos algorithmes de prédiction des choix publicitaires, permettant d'ajouter un coefficient de performance du trafic dans le choix des impressions achetées pour nos clients.

- ****Fiabiliser le tracking des conversions****

Grâce au Tag analytics, le tracking des conversions ne dépend plus exclusivement des cookies tierce partie, peu fiables. En enregistrant un ID unique de clic dans un cookie first partie, l'attribution des conversions est améliorée de façon significative.

- ****Reconnaissance cross-device grâce à l'email****

Remonter l'adresse email des internautes ou sa version encryptée permet d'associer de façon fiable un utilisateur anonyme à un Identifiant Powerspace, permettant un re-targeting cross-device ultra fiable : l'internaute est reconnu via son adresse email (=identifiant le plus fiable) quel que soit le device qu'il utilise (mobile, desktop ou tablette).

- ****Mise à jour automatique des segments CRM****

La base d'adresses clients sera mise à jour automatiquement et en temps réel, ce ne sera donc plus nécessaire de mettre à jour le fichier CRM.

Tracking des conversions "standard"

Powerspace propose aussi un tracking "standard" des conversions, utilisant un "pixel" de tracking, affiché sous forme d'image ou d'iframe sur les pages de confirmation. Le code est disponible sur la même page que le Tag analytics.

The screenshot shows the Powerspace Tracking & Analytics interface. The left sidebar contains navigation links: CAMPAIGNS & ADGROUPS, TEST CAMPAIGN, FEED, and DOCUMENTATION. The main content area is titled 'Standard Tracking Tags' and displays two sections: LEAD and ORDER. Each section has a toggle for 'iframe' (selected) and 'image'. The LEAD section shows an iframe code snippet and a note that {lead-id} must be replaced by a unique Lead id. The ORDER section shows an image code snippet and notes that {order-id} must be replaced by a unique Order id, {order-value} must be replaced by the amount of the order, and {order-currency} must be replaced by the currency of the order (EUR for euros, USD for us dollars).

• Exemple de Pixel de tracking Lead

Pixel de tracking Lead (version iframe)

```
<iframe width="1" height="1" src="//a.pwspace.com/ld?
ci=2&e=686df542ad836d12343b308b787163e8&clid={lead-id}"></iframe>
```

• Exemple de Pixel de tracking Order

Pixel de tracking Order (version image)

```

```

• Advanced implementations

🚧 Secured Pages : https

Comme nous utilisons // dans le paramètre src, notre tag s'adapte automatiquement si la conversion est réalisée dans un environnement sécurisé (https). Vous n'avez pas besoin de le modifier.

URL Placeholders

• URL Placeholders

Dans les URLs de redirection de l'Adgroup et des Adcopies, il est possible de passer les variables suivantes afin de personnaliser la valeur de certains paramètres de vos URLs (subId...) :

Placeholder	Description
{siteId}	ID du site Ex: 492
{siteName}	Nom du site Ex: Gala
{posId}	ID de la position Ex: 1265
{clickId}	ID de clic unique, utile pour le tracking des conversions (voir plus bas) Ex: ee8ebb6d-791d-36a5-9777-9f491525b166

- Paramètre de Click Id (recommandé)

Ajouter un ID de clic unique dans l'URL de redirection permet d'améliorer la fiabilité de l'attribution de la conversion, même cross-device.

Il suffit d'ajouter une variable dans vos URLs de redirection (niveau Adgroup et/ou Ad Copies)

- pws-{clickId}

URL using Click Id

`http://www.mysite.com/landing.html?source=Powerspace#pws-{clickId}`

- Règle d'attribution

Nous attribuons les conversions (leads ou ventes) à l'entité (Campaign, AdGroup, AdCopy, Website, Position) qui a généré le dernier clic si le clic a eu lieu dans les 45 derniers jours.

 Updated 5 months ago

← Creative Specs Natives

Custom Audience et retargeting →