



Technisches Handbuch

für alle etracker Produkte

Stand: März 2014

Version: 5.2

etracker[®]
more than analytics.

etracker hat bei der Erstellung der Dokumentation größtmögliche Sorgfalt walten lassen, trotzdem sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Für die Mitteilung eventueller Fehler und Verbesserungsvorschläge sind wir jederzeit dankbar.

Es wird darauf hingewiesen, dass die in der Dokumentation verwendeten Soft- und Hardwarebezeichnungen sowie Markennamen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen dem Warenzeichen-, Marken- oder patentrechtlichen Schutz unterliegen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung, sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

etracker GmbH

Erste Brunnenstraße 1
D-20459 Hamburg

Hotline: +49 40 55 56 59 77

Zentrale: +49 40 55 56 59 50

Fax: +49 40 55 56 59 59

Web: www.etracker.com

E-Mail: info@etracker.com

Copyright © 2014, etracker GmbH

Inhaltsverzeichnis

1	Voraussetzungen und Ziele dieser Dokumentation	4
2	Funktion und Zweck des etracker Tracking Codes	4
3	Aufbau des Tracking Codes	5
4	Tracking Code erzeugen	5
5	Tracking Code einbauen (Standardintegration)	6
6	Noscript Code	7
7	Parameter setzen für Web Analytics	8
7.1	Basisintegration	8
7.2	Integration von Website-Zielen, Bestellungen und Warenkörben	10
7.3	Lead-to-Sale Confirmation Interface	16
7.4	Integration des Kampagnenmanagements	17
7.5	Integration frei definierbarer Segmente [et_tag]	21
7.6	Integration des Event Trackings	22
8	Parameter setzen für Campaign Control	25
8.1	Seitennamen [cc_pagename]	25
8.2	Kampagnenattribute [cc_attributes]	26
9	Datenschutzrechtliche Hinweise	28
10	Tipps und Tricks	29
10.1	Anzeige des etracker Logos unterbinden	29
10.2	etracker zur Analyse von Intranets	29
10.3	Tracking Code in CMS und Shop-Systemen einbauen	30

1 Voraussetzungen und Ziele dieser Dokumentation

Diese Dokumentation beschreibt die technische Integration sowie die Grundkonzepte des etracker Tracking Codes der etracker Produkte. Für das Verständnis werden technische Kenntnisse im Umgang mit Webservern und HTML-Programmierung vorausgesetzt.

Die Bedienung der Oberfläche wird in den Anwenderhandbüchern der einzelnen etracker Produkte sowie in einer kontextabhängigen Online-Hilfe beschrieben, welche in jedem Account unter dem Punkt **Hilfe** zur Verfügung gestellt wird..

Hinweis:

Alle zu definierenden Elemente werden in den Code-Beispielen grün markiert.

2 Funktion und Zweck des etracker Tracking Codes

Damit etracker die Tracking-Daten der Website (wie z. B. Besucher und Seitenaufrufe) ermitteln, die Visitor Voice Umfrage und das Page Feedback anzeigen und die Mausbewegungen der Besucher mit Page Optimizer aufzeichnen kann, ist der etracker Tracking Code notwendig. Der Tracking Code 4.x ist in alle zu messenden Seiten der Website *einmalig* einzubinden. Das geschieht in zwei einfachen Schritten. Danach ist die Standardintegration des Tracking Codes bereits abgeschlossen und je nach Produkt beginnt Ihr etracker Account das Tracken Ihrer Website oder Sie können das A/B-Testing in Page Optimizer, die Visitor Voice Umfrage bzw. das Page Feedback aktivieren.

Hinweis:

Wenn Sie den Product Performance Report in vollem Umfang nutzen möchten, müssen Sie zusätzlich zum Tracking Code 4.0 die E-Commerce API verwenden.

Für die vollständige Nutzung aller Auswertungsmöglichkeiten der einzelnen Produkte können Sie zusätzlich zur Standardintegration etracker Parameter setzen. Der Code-Aufbau, die Standardintegration sowie alle etracker Parameter werden in den folgenden Kapiteln ausführlich beschrieben.

3 Aufbau des Tracking Codes

Der etracker Tracking Code besteht aus drei Komponenten:

- **Parameter-Block**

Der Parameter-Block enthält sämtliche änderbaren Steuerungsparameter. Diese ermöglichen u.a. die Definition individueller Seitennamen und Website-Ziele sowie die Auswertung von Kampagnen und Warenkörben.

Hinweis:

Alle Parameterwerte sind nach dem URL-Encoding Standard zu übergeben.

Das Setzen der etracker Parameter ist optional.

- **etracker Tracklet**

Das etracker Tracklet enthält den elementaren Zählcode für die Datenerfassung und identifiziert den etracker Account über den angegebenen Account-Schlüssel 1.

Jeder etracker Tracking Code ist eindeutig einem lizenzierten etracker Account zugeordnet. Der „Account-Schlüssel 1“ innerhalb des etracker Tracking Codes identifiziert den Account, dessen Tracking Code im Moment der Datenerfassung eingesetzt wird. Bei der Code-Generierung wird der eindeutige Account-Schlüssel 1 automatisch eingefügt und darf nicht verändert werden.

Ihren Account-Schlüssel 1 finden Sie unter dem Menüpunkt **Einstellungen > Setup/Tracking Code > etracker Account-Schlüssel 1**.

- **Noscript Code**

Der Noscript Code wird ausgeführt, wenn Javascript im Browser des Besuchers nicht zur Verfügung steht. Im Noscript Code müssen Sie alle Parameter ändern, die Sie im Parameter-Block geändert haben.

Der Noscript Code ist optional.

4 Tracking Code erzeugen

Für den Einsatz der etracker Produkte müssen Sie den etracker Tracking Code 4.x auf allen zu messenden Seiten der Website zwischen dem öffnenden <head> und dem schließenden </head>-Tag einbinden. Das geht wie folgt:

1. Klicken Sie im Konfigurationsmenü oben rechts auf **Einstellungen**. Am linken Bildschirmrand erscheint dann das Service-Menü, in dem Sie **Setup/Tracking Code** auswählen.
2. Folgen Sie den Anweisungen auf dem Bildschirm.

Standardmäßig wird der etracker Code für die einfache Standardintegration bereitgestellt. Darüber hinaus können Sie Ihre etracker Reports durch das Setzen der etracker Parameter individuell konfigurieren (siehe Kap. 0 und 0).

Entwickeln Sie in einer Flash-, PHP- oder JSP-Umgebung, kann der etracker Code auch für diese Entwicklungsumgebungen erzeugt werden.

■ Flash-Umgebung

Um aus einer Flash-Applikation heraus die etracker Zählung auszulösen, verwenden Sie die Methode `ExternalInterface.call`. Über diese Funktion kann auf die im JavaScript definierte etracker Funktion `et_eC_Wrapper` zugegriffen werden, die den dynamischen Aufruf des etracker Codes ermöglicht.

Der Funktionsname, der etracker Account-Schlüssel 1 und sämtliche Parameter, die im Nachfolgenden noch erläutert werden, sind in folgender Reihenfolge zu übergeben:

```
ExternalInterface.call("et_eC_Wrapper", "Account-Schlüssel_1",  
    "et_pagename", "et_areas", "et_ilevel",  
    "et_url", "et_target", "et_tval", "et_tonr",  
    "et_tsale", "et_cust", "et_basket", "et_lpage",  
    "et_trig", "et_sub");
```

Beispiele für ActionScript 2 und 3 erhalten Sie im Abschnitt **Hilfe & Dokumentation** nach Aufruf von **Einstellungen > Setup/Tracking Code**.

■ PHP-Umgebung

Für die Entwicklung in einer PHP-Umgebung stellt etracker eine entsprechende Include-Datei zur Verfügung. Diese enthält die Funktion `getCode`, an die der etracker Account-Schlüssel 1 und sämtliche Parameter übergeben werden und die den etracker Code ausliefert.

Die Include-Datei und einen beispielhaften Aufruf der Funktion `getCode` erhalten Sie im Abschnitt **Hilfe & Dokumentation** nach Aufruf von **Einstellungen > Setup/Tracking Code**.

■ JSP-Umgebung

Für Websites, die mit Hilfe von JSP erzeugt werden, stellt etracker eine entsprechende Klassen-Datei zur Verfügung. Diese enthält die Funktion `getCode`, an die der etracker Account-Schlüssel 1 und sämtliche Parameter übergeben werden und die den etracker Code ausliefert.

Die Klasse und einen beispielhaften Aufruf der Funktion `getCode` erhalten Sie im Abschnitt **Hilfe & Dokumentation** nach Aufruf von **Einstellungen > Setup/Tracking Code**.

5 Tracking Code einbauen (Standardintegration)

Der etracker Tracking Code wird unter dem Menüpunkt **Einstellungen > Setup/Tracking Code** bereitgestellt.

Damit etracker die Daten Ihrer Website erfassen kann, müssen Sie den etracker Tracking Code innerhalb des HTML-Quellcodes auf allen Seiten Ihrer Website bzw. im Template Ihres Content-Management- oder Shop-Systems zwischen dem öffnenden `<head>`-Tag und dem schließenden `</head>`-Tag einfügen.

Nach dieser Standardintegration (ohne die etracker Parameter) nimmt etracker sofort das Tracking der Website auf. Als Seitennamen werden automatisch die URL-Pfade der Seiten ohne URL-Parameter verwendet.

Über die etracker Parameter können Sie Report-Daten individuell konfigurieren und sich den vollen Funktionsumfang von etracker nutzbar machen (siehe Kap. 0 und 0).

6 Noscript Code

Dieser Block enthält Code, der ausgeführt wird, wenn JavaScript auf der Besucherseite (Browser) nicht zur Verfügung steht. Im Noscript Code müssen Sie alle Parameter ändern, die Sie im Parameter-Block geändert haben. Der Noscript Code ist optional und ist Bestandteil des automatisch generierten Tracking Codes.

Beispiel:

```
<noscript>
<link rel="stylesheet" media="all" href="//www.etracker.de/cnt_css.php?
et= Account-Schlüssel 1 &amp;v=4.0&amp;java=n
&amp;et_pagename=Meine%20Seite
&amp;et_areas=Privatkunden&amp;et_ilevel=1&amp;et_target=mein%20Ziel, 39.95
, RG 1234, 0
&amp;et_lpage=4810&amp;et_trig=&amp;et_se=1&amp;et_cust=0
&amp;et_basket=ArtNr,ArtName,ArtGruppe,Anzahl,Preis&amp;et_url=http%3A%2F%
2Fwww.meinshop.de%2Fgenpage.php%3Fpage%3D1234&amp;et_tag=login=yes
&amp;et_sub=&amp;et_organisation=&amp;et_demographic=" />
</noscript>
```

Achtung:

Damit etracker auch die Website-Besucher korrekt erfassen kann, die kein Javascript unterstützen, müssen Sie die Parameter im Parameter-Block und im Noscript Code *identisch* anpassen.

Hinweis:

Wenn der Tracking Code über die entsprechenden Script-Klassen erzeugt wird, werden alle Parameter automatisch im Noscript Code nachgeführt. Eine manuelle Bearbeitung ist dann nicht notwendig. Gleiches gilt bei der korrekten Implementierung in einem Content-Management- oder Shop-System.

Die Website-Ziel-Parameter et_tval, et_tonr und et_tsale werden innerhalb des Noscript Codes im Parameter et_target angefügt.

Beispiel:

et_target=Zielbezeichnung(et_target),Umsatz(et_tval),Bestellnr(et_tonr),Bestellstatus(et_tsale)

7 Parameter setzen für Web Analytics

Um die Reports in Web Analytics optimal nutzen zu können, sollten Sie mindestens die Basisintegration vornehmen. Die Marketing-Reports mit den Umsatz-Kennzahlen zu Website-Zielen, Leads & Sales und Warenkörben, können Sie erst nutzen, wenn Sie weitere Parameter setzen (sofern diese Reports für Sie freigeschaltet sind).

7.1 Basisintegration

Zur Basisintegration gehören die Definition der Seitennamen, der Bereiche und der Browselinks (URLs der erfassten Seiten). Die Basisintegration gewährleistet die Nutzbarkeit aller Web Analytics Reports außer den Marketing-Reports.

Verwenden Sie folgende Parameter für die Basisintegration:

```
var et_pagename = ""; // Seitenname
var et_areas = ""; // Bereich
var et_url = ""; // Browselink
```

7.1.1 Seitennamen [et_pagename]

Alle Seiten einer Website werden innerhalb der etracker Anwendung unter einem eigenen Seitennamen geführt. Der Seitenname wird für jede Seite Ihrer Website über den etracker Parameter et_pagename erfasst und sollte folgenden Richtlinien folgen:

- **Eindeutigkeit**
Für jede Seite ist ein eigener, eindeutiger Seitenname zu vergeben.
- **Lesbarkeit**
Für eine leichte und komfortable Auswertung sollte jeder Seitenname gut lesbar sein und die dahinter liegende Seite erkennen lassen.

Übergeben Sie einen Seitennamen wie folgt:

```
var et_pagename = "SEITENNAME"; // Seitenname
//string URL-encoder Seitenname;
//Freitext max. 255 Zeichen
//Default ""
```

Wenn Sie den Parameter et_pagename aus dem Parameterblock entfernen bzw. ihn nicht setzen, wird in der etracker Applikation der URL-Pfad der Seite ohne URL-Parameter als Seitenname verwendet.

Für die Startseite der Website (Index-Seite) müssen Sie der frei wählbaren Bezeichnung das Präfix „__INDEX__“ voranstellen, damit etracker Quereinsteiger, d.h. Besucher, die nicht über die Startseite gekommen sind, korrekt ausweisen kann.

Übergeben Sie den Seitennamen der Startseite wie folgt:

```
var et_pagename = "__INDEX__SEITENNAME"; // Seitenname
```

Wenn Sie auf der Startseite den Parameter et_pagename leerlassen (et_pagename = ""), wird die Seite trotzdem als Startseite erkannt und unter dem Namen „Index Seite“ erfasst.

Hinweis:

Wenn Sie auf verschiedenen Seiten der Website den gleichen Seitennamen vergeben, werden diese Seiten unter einem Seitennamen zusammengefasst und können nicht differenziert betrachtet werden.

7.1.2 Bereiche [et_areas]

Neben der Seitenbezeichnung können Sie den optionalen Parameter der Bereiche an etracker übergeben. Dieser Parameter eröffnet zusätzliche Möglichkeiten bei der Analyse.

Übergeben Sie einen Bereichsnamen wie folgt:

```
var et_areas = "Privatkunden";  
//string: URL-encodete(r) Bereichsname(n);  
//Freitext max. 255 Zeichen;  
//Default: ""
```

Eine einzelne Seite der Website können Sie einem oder mehreren Bereichen zuordnen. Trennen Sie die jeweiligen Bereichsbezeichnungen bei mehreren Bereichen jeweils durch ein Komma.

Beispiel: "Bereich1,Bereich2,Bereich3"

Bereichsnamen können auch hierarchisch aufgebaut sein. Trennen Sie dann die einzelnen Hierarchieebenen durch einen Schrägstrich „/“.

Beispiel: Eine Website ist in einen Geschäfts- und Privatkundenteil unterteilt, die wiederum unterschiedliche Produktbereiche und Produktunterbereiche haben. Die etracker Bereichsnamen könnten dann zum Beispiel wie folgt lauten:

"Privatkunden/Produktgruppe1/Produktuntergruppe1"
"Privatkunden/Produktgruppe1/Produktuntergruppe2"
"Privatkunden/Produktgruppe2"
"Geschäftskunden/Produktgruppe1/Produktuntergruppe1"
"Geschäftskunden /Produktgruppe1/Produktuntergruppe2"
"Geschäftskunden /Produktgruppe2"

Sie können hierarchische und nicht hierarchische Bereiche beliebig kombinieren. Die Bereiche sind wie die Seitenbezeichnung URL-encoded zu übergeben.

Enthält die Bezeichnung eines Bereichs einen Schrägstrich („/“), der *nicht* zum Aufbau von hierarchischen Bereichen verwendet werden soll, so müssen Sie den Schrägstrich doppelt angeben.

Beispiel: „Bereich//Rubrik“

In den Reports wird dann ein Bereich mit der Bezeichnung „Bereich/Rubrik“ erfasst.

7.1.3 Browselinks [et_url]

Bei den Browselinks handelt es sich um die URLs der erfassten Seiten. Standardmäßig werden die Browselinks der verschiedenen Seiten der Website beim initialen Aufruf der Seite inkl. des etracker Codes automatisch erfasst. Dabei werden jedoch alle URL-Parameter vernachlässigt. Werden die einzelnen Seiten der Website über URL-Parameter identifiziert, müssen Sie den Parameter et_url mit der Ziel-URL der entsprechenden Seite füllen.

Den Browselink <http://www.meinshop.de/genpage.php?page=1234> übergeben Sie z. B. wie folgt:

```
var et_url = "http%3A%2F%2Fwww.meinshop.de%2Fgenpage.php%3Fpage%3D1234";  
//string: URL-encodete URL der aktuellen Seite  
//Default: ""
```

7.2 Integration von Website-Zielen, Bestellungen und Warenkörben

Ab der etracker Web-Controlling Suite Gold können Sie Website-Ziele definieren und erfassen. Ein Website-Ziel könnte beispielsweise der Abruf einer Produktinformationsseite oder das Aufrufen und Ausfüllen eines Kontakt- oder eines anderen Formulars sein. Insbesondere im Online-Handel steht ein Ziel stellvertretend für die Warenbestellung und den Abverkauf.

Bei den Zielen wird zwischen sogenannten Umsatzzielen und Zwischenzielen unterschieden. Umsatzziele sind dann gegeben, wenn die Zielerreichung monetär bewertet wird. Dies ist in der Regel beim Abverkauf von Produkten der Fall. Es können aber ggf. auch andere Ziele, wie zum Beispiel ein ausgefülltes Kontaktformular monetär bewertet werden. Die Bewertung kann fest – jede Kundenadresse aus einem Formular ist zum Beispiel 5 Euro wert – oder variabel wie bei einem Abverkauf von Waren erfolgen.

Zwischenziele sind Meilensteine auf dem Weg zu einem Umsatzziel. Für Zwischenziele wird in den etracker Reports kein Umsatz ausgewiesen. Einzelne Formularseiten innerhalb eines Bestellprozesses oder einzelne Informationsseiten sind typische Beispiele für Zwischenziele. Wenn Sie etracker die Abfolgen von Zwischenzielen und Umsatzzielen bekannt machen, kann etracker genaue Abbruchraten innerhalb des Website-Ziel-Prozesses berechnen.

Bei Umsatzzielen wird zwischen Lead- und Sale-Umsätzen unterschieden. Lead-Umsätze sind Umsätze, die voraussichtlich eintreffen werden, wie zum Beispiel die Bezahlung einer bestellten

Ware. Sale-Umsätze hingegen sind tatsächlich verbuchte Umsätze oder Umsätze, die mit Sicherheit eintreffen werden.

Die Umwandlung von Lead- in Sale-Umsätze können Sie über die Web-Oberfläche manuell oder automatisch bestätigen, es sei denn, zwischenzeitlich ist ein (Teil-) Storno der Bestellung erfolgt. Alternativ zur automatischen Bestätigung kann auch eine Schnittstelle angebunden werden, die z. B. direkt aus einem Warenwirtschaftssystem bedient werden kann (siehe Kap. 0).

Folgende Parameter stehen für die Definition von Website-Zielen zur Verfügung:

```
var et_target = "";      //Website-Ziel
var et_tval   = "0";     //Umsatz
var et_tonr   = "";      //Bestell-/Vorgangsnummer
var et_tsale  = 0;       //Bestellstatus
var et_cust   = 0;       //Neukunden
var et_basket = "";      //Warenkorb
var et_ilevel = 0;       //Besucherinteresse
```

Um ein Umsatzziel zu definieren, müssen Sie die Parameter `et_target`, `et_tval`, `et_tonr` und `et_tsale` setzen. Diese vier Parameter sind auch die Voraussetzung für den Einsatz anderer Parameter. So benötigen Sie z. B. diese vier Parameter, um Warenkorbinformationen zu übergeben.

Ab der etracker Web-Controlling Suite Gold können Sie zusätzlich zu den Website-Zielen auch die gekauften Artikel erfassen. Sie können dann in den Reports ablesen, welche Artikel in den einzelnen Lead-/Sale-Umsätzen von den Besuchern gekauft wurden und wie viel Umsatz insgesamt durch welche Artikel erzeugt wurde.

7.2.1 Website-Ziele [et_target]

Der Name für ein Website-Ziel wird über den Parameter `et_target` definiert. Diesen Parameter dürfen Sie nur auf Seiten setzen, die ein zu messendes Ziel darstellen. Ansonsten darf der Parameter nicht gefüllt (`et_target = ""`) oder nicht vorhanden sein.

Übergeben Sie einen Website-Ziel-Namen wie folgt:

```
var et_target = "mein%20Ziel";
//string: URL-encodete Bezeichnung des Ziels
//Freitext max. 255 Zeichen
//Es sind keine Kommas/Semikolons erlaubt.
//Default ""
```

Steht das zu definierende Ziel mit Zwischenzielen in Beziehung, müssen Sie die Ziel-Namen durch einen Schrägstrich „/“ trennen: „Ziel1/Ziel2/Ziel3“.

Achten Sie jedoch darauf, innerhalb eines Website-Ziel-Prozesses keine Schritte zu wiederholen. Z. B. ist „Ziel1/Ziel2/Ziel1“ unzulässig und wird in den Reports nicht erfasst.

Beispiel: Ein Bestellprozess besteht aus zwei Formularen und einer Bestätigungsseite. Auf der ersten Formularseite setzen Sie `et_target = "Formular1"`, auf der zweiten Formularseite `et_target = "Formular1/Formular2"` und auf der Bestätigungsseite `et_target = "Formular1/Formular2/Bestellung"`.

Tipp:

Um den Überblick zu behalten und effektives Controlling durchzuführen, sollten Sie nur wenige Ziele definieren.

Hinweis:

Pro Besucher-Session kann ein Zwischenziel jeweils nur einmal erreicht werden. Umsatzziele können dagegen auch mehrmals pro Besucher-Session erreicht werden, damit keine Umsätze verloren gehen.

Mit Hilfe des Präfix “__DISJUNKT__” kann dieses Verhalten aufgehoben und ein Zwischenziel mehrmals pro Besucher-Session erreicht werden. Dabei wird das Präfix dem Zielnamen vorangestellt.

Beispiel: et_target = “__DISJUNKT__Ziel1/Ziel2/Ziel3”.

7.2.2 Umsatz [et_tval]

Den Umsatz innerhalb der Website-Ziele übergeben Sie mit Hilfe des Parameters et_tval an etracker. Bitte setzen Sie den Parameter et_tval nur auf der Bestellbestätigungsseite, damit es nicht zu Inkonsistenzen kommt und nur die tatsächliche Bestellung im Report aufgeführt wird.

Da bei der Übergabe des Umsatzes keine Einheiten übergeben werden können, sollten Sie die Umsätze Netto und in einer festen Währung übergeben. So sind Vergleiche auch bei einer Veränderung des Mehrwertsteuersatzes möglich.

Verwenden Sie diesen Parameter nur für Umsatzziele, nicht für Zwischenziele.

Den Umsatz eines Website-Ziels übergeben Sie wie folgt:

```
var et_tval      = "39.95";  
//float: netto Umsatz, der durch die Zielerreichung generiert wurde.  
//Nachkommastellen werden mit einem Punkt gekennzeichnet.  
//Es werden maximal zwei Nachkommastellen unterstützt.  
//Es werden keine Einheiten unterstützt.  
//Default "0"
```

Hinweis:

Um ein Umsatzziel zu definieren, müssen Sie *zusätzlich* die Parameter et_target, et_tonr und et_tsale ausfüllen.

7.2.3 Bestellnummer [et_tonr]

Die Bestellnummer oder Vorgangsnummer dient der eindeutigen Identifikation des Umsatzes. Sie wird für die manuelle bzw. automatische Bestätigung von Leads zu Sales verwendet. Sollte keine Rechnungsnummer existieren, könnte als eindeutige Identifikation z. B. auch ein timestamp dienen.

Bitte setzen Sie den Parameter et_tonr nur auf der Bestellbestätigungsseite, damit es nicht zu Inkonsistenzen kommt und nur die tatsächliche Bestellung im Report aufgeführt wird. Verwenden Sie diesen Parameter nur für Umsatzziele, nicht für Zwischenziele.

Die Bestellnummer eines Umsatzes übergeben Sie wie folgt:

```
var et_tonr      = "RG_1234";  
//string:  Eindeutige Bestellnummer.  
//Freitext max. 50 Zeichen.  
//Es sind keine Kommas/Semikolons erlaubt.  
//Default ""
```

Hinweis:

Um ein Umsatzziel zu definieren, müssen Sie *zusätzlich* die Parameter et_target, et_tval und et_tsale ausfüllen.

7.2.4 Bestellstatus [et_tsale]

Der Parameter et_tsale gibt an, ob es sich bei der Bestellung um eine Lead-Bestellung oder eine Sale-Bestellung handelt. Sind et_target, et_tval und et_tonr vorhanden, und der Parameter et_tsale ist *nicht* gesetzt, wird zwar automatisch ein Lead erstellt, etracker empfiehlt aber, den Parameter et_tsale *immer* zu setzen.

Verwenden Sie diesen Parameter nur für Umsatzziele, nicht für Zwischenziele.

Den Bestellstatus übergeben Sie wie folgt:

```
var et_tsale = 0;  
// integer:  0 = Lead  
//           1 = Sale  
//           2 = Vollstorno  
// Bei Zwischenzielen wird dieser Parameter ignoriert.  
// Default 0
```

Hinweis:

Werden keine Lead-Bestellungen im Geschäftsbetrieb generiert, so sollten alle Bestellungen als Sale-Bestellungen übergeben werden.

Für die Erstellung von Leads und Sales müssen Sie die Parameter zur Erstellung eines Umsatzziels (et_target, et_tval, et_tonr und et_tsale) ausfüllen.

7.2.5 Neukunden [et_cust]

Der Parameter et_cust gibt an, ob ein Neu- oder ein Bestandskunde die Bestellung aufgegeben hat. Die Bestimmung, ob es sich um einen Neu- oder Bestandskunden handelt, muss dabei von Ihrer Website bzw. Ihrem Content-Management-System oder Shop-System vorgenommen werden. Der Kundenstatus muss anschließend an etracker übergeben werden.

Der Kundenstatus (Neu-/Bestandskunde) wird wie folgt übergeben:

```
var et_cust      = 0;  
// integer:    0 = Bestandskunde  
//            1 = Neukunde  
// Bei Zwischenzielen wird dieser Parameter ignoriert.  
// Default 0
```

Verwenden Sie diesen Parameter nur für Umsatzziele, nicht für Zwischenziele.

Hinweis:

Für die Verwendung von et_cust müssen Sie *zusätzlich* die Parameter zur Erstellung eines Umsatzziels (et_target, et_tval, et_tonr und et_tsale) ausfüllen.

7.2.6 Warenkorb [et_basket]

Zur Übermittlung der Warenkorbinformationen müssen Sie zusätzlich zu den Umsatzziel-Parametern auch den Parameter et_basket verwenden. Bitte beachten Sie, dass der Parameter et_basket lediglich auf der Bestellbestätigungsseite gefüllt werden sollte, damit es nicht zu Inkonsistenzen kommt und die Reports nur die tatsächlich gekauften Artikel anzeigen.

Verwenden Sie diesen Parameter nur für Umsatzziele, nicht für Zwischenziele.

Die Informationen zum Warenkorb werden wie folgt übergeben:

```
var et_basket = "ArtNr,ArtName,ArtGruppe,Anzahl,Preis";  
//string: Vom Shop System vergebene Parameter zur Zuordnung der Warenkorb  
Artikel  
//Default "";
```

Ein Datensatz besteht aus folgenden Elementen:

- **ArtNr**
Eindeutiger Artikelcode des bestellten Produktes, max. 50 Zeichen.
- **ArtName**
Bezeichnung für den entsprechenden Artikel, max. 100 Zeichen.
- **ArtGruppe**
Bezeichnung für die zugehörige Produktgruppe, max. 50 Zeichen.

■ **Anzahl**

Bestellmenge des Artikels.

■ **Preis**

Stückpreis des Artikels. Nachkommastellen werden mit einem Punkt gekennzeichnet. Einheiten (z. B. Euro (€), Dollar (\$), etc.) werden nicht mit angegeben.

Die einzelnen Elemente innerhalb eines Datensatzes werden mit Komma getrennt. Sollte der Besucher der Website mehrere Artikel bestellen, so werden diese durch ein Semikolon getrennt.

Der Warenkorb für mehrere Artikel wird wie folgt übergeben:

```
var et basket =
"ArtNr1,ArtName1,ArtGruppe,Anzahl,Preis;ArtNr2,ArtName2,ArtGruppe,Anzahl,
Preis";
//string: Vom Shop System vergebene Parameter zur Zuordnung der Warenkorb
Artikel
//Default "";
```

Hinweis:

Sollten Sonderzeichen in den Elementen enthalten sein, so müssen diese vorher nach dem URL-Encoding Standard kodiert werden. Kommas und Semikolons sind innerhalb der Elemente nicht erlaubt.

Für die Verwendung von et_basket müssen Sie *zusätzlich* die Parameter zur Erstellung eines Umsatzziels (et_target, et_tval, et_tonr und et_tsale) ausfüllen.

7.2.7 Besucherinteresse [et_ilevel]

Am Besucherinteresse lässt sich ablesen, wie „tief“ Kunden vor der Zielerreichung in die Website eingestiegen sind. Wenn Sie zum Beispiel Produktdetailseiten mit einem hohen Besucherinteresse belegen (z. B. et_ilevel=10) und Übersichtsseiten und allgemeine Seiten mit einem niedrigeren Wert (z. B. et_ilevel=1), so können Sie ablesen, wie stark der Kunde sich mit den Produkten auseinander gesetzt hat.

Es empfiehlt sich, für das Besucherinteresse eine eigene Skalierung (z. B. 1-10) zu entwickeln und diese z. B. an der „Navigationstiefe“ der Website festzumachen. Sie können das Besucherinteresse für eine erste Implementierung auch auf einen festen Wert setzen.

Das Besucherinteresse definieren Sie über den Parameter et_ilevel. Es wird bei Erreichen eines Ziels ausgewertet. Die Berechnung erfolgt durch Bildung des Durchschnitts des Gesamtbesucherinteresses über alle vor der Zielerreichung besuchten Seiten.

Das Besucherinteresse übergeben Sie wie folgt:

```
var et_ilevel = 1;
//integer: Besucherinteresse
//Default 0
```

7.3 Lead-to-Sale Confirmation Interface

Das Lead-To-Sale Confirmation Interface wird verwendet, um die Lead-Umsätze automatisiert in einen Sale-Umsatz oder einen Storno umzuwandeln. Dieses Interface ist insbesondere für die Anbindung an Warenwirtschaftssysteme oder andere Systeme, die Zahlungseingänge bestätigen, von Bedeutung.

Voraussetzung für die Verwendung des Interface ist, dass bei einer Umsatzzielerreichung eine eindeutige Vorgangsnummer/Bestellnummer zugewiesen wurde (siehe 7.2.3 Bestellnummer [et_tonr]).

Das Interface kann sowohl über die HTTP Methode „GET“ als auch über „POST“ angesprochen werden. Die Interface URL ist:

```
http://www.etracker.de/lsconfirm.php?
```

Sie können auch die verschlüsselte Variante mit „https“ verwenden.

An die Interface URL müssen Sie nun je nach Anpassung verschiedene Parameter anhängen.

Parameter	Optional	Beschreibung
et	Nein	Account-Schlüssel 1 (wird unter Einstellungen > Setup/Tracking Code > etracker Account-Schlüssel 1 bereitgestellt.)
et_key	Nein	API-Schlüssel (wird unter Einstellungen > Setup/Tracking Code > etracker API-Schlüssel bereitgestellt.)
et_tonr	Nein	Eindeutige Bestell-/Vorgangsnummer, für die der Status oder die Umsatzhöhe angepasst werden soll (siehe Kap. 7.2.3)
et_sale	Ja	Neuer Status für die gewählte Bestell-/Vorgangsnummer: 0 = Lead 1 = Sale 2 = Vollstorno
et_profit	Ja	Neue Höhe des Umsatzes für gewählte Bestell-/Vorgangsnummer.

Beispiel:

Für eine Bestellung wurde ein Zahlungseingang verzeichnet. Der Lead soll in etracker nun in einen Sale umgewandelt werden. Rufen Sie dafür die Schnittstelle mit dem folgenden Code auf und füllen Sie die grün unterlegten Texte mit Ihren individuellen Daten.

```
http://www.etracker.de/lsconfirm.php?et=ACCOUNT-SCHLÜSSEL 1&et_key=API-SCHLUESSEL&et_tonr=BESTELLN&et_sale=1
```


Sie erhalten dann vom System als Antwort ein „OK“ oder eine Fehlermeldung. In der nachfolgenden Tabelle werden die möglichen Antworten des Systems beschrieben.

Antwort	Beschreibung
OK	Vorgang wurde fehlerfrei bearbeitet
ERR: 0	Account-Schlüssel 1 (et) nicht angegeben
ERR: 1	API-Schlüssel (et_key) nicht angegeben
ERR: 2	Bestellnummer (et_tonr) nicht angegeben
ERR: 3	et_sale oder et_profit nicht angegeben
ERR: 4	Account-Schlüssel 1 ungültig
ERR: 5	API-Schlüssel ungültig
ERR: 6	Bestell-/Vorgangsnummer ungültig

7.4 Integration des Kampagnenmanagements

Eine Kampagne bündelt verschiedene Werbekanäle, wie zum Beispiel Google AdWords Anzeigen, Banner, Links in Newslettern oder auch Affiliate Werbekanäle. Außerdem legt sie Parameter wie Kampagnenzeitraum und Cookie Gültigkeit fest. Die Cookie Gültigkeit bestimmt die Anzahl der Tage, die ein Besucher nach einem Bannerklick oder nach Nutzung eines anderen Kanals verfolgt werden soll. Die Festlegung der „Lebensdauer“ des Cookies erfolgt beim Anlegen der Kampagne und ist stets für alle Werbekanäle einer Kampagne identisch. Ist die „Lebensdauer“ abgelaufen, so ist der Besucher nicht mehr einem Werbekanal zugeordnet und wird nicht mehr verfolgt.

Alle Kampagnen und deren Werbekanäle, die etracker verfolgen soll, müssen dem etracker System bekannt gemacht werden. Dies geschieht, wenn die Kampagne in der Anwendung über den Menüpunkt **Marketing > Kampagnen-Assistent** angelegt wird. Wird dabei als Kanaltyp „Weiterleitung“ oder „URL-Parameter“ gewählt, so muss der Link zu der jeweiligen Ziel-URL entsprechend angepasst werden. Wird als Kanaltyp „Landing Page“ oder die automatische Suchmaschinenkampagne ausgewählt, so muss die Seite der jeweiligen Ziel-URL des Kanals mit den relevanten Kampagnen-Parametern versehen werden.

Die Grundidee ist, nicht die eigentliche Ziel-URL der Website (z. B. <http://www.meinshop.de>) als Ziel-URL des Werbemittels zu verwenden, sondern eine spezielle in etracker definierbare „Tracking-URL“. Das Format der Tracking-URL unterscheidet sich je nach gewähltem Kanaltyp (Weiterleitung, URL-Parameter oder Landing-Page).

Ein Kanal kann wiederum mehrere Subkanäle umfassen. Dann muss der Link zur Ziel-URL ebenfalls angepasst werden.

7.4.1 Kanaltypen

etracker bietet innerhalb des Kampagnen-Trackings von Web Analytics verschiedene Kanaltypen, die je nach eingesetztem Werbemittel mehr oder weniger als „Tracking-URL“ geeignet sind.

■ Weiterleitung

Tracking über einen Weiterleitungsmechanismus, sog. „redirect URLs“. Bei dieser Form des Trackings wird der Besucher unbemerkt zunächst über den etracker Server und dann auf die eigentliche Ziel-URL geleitet. Technisch erfolgt ein sog. „redirect“, von dem auch die Bezeichnung „redirect URL“ abgeleitet ist. Die „Tracking-URL“ hat die folgende Form:

```
http://www.etracker.de/rdirect.php?et=ACCOUNT-  
SCHLÜSSEL 1&et_cid=3&et_lid=30
```

Die Kampagnen-ID (et_cid) und die Kanal-ID (et_lid) sind von etracker vorgegeben und werden beim Anlegen von Kampagne und Kanaltyp vergeben. Die „redirect URLs“ sind für alle Werbekanäle geeignet, bei denen es keine Rolle spielt, wie komplex der Link hinter dem Werbekanal gestaltet ist. Zum Beispiel eine Google Adwords Anzeige, ein Banner oder ein Affiliate System.

Mit Hilfe des etracker Parameters „et_url“ wird die für den Kanal festgelegte Ziel-URL übersteuert. So ist es zum Beispiel möglich, die Ziel-URL dynamisch für jeden Link und nicht für den gesamten Kanal zu vergeben.

Beispiel:

```
http://www.etracker.de/rdirect.php?et=ACCOUNT-  
SCHLÜSSEL 1&et_cid=3&et_lid=30&et_url=http%3A%2F%2Fwww.meineseite.de
```

Hinweis:

Dieser Kanaltyp liefert die geringsten Messabweichungen.

■ URL-Parameter

Tracking über zusätzliche URL-Parameter. Die „Tracking-URL“ hat die folgende Form:

```
http://www.meinshop.de/shop.php?et_cid=3&et_lid=30
```

Den ersten URL-Teil einschließlich des ? können Sie frei definieren. Der zweite URL-Teil mit den Parametern für die Kampagnen- und Kanal-ID ist von etracker vorgegeben.

Setzen Sie diesen Kanaltyp ein, wenn die Ziel-URL je nach Werbemittel wechselt und die Zuordnung des Besuchers zu einer Kampagne gleich bleiben soll. Damit diese Art des Trackings funktioniert, muss mindestens auf den in der Ziel-URL verwiesenen Seiten der etracker Code eingebunden sein.

Achtung:

Technologisch bedingt kann es bei dieser Art des Trackings dazu kommen, dass Besucherzugriffe nicht korrekt erfasst werden, wenn JavaScript bei dem Besucher nicht ausgeführt werden kann. Für eine exakte Messung empfehlen wir, einen der anderen Kanaltypen zu verwenden.

■ Landing Pages

Tracking über einen Landeseiten-Mechanismus, sog. „Landing Pages“. „Landing Pages“ sind Webseiten, die als Zielseiten für einen bestimmten Werbekanal oder eine Kampagne verwendet werden und nicht auf anderem Wege zu erreichen sind.

Die „Tracking-URLs“ sind völlig frei wählbar und haben die Form:

```
http://www.meinshop.de/urlaub
```

Diese Form des Trackings ist besonders für Print oder andere Offline Kanäle geeignet, da der Besucher die URL sofort mit dem Anbieter in Verbindung bringt. Bei Wahl von kurzen URLs, die mit besonderen Leistungen wie Exklusivität oder Rabatten „locken“, ist der Streuverlust auch bei Offline Medien gering und die Eingabe der gesamten URL durch den Besucher wird gefördert.

Neben der Definition des Werbekanals im etracker System ist es notwendig, den Landing Page Parameter im etracker Tracking Code der „Landing Page“ zu setzen. Dieser Parameter enthält die Kanal-ID und sorgt so dafür, dass jeder Besucher dieser „Landing Page“ einer Kampagne zugeordnet wird.

```
var et_lpage    = "123";  
// integer: Vom Kampagnen-Assistenten vergebene Kanal-ID  
// Default "0";
```

7.4.2 Subkanäle definieren [et_sub]

Mit den Subkanälen können Sie die Kanäle einer Kampagne um weitere frei definierbare „Unterkanäle“ erweitern. Stellt ein Kanal z. B. ein Werbemittel dar, das bei einem Werbepartner auf verschiedenen Platzierungen verwendet wird, so können Sie den Subkanal dazu verwenden, die Platzierung zu beschreiben. So können Sie sowohl den Gesamterfolg des Werbemittels beurteilen, als auch den Erfolg differenziert nach Platzierung.

Ein anderes Beispiel für den Einsatz der Subkanäle ist die genaue Konversionsratenberechnung von Suchwörtern im Keyword-Advertising.

Die Subkanäle sind ebenfalls mit den Kanaltypen Weiterleitung, URL-Parameter und Landing-Page nutzbar.

Den Subkanal definieren Sie durch die Übergabe des etracker Parameters „et_sub“. Für die Kanaltypen Weiterleitung und URL-Parameter können Sie ihn an die vorhandenen Parameter der „Tracking-URL“ anhängen.

Die Bezeichnung des Subkanals kann maximal 80 Zeichen betragen. Alle Sonderzeichen müssen nach dem URL-Encoding Standard kodiert werden. Kommas und Semikolons sind nicht erlaubt.

Beispiel für den Kanaltyp Weiterleitung:

```
http://www.etracker.de/rdirect.php?et=ACCOUNT-  
SCHLÜSSEL 1&et_cid=3&et_lid=30&et_sub=Subkanal_1
```

Durch die Kombination von Subkanälen mit dynamischen Ziel-URLs („et_url“) ist es zum Beispiel möglich, eine Keyword-Analyse mit unterschiedlichen Ziel-URLs durchzuführen.

Achten Sie bei der Verwendung des Parameters „et_url“ darauf, diesen ebenfalls nach dem URL-Encoding Standard zu kodieren.

Beispiel für den Kanaltyp URL-Parameter:

```
http://www.meinshop.de/index.htm?et_cid=3&et_lid=30&et_sub=Subkanal_1
```

Für den Kanaltyp Landing Page übergeben Sie den Parameter et_sub zusammen mit dem entsprechenden Landing-Page Parameter innerhalb des Parameter-Blocks im Tracking Code:

```
var et_lpage = "X";  
var et_sub = "Subkanal_1";
```

Hinweis:

Der Platzhalter „X“ innerhalb des Beispiels ist durch die Kanal-ID zu ersetzen, die beim Anlegen der Kampagne vom Kampagnen-Assistenten vergeben wurde. Der Subkanal für den Kanaltyp „Landing Page“ funktioniert erst ab der etracker Tracking Code Version 2.1.1.

7.4.3 Automatisierte Suchmaschinenkampagnen [et_se]

Die Suchmaschinenkampagne ist eine automatisierte SEO-Kampagne, die eine Übersicht darüber liefert, mit welchem Suchwort bzw. welcher Phrase wie viel Umsatz generiert wurde. Die Anzeige ist dabei nach den unterschiedlich genutzten Suchmaschinen aufgeteilt.

Die Suchmaschinenkampagne wird mit Hilfe des Kampagnen-Assistenten über den Eintrag **Suchmaschinen (Generischer Index)** angelegt. Der Parameter „et_se“ muss im Parameter-Block innerhalb des etracker Tracking Codes auf allen zu messenden Seiten Ihrer Website übergeben werden.

Die automatisierte Suchmaschinenkampagne übergeben Sie wie folgt:

```
var et_se = "X";  
// integer: Vom Kampagnen-Assistenten vergebene Kanal-ID  
// Default "0";
```

Hinweis:

Ersetzen Sie den Platzhalter „X“ innerhalb des Beispiels ist durch die Kanal-ID, die beim Anlegen der Kampagne vom Kampagnen-Assistenten vergeben wurde.

Die Suchmaschinenkampagne funktioniert ab der etracker Code Version 2.1.1.

7.5 Integration frei definierbarer Segmente [et_tag]

Die Segmentierung dient der detaillierten Auswertung der Besucher Ihrer Website. So ist es möglich, die Besucher der Website in Gruppen, so genannte "Segmente" einzuteilen. Statt der Betrachtung aller Besucher werten Sie aus, ob es sich bei den Besuchern zum Beispiel um Interessenten, regelmäßige Besucher oder Neu- und Bestandskunden handelt. Die differenzierte Betrachtung für einzelne Segmente ermöglicht es Ihnen, noch schneller und einfacher relevante Informationen zur Optimierung Ihrer Website zu ermitteln.

Damit eine differenzierte Betrachtung für einzelne Segmente möglich ist, müssen Sie diese zunächst unter dem Menüpunkt **Einstellungen > Segmentierung** in etracker anlegen. Hier können Sie vordefinierte Segmente erstellen, um z. B. die Besucher einer bestimmten Kampagne oder Besucher mit einer bestimmten geographischen Herkunft zu segmentieren. Alternativ dazu können Sie auch eigene Segmente als so genannte „Freie Parameter“ definieren.

Für frei definierbare Segmente müssen Sie ein Attribut und einen entsprechenden Wert definieren.

Folgender Parameter steht für die freien Segmente zur Verfügung:

```
var et_tag      =  "";  
//string: Attribut-Wert-Paar  
// Default ""
```

Beispiel:

Es sollen in Zukunft alle eingeloggten Besucher in einem Segment erfasst werden. Als Typ dieses Segments wählen Sie **Freie Parameter** und definieren dann folgendes Attribut-Wert-Paar.

Attribut: "login"

Wert: "yes"

Sobald bekannt ist, dass ein Besucher sich eingeloggt hat, müssen Sie den Parameter et_tag einmalig im Parameter-Block des Tracking Codes setzen:

```
var et_tag      =  "login=yes";
```

Ein Besucher kann auf einer Seite einem oder mehreren Segmenten zugeordnet werden. Bei mehreren Segmenten müssen Sie die jeweiligen Attribut-Wert-Paare durch ein Semikolon trennen.

Beispiel:

```
var et_tag      =  "login=yes;sex=male";
```

Hinweis:

Der Parameter „et_tag“ kann erst ab der etracker Code Version 2.5 verwendet werden.

7.6 Integration des Event Trackings

7.6.1 Event Tracking Code

Mit Hilfe des Event Trackers können Sie die Interaktionen der Website-Besucher auswerten und damit umfassende Kennzahlen über die Nutzung interaktiver Website-Inhalte erhalten.

Zur Verwendung des Event Trackers finden Sie unter dem Menüpunkt **Nutzung > Event Tracker Assistent** einen Assistenten, der Sie bei der Einbindung unterstützt.

Der Assistent hilft Ihnen bei der Zusammenstellung von Event Tracking Code. Wählen Sie ein vordefiniertes Event oder benennen Sie ein eigenes. Nachdem Sie alle benötigten Felder ausgefüllt haben, klicken Sie auf **Code generieren**.

Anschließend erhalten Sie ein Stück JavaScript-Code, das Sie in dem zu messenden Event auf Ihrer Website integrieren können.

Beispiel: PDF-Aufruf:

```
<a href="http://www.meineseite.de/test.pdf"
onmousedown="ET_Event.download('Mein%20PDF', '')">PDF-Download</a>
```

Beispiel: Button zum Starten eines Films:

```
<input type="button" value="Film starten"
onmousedown="ET_Event.videoStart('Film1', '')">
```

Hinweis:

Der Event Tracker kann erst ab der etracker Code Version 3.0 verwendet werden.

7.6.2 Klick-Tracker URL

Hinweis:

Alle Funktionen des Klick-Trackers sind auch im Event Tracker enthalten. Da es sich beim Klick-Tracker im Prinzip um eine alte Version des Event Trackers handelt, empfehlen wir Ihnen den Event Tracker zu verwenden.

Mit Hilfe des etracker Klick-Trackers kann die Häufigkeit von Klicks auf beliebige Links analysiert werden. Der Klick-Tracker eignet sich insbesondere für das Zählen der Downloads von PDF-Dokumenten, Bildern oder beliebigen anderen Dateien.

Zur Verwendung des Klick-Trackers müssen Sie die URL <http://www.etracker.de/lnkcnt.php?> mit der folgenden Syntax in die HTML-Seite anstelle des zu zählenden Links einfügen:

```
http://www.etracker.de/lnkcnt.php?et=ACCOUNT-SCHLÜSSEL_1&url=ZIEL_URI&
lnkname=BEZEICHNUNG_IM_REPORT
```

Die Parameter haben folgende Bedeutung:

- **ACCOUNT-SCHLÜSSEL 1:**
Der etracker Account-Schlüssel 1, der sich unter dem Punkt **Einstellungen > Setup/Tracking Code** befindet.
- **ZIEL_URL:**
Die URL, zu der der Link führen soll. Um eine Kompatibilität mit älteren Browsern zu erreichen wird empfohlen, diese URL mit Hilfe des URL-Encoding Standards zu kodieren.
- **BEZEICHNUNG_IM_REPORT (optionaler Parameter „lnkname“):**
Eine frei wählbare Bezeichnung, unter der etracker die Klicks im Klick-Tracker Report erfasst. Diese Bezeichnung muss nach dem URL-Encoding Standard kodiert werden, wenn Sonderzeichen Verwendung finden. Wird der Parameter „lnkname“ nicht übergeben, so verwendet etracker die ZIEL_URL ohne den Domainnamen als Bezeichnung im Klick-Tracker Report.

Beispiel ohne spezielle Bezeichnung:

```
<a href="http://www.etracker.de/lnkcnt.php?et=ACCOUNT-SCHLÜSSEL 1  
&url=http%3A%2F%2Fwww.meineSeite.de%2Fdownload%2Ftest.pdf">PDF Download  
hier klicken</a>
```

In diesem Fall wird etracker bei Klick auf die URL einen Eintrag 'download/test.pdf' im Report erfassen.

Wenn Sie mehrere unterschiedliche Dateinamen im Report unter einer Bezeichnung zusammenfassen wollen, müssen Sie den Parameter „lnkname“ verwenden, um die Bezeichnung im Report festzulegen:

Beispiel mit Bezeichnung:

```
<a href="http://www.etracker.de/lnkcnt.php?et=ACCOUNT-SCHLÜSSEL 1  
&url=http%3A%2F%2Fwww.meineSeite.de%2Fdownload%2Ftest1.pdf&lnkname=PDF-  
Downloads">PDF Download hier klicken</a>
```

```
<a href="http://www.etracker.de/lnkcnt.php?et=ACCOUNT-SCHLÜSSEL 1  
&url=http%3A%2F%2Fwww.meineSeite.de%2Fdownload%2Ftest2.pdf&lnkname=PDF-  
Downloads">PDF Download hier klicken</a>
```

Beide URLs führen zu unterschiedlichen Dateien, werden aber unter derselben Bezeichnung im Klick-Tracker Report erfasst.

7.6.3 Klick-Tracker Delay Code

Der Klick-Tracker funktioniert standardmäßig über einen sogenannten serverseitigen „Redirect“. Dabei werden die Besucher, die den entsprechenden Klick-Tracker Link anklicken, zunächst auf 'http://www.etracker.de' gelenkt und dann unbemerkt auf die Zieladresse des Klick-Trackers weitergeleitet. Auf diese Weise wird der Klick auf den Link erfasst und im Report registriert. Der Nachteil dieser Methode liegt darin, dass die Weiterleitung an die Ziel-URL von der Erreichbarkeit des etracker Rechenzentrums abhängig ist. Mithilfe des nachstehend dokumentierten „Klick-Tracker Delay Codes“ ist es möglich diesen Nachteil zu beheben. Der Code führt dazu, dass der Redirect nur dann ausgeführt wird, wenn die Erreichbarkeit des etracker Rechenzentrums sichergestellt wurde. Das folgende Script muss im Body der gleichen Webseite eingebunden werden, auf der sich auch der Link befindet. Optional lässt sich der Wert der Funktion "maxDelay(500)" erhöhen. Das Script steht in der Online-Hilfe zum Klick-Tracker Report in elektronischer Form zur Verfügung.

```
<script type="text/javascript"><!--
var toSleep = true; function stopTimer(){toSleep=false;}
function clickTracker(LinkName){var secureID="ACCOUNT-SCHLÜSSEL 1";
var redirectUrl="http://www.etracker.de/skin/de.def/img/lpx.gif";
etrackerSink=new Image(1,1);toSleep=true;
etrackerSink.src="http://www.etracker.de/lncnt.php?et="+secureID+"&url="+
redirectUrl+"&lnkname="+LinkName;etrackerSink.onload=stopTimer;if (toSleep=
=true)
{maxDelay(500);}return true;}function maxDelay(gap){var then,now;then=new
Date().getTime();now=then; while( toSleep==true&&(now-then)<gap){now=new
Date().
getTime();}}
//--></script>
```

Der entsprechende Link muss dabei folgendermaßen aufgerufen werden:

```
<a href="http://www.test.de/" onmousedown="clickTracker('test.de
Klicks');">Link zu test.de</a>
```

Das Beispiel zeigt einen Link, der auf http://www.test.de leitet und mit Hilfe des Klick-Trackers unter der Bezeichnung "test.de Klicks" im Report erfasst wird.

Hinweis:

Nur grün markierte Stellen dürfen geändert werden. Die personalisierte Account-Schlüssel 1 ist zur Information blau hervorgehoben.

8 Parameter setzen für Campaign Control

Sollten Sie bereits das Produkt etracker Web Analytics inklusive der Marketingfunktionen (Kampagnen, Website-Ziele, Warenkorb, etc.) nutzen, können Sie die entsprechenden etracker Parameter wie gewohnt weiterhin nutzen. Bestellungen und Umsätze werden dann aus den Tracking Code-Variablen für Web Analytics automatisch in Campaign Control übernommen.

Campaign Control bietet außerdem eine zusätzliche Tracking Code-Schnittstelle (E-Commerce API), mit deren Hilfe Informationen zu Bestellungen und bestellten Produkten übergeben werden können. Die E-Commerce API bietet dabei einen wesentlich höheren Detaillierungsgrad als die Tracking Code-Variablen für den E-Commerce Bereich in Web Analytics. Es wird deshalb empfohlen, für Campaign Control die neue E-Commerce API zu benutzen.

8.1 Seitennamen [cc_pagename]

etracker empfiehlt, auf der zu messenden Website im Tracking Code die Parameter für die Seitenbezeichnungen zu setzen. Dadurch werden die Ein- und Ausstiegsseiten in den Reports korrekt angezeigt. Außerdem werden Ihnen beim Definieren der Website-Ziele dann die korrekten Seitennamen vorgeschlagen.

Sie können für die einzelnen Seiten der Website beliebige Bezeichnungen vergeben, die dann mit Hilfe des Parameters „cc_pagename“ an etracker übergeben werden:

```
var cc_pagename      = "SEITENNAME";  
//string URL-encoder Seitenname;  
//Freitext max. 255 Zeichen  
//Default ""
```

Hinweis:

Wenn Sie in Web Analytics den Parameter et_pagename gesetzt haben, wird dieser von Campaign Control automatisch übernommen, sodass Sie cc_pagename nicht verwenden müssen.

8.2 Kampagnenattribute [cc_attributes]

Wenn Sie die Parameter in einer URL ergänzen oder überschreiben möchten, können Sie den Parameter „cc_attributes“ nutzen und damit Kampagnenattribute an Campaign Control übergeben.

Setzen Sie den Parameter „cc_attributes“ innerhalb des Parameter-Blocks, also am Anfang des Tracking Codes.

■ URL um zusätzliche Attribute und deren Werte ergänzen

Syntax:

```
cc_attributes["Attributname"] = ["Attributwert", false];
```

Möglich ist auch:

```
cc_attributes["Attributname"] = "Attributwert";
```

Ist der Attributname bereits in der originären URL vorhanden, bleibt der entsprechende Attributwert in der auswertbaren URL erhalten. Ist der Attributname *nicht* in der originären URL vorhanden, wird der Attributname mit seinem Wert dort hinzugefügt.

Beispiel:

Die Kampagnen-URL soll auf der Seite um das eigene Attribut „akt“ (Aktion) ergänzt werden.

Originäre URL:

```
http://www.meineseite.de?etcc_cmp=Kampagne&etcc_med=Display&ver=nein
```

Eigenes Attribut: akt=Sale

Der Parameter „cc_attributes“ ist wie folgt zu setzen:

```
cc_attributes["akt"] = ["Sale", false];
```

Für die Verarbeitung ist in der auswertbaren URL also das Attribut „akt“ hinzugekommen:

```
http://www.meineseite.de?etcc_cmp=Kampagne&etcc_med=Display&akt=Sale  
&ver=nein
```

■ Attributwerte in der URL überschreiben

Wollen Sie die originäre URL nicht nur um zusätzliche Attribute ergänzen, sondern auch die Werte vorhandener Attribute überschreiben, setzen Sie nicht *false* sondern *true*:

```
cc_attributes["Attributname"] = ["Attributwert", true];
```

Ist der Attributname bereits in der originären URL vorhanden, wird der entsprechende Attributwert dort überschrieben. Ist der Attributname *nicht* in der originären URL vorhanden, wird der Attributname mit seinem Wert dort hinzugefügt.

Beispiel:

Die Kampagnen-URL soll auf der Seite mit den Attributen „prd“ (Produkt) und „etcc_var“ (Variante) ergänzt werden. Falls diese Attribute in der originären URL bereits vorhanden sind, sollen ihre Werte überschrieben werden.

Originäre URL:

```
http://www.meineseite.de?etcc_cmp=Kampagne&etcc_med=Display&prd=ProduktA
```

Eigene Attribute: prd=ProduktB, etcc_var=123

Der Parameter cc_attributes ist wie folgt zu setzen:

```
cc_attributes["prd"] = ["ProduktB", true];  
cc_attributes["etcc_var"] = ["123", true];
```

Für die Verarbeitung ist in der auswertbaren URL also das Attribut etcc_var hinzugekommen und der Wert von „prd“ überschrieben:

```
http://www.meineseite.de?etcc_cmp=Kampagne&etcc_med=Display&prd=ProduktB&etcc_var=123
```

9 Datenschutzrechtliche Hinweise

Die etracker Tracking Technologie verwendet eine Mischung aus 1st Party und 3rd Party Cookies sowie Fingerprinting. Cookies sind im Browser gespeicherte Daten, die durch den etracker Server gespeichert und wieder ausgelesen werden können.

Wird z. B. die Funktion „Wiederkehrende Besucher“ in Web Analytics oder das etracker Produkt „Page Optimizer“ verwendet, so setzt etracker Cookies ein. etracker Cookies speichern dabei keine personenbezogenen Daten oder Daten, die Rückschlüsse auf eine Person ermöglichen.

Für einen transparenten und fairen Umgang mit den Kunden, empfehlen wir Ihnen, die Website-Besucher gegebenenfalls darauf aufmerksam zu machen, dass ein Tracking-Tool auf der Website verwendet wird. Eine geeignete Stelle ist das Impressum oder die Datenschutzerklärung der Website. Nach den Regelungen des Telemediengesetzes soll der Besucher zusätzlich über die Erhebung personenbezogener Daten zu Optimierungszwecken und seinem Recht zum Widerspruch gegen die Nutzung personenbezogener Daten informiert werden.

Wir empfehlen Ihnen deshalb die Aufnahme der folgenden oder einer ähnlichen Formulierung in die Datenschutzerklärung oder das Impressum der analysierten Website:

„Auf dieser Website werden mit Technologien der etracker GmbH (www.etracker.com) Daten zu Marketing- und Optimierungszwecken gesammelt und gespeichert. Aus diesen Daten können unter einem Pseudonym Nutzungsprofile erstellt werden. Hierzu können Cookies eingesetzt werden. Bei Cookies handelt es sich um kleine Textdateien, die lokal im Zwischenspeicher des Internet-browsers des Seitenbesuchers gespeichert werden. Die Cookies ermöglichen die Wiedererkennung des Internetbrowsers.

Die mit den etracker-Technologien erhobenen Daten werden ohne die gesondert erteilte Zustimmung des Betroffenen nicht dazu benutzt, den Besucher dieser Website persönlich zu identifizieren und nicht mit personenbezogenen Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt. Der Datenerhebung und -speicherung kann jederzeit mit Wirkung für die Zukunft [widersprochen](http://www.etracker.de/privacy?et=Account-Schlüssel 1) werden.“

Sie finden diesen Datenschutzhinweis inklusive Ihres Account-Schlüssels 1 in Ihrer etracker Anwendung unter dem Punkt **Einstellungen > Datenschutz**.

10 Tipps und Tricks

10.1 Anzeige des etracker Logos unterbinden

Das etracker Logo wird immer dann angezeigt, wenn einer der folgenden Punkte erfüllt ist:

- **Der etracker Tracking Code wurde verändert oder nicht vollständig eingebunden.**
Wird der etracker Tracking Code nur teilweise eingebunden oder werden die einzelnen Code-Zeilen falsch umgebrochen, so kann dies zur Folge haben, dass das etracker Logo angezeigt wird und/oder die Zählung nicht korrekt funktioniert. Stellen Sie deshalb sicher, dass der etracker Tracking Code vollständig und unverändert in die jeweilige Webseite eingefügt wurde.
- **Der Account wurde gelöscht.**
Wird ein etracker Account gekündigt, löscht etracker diesen Account automatisch zum Ende der Leistungs- oder Testperiode. Das etracker Logo wird automatisch eingeblendet, um den Website-Betreiber darauf aufmerksam zu machen, dass der etracker Tracking Code ohne gültige Lizenz eingesetzt wird. Sobald der etracker Code von der Website entfernt wird, verschwindet auch das etracker Logo.
- **Der Account-Schlüssel innerhalb des etracker Tracking Codes ist ungültig.**
Achten Sie auf die korrekte Angabe Ihres Account-Schlüssel 1. Sie finden diesen innerhalb der etracker Anwendung unter dem Punkt **Einstellungen > Setup/Tracking Code**.
- **Innerhalb der Einstellungen wurde die sichtbare Einblendung aktiviert.**
In der etracker Anwendung können Sie unter dem Punkt **Einstellungen > Statistik** **Einstellungen > Counter-Style** verschiedene Optionen für die Einblendung des etracker Logos bzw. eines Counters wählen. Zusätzlich können Sie unter diesem Punkt zwischen verschiedenen Logos wechseln. Prüfen Sie die Einstellungen, wenn das etracker Logo angezeigt wird und Sie dies nicht wünschen.

10.2 etracker zur Analyse von Intranets

etracker Web Analytics kann auch bei Nutzung des etracker Rechenzentrums (ASP) zur Analyse des Besucherverhaltens von Intranets genutzt werden. Hierbei kann es vorkommen, dass einzelne Arbeitsplätze nicht über eine Anbindung an das Internet verfügen und somit das etracker Zählpixel nicht geladen werden kann. In diesem Fall würde der Zugriff dieser Besucher nicht gezählt werden. Um alle Intranetbesucher dennoch zu erfassen, müssen Sie einen so genannten Proxy einrichten, der eine Verbindung zum etracker Zählpixel zulässt. So können Sie die Zugriffe innerhalb Ihres Intranets messen, ohne die Zugriffsbeschränkungen auf das Internet ändern zu müssen.

Außerdem müssen Sie einen der beiden folgenden Parameter im Tracking Code setzen:

■ **Interne IP-Adresse [et_ip]**

Um innerhalb von Intranets die IP-Adressen der Besucher zu erfassen, können Sie den Parameter „et_ip“ innerhalb des Parameter-Blocks setzen:

```
var et_ip      = InterneIP;  
// Wert der internen IP;  
// Max. 20 Zeichen
```

■ **Session-ID [et_ssaid]**

Alternativ zur Erfassung der internen IP-Adresse können Sie das sogenannte Session Tracking verwenden. Mit dem Session Tracking können Sie einem Besucher anstatt der IP-Adresse eine Session-ID zuordnen. Diese wird im Web Analytics Report „Letzte Besucher“ angezeigt.

Setzen Sie den Parameter „et_ssaid“ innerhalb des Parameter-Blocks:

```
var et_ssaid   = SessionID;  
// Wert der SessionID;  
// Max. 20 Zeichen
```

Hinweis:

„et_ip“ und „et_ssaid“ müssen manuell in den etracker Tracking Code eingefügt werden. Verwenden Sie immer nur *einen* der beiden Parameter. Sonst wird ein Parameter überschrieben.

Bei Verwendung von „et_ip“ und „et_ssaid“ können Daten, für deren Ermittlung die IP-Adresse benötigt wird, nicht ermittelt werden (z. B. Geo-Herkunft, Provider, etc.).

10.3 Tracking Code in CMS und Shop-Systemen einbauen

Der etracker Tracking Code ist so aufgebaut, dass er sich leicht in ein beliebiges Content-Management- oder Shop-System einfügen lässt, das eine Trennung von Layout (Template) und eigentlichem Inhalt (Content) vorsieht. Sie müssen den Code nur einmal in das Template, das alle Seiten verwenden, einfügen. Dann steht er sofort auf allen mit dem Template generierten Seiten der Website zur Verfügung.

In Content-Management- und Shop-Systemen stehen üblicherweise erweiterbare Meta-Attribute zur Verfügung, die eine Webseite näher beschreiben. Derartige Meta-Attribute können über Variablen des Systems innerhalb von Templates referenziert werden. Typische Meta-Attribute sind der Seitentitel oder auch der Bereich, dem eine Seite zugeordnet ist. Diese und weitere etracker Parameter können auf diese Weise im Template durch die aktuellen Werte der Meta-Attribute ersetzt werden.

Beispiel:

Das Content-Management stellt die Seitenbezeichnung unter der Variablen [pageTitle] im Template zur Verfügung. Der jeweilige Bereich der Seite wird unter [areaName] zugreifbar gemacht.

Bei der manuellen Code-Erzeugung werden dann für die Felder „Seitenbezeichnung“ und „Bereiche“ die jeweiligen Variablen [pageTitle] und [areaName] eingegeben. Den erzeugten etracker Code

können Sie direkt in das Template einfügen. Alle auf diesem Template basierenden Web-Seiten enthalten automatisch den richtigen Code.

Hinweis:

Das Content-Management-System muss bei der Übergabe der Variablenwerte nach dem URL-Encoding Standard kodiert werden.

Idealerweise sollten möglichst alle Parameter des Parameter-Segments durch Meta-Attribute des Content-Management Systems gesetzt werden. Dies ermöglicht die volle Steuerung und Adaptierung von etracker direkt aus dem Content-Management System heraus.