

Настройка трекера

Настройка трекера состоит из 3 шагов:

1. [Настройка сбора данных в мобильном приложении.](#)
2. [Настройка пересылки событий.](#)
3. [Настройка ссылок на приложение.](#)

Шаг 1. Настройка сбора данных в мобильном приложении

Если вы уже использовали ретаргетинг по событиям из приложения в других рекламных сетях, то этот шаг можно пропустить.

Чек-лист по настройке событий в трекере:

- Проверьте, что в трекере собираются события, на которые вы хотите оптимизировать кампании или делать ретаргетинг.
- Если вы планируете запускать смарт-баннеры, убедитесь, что у вас собираются следующие события: просмотр страницы товара, добавление и удаление из корзины, покупка товара. События включают id ваших продуктов.
- Для использования стратегии [Максимум конверсий](#) с ограничением «Доля рекламных расходов» (ДРР) необходимо также фиксировать выручку.

Если вы не знаете, как проверить, настроены ли события корректно, обратитесь к разработчику приложения или в поддержку вашего трекера.

AppMetrica [AppsFlyer](#) [Adjust](#)

Формат данных для текстово-графических объявлений и динамических объявлений

Поддерживаются все виды разметки — обычные [События](#), [ECommerce](#), [In-App покупки](#).

Формат данных для смарт-баннеров

Требуется разметка [ECommerce-событий](#). Она доступна для версий выше 3.16.1 на Android и 3.12.0 на iOS.

Для работы смарт-баннеров достаточно следующих событий:

- `showProductDetailsEvent` ;

- `addCartItemEvent` ;
- `removeCartItemEvent` ;
- `purchaseEvent` .

В каждом из событий в классе `ECommerceProduct` должен быть передан SKU (артикул товара). Остальные параметры нужны для наполнения отчета Анализ покупок.

⚠ Внимание. Убедитесь, что id товара в событиях совпадает с id товара в фиде — иначе для кампании потребуется сгенерировать новый фид либо перевыпустить приложение с другими id.

Отслеживание открытий

Чтобы AppMetrica смогла атрибутировать конверсию после перехода по универсальной или трекинговой ссылке, необходимо настроить [отслеживание открытий по deeplink](#).

В SDK 4.0 и выше отслеживание [работает автоматически](#).

Требования для стратегии Максимум конверсий с ограничением ДРР

Для использования конверсий в этой стратегии подойдут [ECommerce-события](#) или разметка [In-App покупок](#).

Шаг 2. Настройка пересылки событий

Настройте отправку событий мобильного приложения из трекера в Директ, чтобы использовать их в оптимизации стратегий или в качестве [условия ретаргетинга](#).

AppMetrica [AppsFlyer](#) [Adjust](#)

Для текстово-графических объявлений и динамических объявлений

События пересылаются автоматически: дополнительные настройки в трекере не требуются. В кабинете Директа необходимо выбрать события, по которым будет фиксироваться статистика по целям мобильных приложений.

Доступна оптимизация и ретаргетинг по целям.

Для смарт-баннеров

- В настройках приложения в поле Привязка к счетчику Метрики укажите счетчик Метрики.
- У логина должен быть доступ к счетчику.

Рекомендуем использовать счетчик сайта, на котором настроена [электронная коммерция](#) — так алгоритмы машинного обучения будут учитывать товары, просмотренные в приложении, для посетителей сайта, и наоборот. Это позволяет повысить эффективность ретаргетинга.

Шаг 3. Настройка ссылок на приложение

Используйте [универсальные ссылки](#), которые приведут пользователей в приложение, если оно уже установлено, или на сайт, если приложения еще нет, — это позволяет повысить конверсионность рекламных кампаний.

Если у вас нет возможности настроить универсальные ссылки или они по каким-то причинам вам не подходят, то вы можете использовать [трекинговые ссылки](#).

Настройка универсальных ссылок

Использование универсальных ссылок позволяет работать с тем же фидом, который используется для сайта, в смарт-баннерах и динамических объявлениях.

Общие правила для ссылок

Ссылка на приложение должна подходить для учета конверсий, то есть:

- вести в приложение, если оно установлено;
- вести на сайт, если приложение не установлено или клик совершен на компьютере;
- позволять трекеру атрибутировать конверсии к клику.

► [Как проверить, настроены ли универсальные ссылки](#)

► [Как настроить универсальные ссылки](#)

Если у вас нет возможности настроить универсальные ссылки или они по каким-то причинам вам не подходят, то вы можете использовать [трекинговые ссылки](#). В них есть домен трекера (например, `adj.st`, `onelink.me`, `redirect.appmetrica.com`), и они создаются в трекере.

Трекинговые параметры в универсальных ссылках

Чтобы после перехода по универсальной ссылке объявления происходила атрибуция конверсии к Директу, ссылка должна содержать набор обязательных трекинговых параметров. Для приложений с AppMetrica или Adjust они добавляются к рекламной ссылке так же и там же, где и UTM-метки для веб-трафика:

- На уровне кампании в блоке Параметры URL — в текстово-графических объявлениях, динамических объявлениях, смарт-баннерах.
- В ссылке объявления для текстово-графических объявлений.

- На уровне группы объявлений в блоке Трекинговые параметры в ссылке в динамических объявлениях и смарт-баннерах.

Если вы используете AppsFlyer, при настройке кампании подключите межсерверную отправку кликов.

AppMetrica [AppsFlyer](#) [Adjust](#)

Добавьте в кампании параметр `referrer=reattribution%3D1`.

В смарт-баннерах и динамических объявлениях можно добавить параметр на уровне группы объявлений, не внося изменений в фид.

Настройка трекинговых ссылок

Мы рекомендуем использовать [универсальные ссылки](#), но если у вас нет возможности их настроить, вы можете реализовать маршрутизацию пользователей при помощи трекинговых ссылок, которые создаются в интерфейсе мобильного трекера.

При использовании трекинговых ссылок вам необходимо обновить фид в смарт-баннерах и динамических объявлениях. Ссылки на товары в нем необходимо заменить на трекинговые.

По ссылке ожидаются следующие сценарии:

Сценарий	Ссылка
Переход с мобильного. Приложение не установлено	<ol style="list-style-type: none">1. Нужный раздел или страница товара на мобильной версии сайта.2. Страница приложения в магазине приложений. После установки приложения желательно, чтобы срабатывал <code>deferred deep linking</code> (отложенный диплинкинг) для перевода на нужный раздел или товар в приложении.
Переход с мобильного. Приложение установлено	Нужный раздел или страница товара в приложении.
Переход на компьютере	Нужный раздел или страница товара на сайте.

AppMetrica [AppsFlyer](#) [Adjust](#)

Как настроить

1. Настройте универсальные ссылки для iOS.

Добавьте:

- [Поддержку Universal Links](#) в приложении.
 - Отслеживание открытий deeplink на [iOS](#).
2. Настройте поддержку deeplink для Android.
- Добавьте:
- [Поддержку deeplink](#)  в приложении.
 - Отслеживание открытий deeplink для [Android](#).
3. Создайте трекингтовую ссылку SmartLink.
- ▶ [Настройка](#)

UTM-метки и другие пользовательские параметры можно задать в настройках Smart Link по [инструкции](#).

Пример ссылки:

```
https://0000000.redirect.appmetrica.yandex.com/cars/new/group/bmw/3er/21398591-21398651?appmetrica_tracking_id=000000000000000000&referrer=reattribution%3D1&click_id={LOGID}&campaign_id={campaign_id}&path=%2F%20cars%2Fnew%2Fgroup%2Fbmw%2F3er%2F21398591-21398651
```

Подробнее см. [Трекингтовые ссылки на базе Universal Links](#).


Обновление ссылок в фиде

Получившийся шаблон ссылки передайте разработчику для регенерации ссылок на товары в фиде.

В фиде добавляйте трекингтовую ссылку в элемент, содержащий ссылку на товар. Ссылка должна вести пользователя на конкретный товар — на сайте или в приложении. Для XML/YML фидов соблюдайте [дополнительные требования](#).

- ▶ [Настройка ссылок в фиде](#)
- ▶ [Настройка реатрибуции](#)

Остались вопросы?

 **Внимание.** Специалисты отдела клиентского сервиса могут вас проконсультировать только по рекламным кампаниям того логина, с которого вы обращаетесь. Логин можно

увидеть в правом верхнем углу экрана. Специалист получит доступ к вашим данным только при обработке обращения.

Написать в WhatsApp

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо