eBilet

Usługi Performance Marketing eBilet

- czyli narzędzia do śledzenia ruchu

Z nami możesz mieć pełny dostęp do wyników swoich działań marketingowych oraz śledzić pozyskany przez siebie ruch na eBilet.

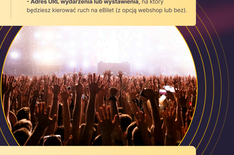
Oferujemy narzędzia do monitorowania zachowań użytkowników - mierzymy je w oknie czasowym wynoszącym **aż 7 dni.** Zebrane dane zobaczysz w swoich panelach administracyjnych, takich jak Meta, Google Analytics i innych.

Wszystkie te usługi zbierają dane zarówno z portalu eBilet, sklepu, dedykowanego webshopu organizatora, jak i z iframe eBilet osadzonego na zewnętrznych stronach.

Jak to działa?

- **Wybierz narzędzia**
- **Prześlij wymagane informacje**
- **eBilet uruchomi usługę**
- **Promuj wydarzenia dedykowanymi linkami**
- **Monitoruj ruch aż przez 7 dni**
- **Śledź dane w swoich panelach**
- **Podejmuj trafne decyzje!**

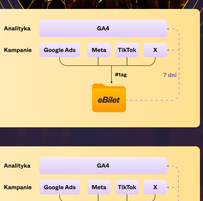
Jaką usługę możemy podłączyć?	Jakie zdarzenia e-commerce będziesz mógł śledzić?	Na czym polega dana usługa?	Co musisz dostarczyć, żeby uruchomić usługę?
Facebook Pixel	**PageView** - wyświetlenie strony **ViewContent** - wyświetlenie karty produktu (strona wydarzenia) **AddToCart** - dodanie biletów do koszyka **InitiateCheckout** - przejście dalej po wyborze biletów (podgląd koszyka) **AddPaymentInfo** - wybór metody płatności **Purchase** - zakup biletów (thank you page)	**Facebook Pixel** śledzi, co użytkownicy robią po kliknięciu Twoich reklam na Facebooku i Instagramie. **Zbierasz dane o ich działaniach, jak zakupy czy dodania biletów do koszyka, co pozwala lepiej dopasować reklamy.** Dodatkowo narzędzie umożliwia remarketing, trafiając ponownie do osób, które już wykazały zainteresowanie.	1. W ustawieniach firmowych na swoim **Meta Business Suite** w pasku po lewej stronie znajdź ***Źródła danych***. 2. Kliknij ***Zestawy danych***. 3. Wybierz odpowiedniego **Piksela**, na którym chcesz zbierać sygnały pochodzące z eBilet. 4. Skopiuj ***Identyfikator Piksela*** (np. 110022330011222). 5. Wyślij do nas zgłoszenie zawierające informacje o implementacji **Facebook Pixel do eBilet:** **- Identyfikator Piksela** (dzięki ciągowi wszystkich wydarzeń lub różne dla pojedynczych wystawień (np. 110022330011222); **- Adres URL wydarzenia lub wystawienia**, na który będziesz kierować ruch ze swoich działań na eBilet (z opcją webshop lub bez).
Facebook API	**PageView** - wyświetlenie strony **ViewContent** - wyświetlenie karty produktu (strona tytułu) **AddToCart** - dodanie biletów do koszyka **InitiateCheckout** - przejście dalej po wyborze biletów (podgląd koszyka) **AddPaymentInfo** - wybór metody płatności **Purchase** - zakup biletów (thank you page	**Facebook API** to narzędzie, które zbiera dane o interakcjach użytkowników na stronie lub w aplikacji, pomagając monitorować skuteczność kampanii. **Dzięki integracji z Facebook Conversion API śledzisz konwersje czy dodanie produktów do koszyka.** Następnie przesyłasz je bezpośrednio do Facebooka – co pozwala na bardziej precyzyjne analizy. To idealne rozwiązanie, by mierzyć wyniki kampanii, nawet w erze ograniczonych cookies.	1. W ustawieniach firmowych na swoim **Meta Business Suite** w pasku po lewej stronie znajdź ***Źródła danych***. 2. W źródłach danych wybierz ***Zestawy danych***. 3. Wybierz **odpowiedniego Piksela**, na którym chcesz zbierać sygnały pochodzące z eBilet (np. 110022330011222). 4. W zakładce osoby **nadaj dostęp do Piksela** użytkownikowi: ***Conversions API System User***. 5. W ustawieniach firmowych na swoim ***Meta Business Suite*** w pasku po lewej stronie znajdź ***Osoby***. 6. Zaproś do konta użytkownika **Karol Mosakowski (karolmosakowski15@gmail.com)** nadając mu dostęp administratora do portfolio firmowego oraz zestawu danych, na którym chcesz podłączyć API. 7. Wyślij do nas zgłoszenie zawierające: **- Informację o implementacji Facebook API** do eBilet z adnotacją, że Karol Mosakowski otrzymał dostępy do zestawu danych; **- Adres URL wydarzenia lub wystawienia**, na który będziesz kierować ruch ze swoich działań na eBilet (z opcją webshop lub bez).
TikTok Pixel	**PageView** - wyświetlenie strony **ViewContent** - wyświetlenie karty produktu (strona tytułu) **AddToCart** - dodanie biletów do koszyka **InitiateCheckout** - przejście dalej po wyborze biletów **AddPaymentInfo** - wybór metody płatności **CompletePayment** - zakup biletów (thank you page)	**TikTok Pixel** to narzędzie, które śledzi, co robią użytkownicy na stronie po kliknięciu lub obejrzeniu reklamy na TikToku. **Zbierane dane pomagają w optymalizacji kampanii i lepszym targetowaniu.** Narzędzie umożliwia także tworzenie grup do remarketingu, co zwiększa konwersję i efektywność reklam.	1. W swoim **TikTok Business Center** w pasku po lewej stronie znajdź ***Assets***. 2. W ***Assets*** wybierz ***Pixels***. 3. Wybierz odpowiedniego piksela, na którym chcesz zbierać sygnały pochodzące z eBilet. 4. **Skopiuj ID Piksela** (np. CNK5NURC77U1PP7E5JQG). 5. Wyślij do nas zgłoszenie implementacji swojego TikTok Pixel do eBilet zawierające: **- Identyfikator Piksela** (np. CNK5NURC77U1PP7E5JQG); **- Adres URL wydarzenia lub wystawienia**, na który będziesz kierować ruch ze swoich działań na eBilet (z opcją webshop lub bez).
Google Analytics 4	**View_item** - wyświetlenie strony wydarzenia **Add_to_cart** - dodanie biletów do koszyka **View_cart** - podgląd koszyka **Add_shipping_info** - dodanie informacji o dostawie **Add_payment_info** - wybór metody płatności **Begin_checkout** - podsumowanie **Purchase** - potwierdzenie zakupu (wyświetlenie thank you page)	**Google Analytics 4 (GA4)** to zaawansowane narzędzie do śledzenia aktywności użytkowników na stronach i w aplikacjach. Skupia się na analizie zdarzeń, takich jak wyświetlenia strony, zakupy czy dodanie do koszyka, dając dokładniejszy obraz zachowań użytkowników. **Dzięki sztucznej inteligencji przewiduje zachowania klientów i optymalizuje kampanie na różnych urządzeniach.**	1. W zakładce ***Administracja (Admin)*** znajdź ***Zarządzanie dostępem do usług (Property Access Management)*** i nadaj dostępy użytkownikowi jakub.wicher@allegro.com do strumienia danych na uprawnieniach ***Edytora***. 2. Na swoim koncie **Google Analytics** wybierz źródło, którego identyfikator chcesz znaleźć. 3. Przejdź do ustawień wybranego źródła danych. 4. W lewym menu kliknij ***Administracja (Admin)***. 5. Znajdź sekcję ***Strumienie danych (Data Streams)***. 6. Wybierz odpowiedni strumień danych. 7. Po wybraniu strumienia danych otworzy się panel szczegółów. ***Identyfikator pomiaru (Measurement ID)*** (np. G-123456789), znajduje się w górnej części ekranu, tuż pod nazwą strumienia danych. 8. Skopiuj identyfikator. 9. Wyślij do nas zgłoszenie implementacji swojego Google Ads do eBilet zawierające: **- Identyfikator pomiaru strumienia danych** (np. G-123456789); **- Informację czy chcesz zbierać na nim sygnały** ze wszystkich swoich wydarzeń, czy tylko z jednego; **- Adres URL wydarzenia lub wystawienia**, na który będziesz kierować ruch ze swoich działań na eBilet (z opcją webshop lub bez).
Google Ads	**AddToCart** - dodanie biletów do koszyka **Purchase** - zakup biletów (thank you page)	**Google Ads** to narzędzie, które pozwala na sprawdzenie, jak dobrze działają Twoje reklamy. **Dzięki niemu wiesz, które kampanie i słowa kluczowe przynoszą najlepsze wyniki, co ułatwia efektywne zarządzanie budżetem.** Zintegrowane z Google Analytics, daje pełniejszy obraz wyników.	1. Na swoim koncie **Google Ads** przejdź do ustawień konwersji. 2. W sekcji ***Pomiar (Measurement)*** wybierz ***Konwersje (Conversions)***. 3. Znajdź na liście akcję konwersji o nazwie ***Zakup*** lub inną odpowiadającą temu zdarzeniu. 4. W szczegółach wybranej akcji konwersji znajdziesz: **- Identyfikator Tagu Google** (np. AW-111111111); **- Etykietę konwersji** przypisaną do konkretnej akcji konwersji (np. aBcDeFgHiOt1Zk3L4mSN). 5. **Skopiuj *Identyfikator Tagu Google* i *Etykietę konwersji* dla *Zakupu*.** 6. Ponów działanie z konwersją **Dodanie do koszyka** lub inną odpowiadającą temu zdarzeniu. 7. Skopiuj ***Identyfikator Tagu Google*** i ***Etykietę konwersji*** dla ***Dodanie do koszyka*** (np. AW-111111111/aBcDeFgHiOt1Zk3L4mSN). 8. Wyślij do nas zgłoszenie implementacji swoich Google Ads do eBilet zawierające: **- Identyfikator Tagu Google** (np. AW-111111111); **- Identyfikator i etykieta konwersji dla zakupu** (np. AW-111111111/aBcDeFgHiOt1Zk3L4mSN); **- Identyfikator i etykieta konwersji dla zdarzenia dodanie do koszyka** (np. AW-111111111/aBcDeFgHiOt1Zk3L4mSN); **- Adres URL wydarzenia lub wystawienia**, na który będziesz kierować ruch na eBilet (z opcją webshop lub bez).



Pamiętaj, że ruch generowany przez Twoje działania marketingowe może być kierowany do serwisu eBilet na trzy sposoby i tylko dzięki odpowiedniemu linkowaniu.

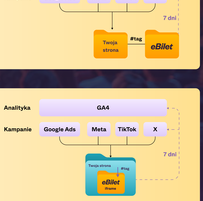
Bezpośrednio na eBilet

Możesz kierować użytkowników ze swoich działań promocyjnych (np. z newsletterów, reklam czy postów w mediach społecznościowych) bezpośrednio na stronę eBilet. Wystarczy użyć linków przygotowanych przez eBilet, które prowadzą prosto do konkretnego wydarzenia.



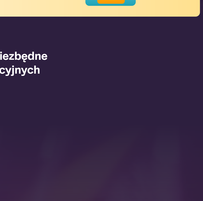
Przez Twoją stronę wydarzenia

Twoje kampanie marketingowe w pierwszej kolejności kierują Użytkowników na Twoją stronę, gdzie mogą oni dowiedzieć się więcej o wydarzeniu, a następnie klikając w link (np. przycisk "Kup bilety"), przenoszeni są na eBilet w celu zakupu.
Wszystkie takie linki muszą być odpowiednio oznaczone (otagowane) przez eBilet.



Zakup przez iframe

Dzięki iframe eBilet użytkownicy kupują bilety bez opuszczania Twojej strony. W tym przypadku cały iframe musi być oznaczony (otagowany) według naszych wskazówek.



W każdym przypadku poprawne tagowanie jest niezbędne do właściwego śledzenia wyników działań promocyjnych w Twoich panelach administracyjnych.

Wybrałeś narzędzie? Super!

Prześlij nam wymagane informacje potrzebne do włączenia wybranego narzędzia (patrz tabela). W odpowiedzi otrzymasz od nas dedykowane linki do umieszczania w swoich kampaniach reklamowych.

Jeżeli chcesz dowiedzieć się więcej na temat konkretnego narzędzia śledzenia ruchu, w tym jak go uruchomić i skonfigurować, zachęcamy do odwiedzenia poniższych linków:

Facebook Pixel | Facebook API | TikTok Pixel | Google Analytics 4 | Google Ads