

cityads

Руководство по работе
для рекламодателя.
Игры

Оглавление

1 Система Cityads

1.1	Схема работы интернет-проекта	6
1.2	Описание имеющихся систем трекинга	8
1.2.1	Возвращение пользователя	8
1.2.2	Контроль трафика через utm_source и air.....	9
1.2.3	Способы передачи данных: пиксель, postback и XML.....	9
1.3	Описание Tactical Performance Marketing	10
1.4	Промо-материалы	11
1.4.1	Материалы, которые следует предоставить.....	11
1.4.2	Лэндинг	12

2 Техническая информация

2.1	Допустимые параметры	14
2.2	Параметры в ссылке.....	15
2.2.1	AIP	15
2.2.2	Utm_source	15
2.2.3	Click_id	15
2.3	Cookies	15
2.3.1	Подробности о cookie.....	15
2.3.2	Пример кода cookie	16
2.3.3	Проверка установки cookie	16
2.4	Пиксель	17
2.4.1	Как и куда устанавливается пиксель	17
2.4.2	Код пикселя	17
2.4.3	Пример установки пикселя.....	18
2.4.4	Проверка установки пикселя	18
2.5	Postback	19
2.5.1	Расположение postback.....	19
2.5.2	Настройка postback.....	19
2.5.3	Пример установки postback	19
2.5.4	Проверка postback, коды ответа	20
2.5.4.1	Успешное обращение к сервису.....	20
2.5.4.2	Ошибки при работе с сервисом.....	20

2.6 XML	21
2.6.1 Доступ к отчетности	21
2.6.1.1 Простой пароль.....	21
2.6.1.2 Динамический ключ доступа.....	22
2.6.2 Формат запроса.....	22
2.6.3 Формат ответа	23
2.6.4 Тонкости при настройке XML-отчета	23
2.6.4.1 Даты	23
2.6.4.2 Click_id	23
2.6.5 Проверка настройки XML-отчета.....	23
2.6.5.1 Коды ошибок	23
2.6.5.2 Пример корректного ответа.....	24
2.6.5.3 Пример некорректного ответа.....	24
2.7 Tactical Performance Marketing	25

3 Работа с личным кабинетом и статистикой

3.1 Личный кабинет рекламодателя в системе Cityads	29
3.1.1 Доступ в личный кабинет	29
3.1.2 Обзор личного кабинета рекламодателя.....	29
3.1.3 Сверка по ID пользователя.....	30
3.2 Возможные варианты иного отслеживания	30
3.2.1 Яндекс метрика	31
3.2.2 Google Analytics	32
3.2.3 По своей системе	32

4 Наиболее распространенные вопросы

4.1 Кабинет	34
4.2 Интеграция	34
4.3 Промо	34
4.4 Трафик	35
4.5 Сверка	35

1 Система Cityads



Система Cityads — это партнерская система с оплатой за внутриигровое событие. Cityads работает по моделям CPL, CPA.

«Партнерская система» или «система партнерского маркетинга» — это технологическая платформа, объединяющая рекламодателей и вебмастеров. Вебмастером или партнером называется любой человек или компания, которые могут размещать рекламу онлайн.

Общая схема работы выглядит следующим образом: у рекламодателя есть Интернет-проект, который нуждается в привлечении пользователей (Трафик). Он обращается в Cityads, мы помогаем создать в системе CityAds его рекламную кампанию — оффер. Вебмастера начинают рекламировать новый оффер, размещая промо-материалы в сети Интернет. Клиенты переходят по заинтересовавшему их баннеру или ссылке и могут зарегистрироваться в Интернет-проекте, если сочтут его для себя приемлемым и интересным. Рекламодатель сообщает нам о состоявшейся регистрации или другом целевом действии и выплачивает заранее оговоренное вознаграждение, часть из которого уходит вебмастерам, а часть остается Cityads в качестве комиссии. Передача данных о совершенных действиях происходит автоматически.

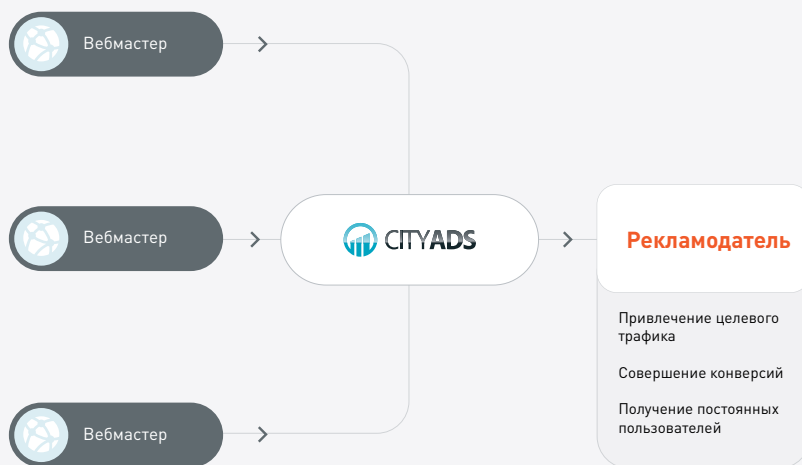


CPL — Cost Per Lead, оплата за лид. Рекламодатель платит за регистрацию в проекте, либо за подтверждение регистрационных данных.



CPA — Cost Per Action, оплата за действие. Какое именно результативное действие будет оплачиваться, решает рекламодатель.

Трафик — поток потенциальных клиентов, заинтересовавшихся рекламным предложением.



1.1 Схема работы онлайн-игры



Потенциальный игрок переходит по рекламной ссылке, проявляет интерес, регистрируется в проекте, достигает определенного уровня, совершает оплату. Любой из этих этапов можно отследить при помощи статистики Cityads.

После успешного запуска рекламной кампании вебмастера, заинтересовавшиеся данным оффером, размещают рекламные материалы и ссылки в сети Интернет.

Пользователи сети Интернет, заинтересовавшиеся рекламным предложением, переходят на сайт рекламодателя и становятся потенциальными клиентами. В момент перехода пользователя на сайт система Cityads засчитывает посещение (хит) и определяет его уникальность (уник), а также передает в ссылке рекламодателю заранее оговоренные параметры (например, id источника трафика). В кабинете рекламодателя и в личном кабинете вебмастера отображаются хит и уникальность.

Пользователь регистрируется в игре. С этого момента идентификация возвращающегося пользователя должна производиться при помощи базы данных проекта.

Успешно оформленная регистрация является первичным действием (CPL). Срабатывает инструмент трекинга Cityads, в кабинете рекламодателя и в личном кабинете вебмастера отображается лид (CPL).

Пользователь устанавливает игру, выполняет первый вход, получает уровень, данные в системе рекламодателя изменяются. В зависимости от использованных при интеграции инструментов данные в системе Cityads меняются соответственно в режиме онлайн или раз в сутки.

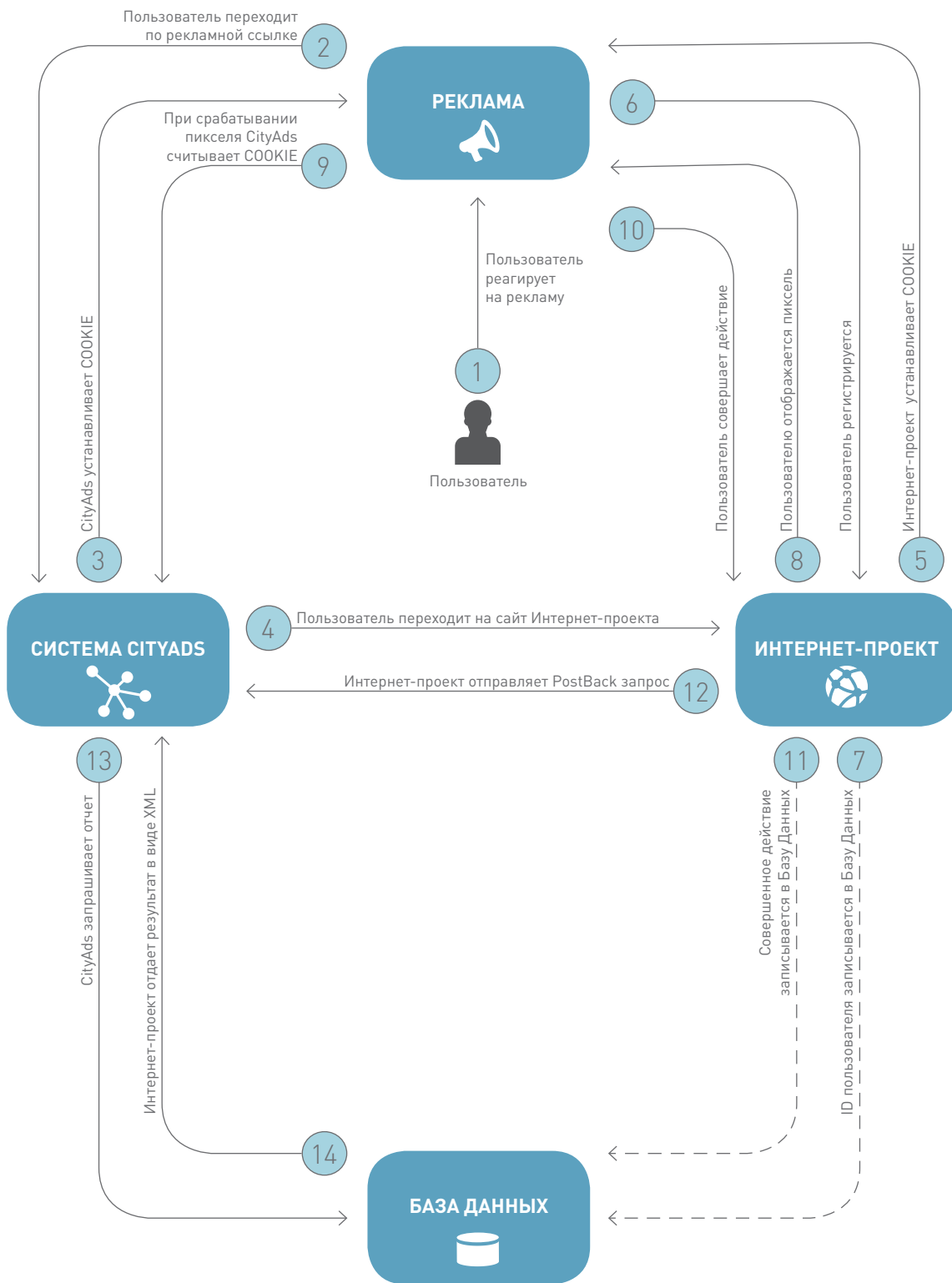
Если по условиям рекламной кампании целевым действием (CPA) считается один из полученных уровней, количество авторизаций в игре или внесение оплаты, то в тот момент, когда система Cityads получает о нем информацию, автоматически происходит списание вознаграждения со счета рекламодателя и начисляется вознаграждение Вебмастерам.



Лид (CPL) — факт совершения пользователем первичного действия, обычно регистрации.



Целевое действие (CPA) — действие, за которое по договоренности между рекламодателем и Cityads осуществляется оплата.



1.2 Описание имеющихся систем трекинга



Системы трекинга Cityads позволяют определить не только количество лидов и целевых действий, но и выявить возвращающихся пользователей и отфильтровать трафик по источникам.

1.2.1 Возвращение пользователя



Часто получается так, что пользователь сайта рекламодателя возвращается позднее (в новой сессии браузера). Если пользователь только тогда генерирует лид, время между кликом на рекламу и продажей называется «временем возврата». В зависимости от установленного срока cookie возможно проследить источник трафика некоторое время спустя.

Отслеживание возвращения пользователя относится к трекингу по времени возврата и позволяет отнести целевые действия, сгенерированные в течение срока жизни cookie, к соответствующим вебмастерам и, соответственно, оплатить их услуги, даже если операция завершается дни или недели спустя после первоначального клика на рекламу



Cookie — это фрагмент текстовой информации, сохраняемый в браузере пользователя определенное время после посещения записавшего его ресурса.



Важно помнить, что если у вас несколько источников трафика, то значения меток в cookies пользователя должны перезаписываться при каждом переходе с нового источника. Это принцип Last Wins (побеждает последний). Таким образом, можно избежать двойного начисления вознаграждения различным источникам трафика, если пользователь до регистрации переходил на сайт от нескольких источников трафика.

Внутренние баннеры на сайте рекламодателя не считаются источником трафика, и при переходе по ним метку в cookie перезаписывать не нужно.

1.2.2 Контроль трафика через utm_source и air



С помощью параметров, передаваемых при переходе пользователя на точку входа, можно контролировать качество трафика.

Параметр `utm_source`, обязательный в нашей системе, позволяет отделять пользователей, пришедших через систему Cityads от пользователей, пришедших из других источников трафика.

Параметр `air` позволяет определить, от кого из вебмастеров пришел каждый пользователь.

Сбор статистики по этим двум параметрам позволяет проводить сверку данных и контролировать качество трафика. Кроме того, имея точные данные о качестве трафика вебмастеров, можно работать над повышением их интереса к рекламной кампании.

1.2.3 Способы передачи данных: пиксель, postback и XML



В системе Cityads существует три основных инструмента передачи данных о совершенных пользователями действиях. Их можно использовать вместе или по отдельности (использование одного пикселя не рекомендуется).

	Пиксель	Postback	XML
Для учета CPL	+	+	+
Для учета CPA	-	+	+
Принцип работы	Отображение картинки на странице успешного первичного действия	Запрос от сервера рекламодателя к серверу Cityads после каждого успешного действия	Запрос от сервера Cityads к серверу рекламодателя, в ответ ожидается отчет по событиям за запрошенный период
Вероятность потери или неполной передачи данных	От 2 до 20% данных теряются	Возможна потеря данных, если не реализована повторная отправка при ошибке	Нет
Восстановление данных при использовании одного инструмента	Невозможно	Возможно, достаточно повторной отправки запросов, если рекламодатель ведет их учет	Возможно, достаточно восстановить доступ к данным за нужные периоды
Время срабатывания	При совершении первичного действия (CPL)	Опционально, желательно — при совершении целевого действия	Раз в установленный период (обычно раз в сутки)

Пример применения разных способов передачи данных при их полной интеграции в интернет-проект, при условии работы за оформленную регистрацию и полученный уровень.

Пиксель срабатывает в тот момент, когда заинтересованный пользователь завершает регистрацию. Одновременно с ним передаётся Postback. В системе Cityads отмечается совершение первичного действия – CPL.

Пользователь совершает первый вход, получает уровень, рекламодатель получает данные и изменяет статус в базе данных интернет-проекта. В тот же день в XML-отчёте в Cityads приходит информация о новом уровне пользователя.

На следующий день пользователь получает необходимый уровень, вносит оплату, вносится соответствующее изменение уровня в базу данных игры. Теперь в XML-отчёте в Cityads приходит, к примеру, уровень пользователя «5». Это целевое действие, в системе Cityads отмечается CPA.



Передача данных

Пиксель	Postback	XML
Своевременно, но не точно.	Обычно своевременно, довольно точно.	С задержкой, но точно.

1.3 Описание Tactical Performance Marketing



Tactical Performance Marketing – инструмент, который значительно увеличивает эффективность рекламы в интернете. Пользователи возвращаются на сайт, чтобы все-таки зарегистрироваться.

Согласно средневзвешенным показателям, средняя конверсия из посещения в эффективное действие на различных сайтах во время первого визита составляет от 2 % до 5%, остальная аудитория отсекается.

Но среди 95% аудитории, которая ушла с сайта после первого посещения, есть немало тех, кто совершит эффективное действие после нескольких контактов с данным брендом.

Tactical Performance Marketing по-зволяет отследить эти 95% пользователей и обеспечить им повторный показ баннера до совершения пользователями эффективного действия.

Ниже описана технология работы Tactical Performance Marketing.

На разных страницах сайта рекламодателя устанавливается программный код, который маркирует пользователя специальной cookie (не путать с трекинг-cookie возвращающегося пользователя).

В дальнейшем, благодаря этой маркировке, система Cityads собирает информацию о том, на каких страницах сайтов, с установленным кодом Tactical Performance Marketing, был пользователь.



Основные задачи Tactical Performance Marketing:

- повышение эффективности рекламных кампаний;
- привлечение наиболее заинтересованной аудитории;
- увеличение эффективности рекламных объявлений;
- оптимизация стоимости рекламных показов.

Таким образом, на сторонних сайтах, система моментально (менее 50 миллисекунд) анализирует наиболее эффективное рекламное объявление (баннер) для показа данному пользователю

1.4 Промо-материалы



Промо-материалы предоставляются рекламодателем либо подготавливаются Cityads по согласованию с рекламодателем. Качество промо-материалов непосредственно влияет на успех рекламной кампании.

1.4.1 Материалы, которые следует предоставить

Обязательные материалы:

- Логотип на прозрачном фоне в формате .png размером не менее 1000 px по большей стороне или в векторе в формате .ai.
- Кодировки корпоративных цветов.

Дополнительные материалы:

- Flash-баннеры указанных размеров, соответствующие техническим требованиям Cityads, в формате .swf, с заглушками.
- Исходники flash-баннеров в формате .fla при необходимости сделать баннеры других размеров.
- Шрифты, используемые в промо-баннерах.
- Коды купонов и промо-акций (требуют регулярного обновления).
- Арты (при наличии).
- Brand Book (при наличии).

В системе CityAds существуют следующие допустимые размеры баннеров:

- Прямоугольник: 120x240, 240x400, 300x250
- Горизонтальный: 120x60, 234x60, 468x60, 600x90, 728x90, 990x90
- Квадрат: 200x200, 250x250
- Небоскреб: 120x600, 160x600



При необходимости запросите у менеджера Cityads инструкцию по промо-материалам и архив с работающими шаблонами баннеров AS2 и библиотекой swfObject!



Размеры: 240x400, 300x250, 468x60, 728x90, 160x600 являются обязательными!

1.4.2 Лэндинг



Лэндинг или точка входа — это та страница, на которую попадает пользователь, перешедший по рекламной ссылке. Первое впечатление пользователя о сайте влияет на его дальнейшее поведение.

Для разных баннеров, разных рекламных предложений можно настроить несколько точек входа. Если одновременно рекламируются разные страницы стоит сразу подготовить несколько лэндингов.

Ниже приведено несколько советов для создания хорошего лэндинга.

Кнопка «Зарегистрироваться» должна быть заметной. Следует исключить все отвлекающие от совершения регистрации пользователя

Пользователь должен сразу понимать, что попал на страницу с нужным ему продуктом. Следует указать краткую информацию о игре, добавить подходящее изображение.

Скидки, подарки и бесплатные игровые вещи увеличивают процент оформленных регистраций — при условии, что действие этих предложений очевидно для покупателя сразу после перехода на сайт.

Конверсию в регистрацию увеличивает возможность создания персонажа до заполнения формы регистрации.

Если это клиентская игра – конверсию во вход в игру может увеличить автоматическая загрузка клиента, пока пользователь заполняет форму регистрации.



Самая высокая конверсия переходов на сайт в целевое действие — если переход совершается на страницу регистрации.

Зарегистрироваться ►

2 Техническая информация

Информация в данном разделе предназначена для технических специалистов рекламодателя.

2.1 Допустимые параметры

При использовании различных методов трекинга рекламодатель и система Cityads обмениваются информацией о совершенных пользователями действиях, статусах заказов и так далее. В таблице, приведенной ниже, перечислены все желательные при различных способах подключения и допустимые для передачи параметры.



Если вы не уверены, вы можете уточнить у менеджера Cityads, какие методы подключения должны использоваться в вашей рекламной кампании.

Параметр	Расшифровка	Тип переменной	Комментарии	Обязательно (*) для:		
				Пиксель	Postback	XML
order_id	Id пользователя в базе данных рекламодателя	string	Идентификатор привлеченного пользователя	*	*	*
partner_id	Идентификатор кампании в Cityads	integer	Системный параметр CityAds	*		
click_id	ID клика	string	Max 64 символа	*	*	*
dl	Факт загрузки клиента	integer	Факт загрузки клиента игры, в случае успешной загрузки принимает значение, равное 1.			
first_login	Дата первого входа	integer	Дата первичной аутентификации, формат UNIX timestamp, секунды. Например: 1330285691			
eff_reg	Факт эффективной регистрации	integer	Эффективная регистрация, в случае успеха принимает значение, равно 1. Например: вход в игру и создание персонажа является эффективной регистрацией.			
level	Уровень	integer	Переход на новый уровень, в случае успеха принимает значение, равно i + 1, где i текущее значение уровня.			
auth_count	Количество авторизаций	integer	Общее количество аутентификаций привлеченного клиента в игре с момента регистрации.			
time_game	Длина сессии	integer	Продолжительность последней игровой сессии в секундах. Например: 600.			
last_login	Дата последнего входа	integer	Дата последней аутентификации, формат UNIX timestamp, секунды.			
price	Платеж	integer	суммарная величина платежей за сутки. Например: 100.			
currency	Валюта	enum { RUR, USD, EUR, RUR100, USD100, EUR100}	валюта RUR – Российский рубль; USD – Доллар США; EUR – Евро; Если необходимо передать копейки или центы, элемент <currency> принимает значение: RUR100, USD100, EUR100, а в элементе <price> передается целое число копеек или центов. Например, был совершен платеж на 250 руб., то price=250, currency=RUR; платеж \$5.74, то price=574, currency=USD100.			
date	Дата	integer	Дата последнего совершенного события за сутки, формат UNIX timestamp, секунды.			*

2.2 Параметры в ссылке



Для определения источников трафика Cityads передает на точку входа четыре обязательных параметра. По умолчанию их нужно сохранять, привязывая к идентификатору заказа.

В ссылке на точку входа Cityads обязательно передает четыре описанных ниже параметра. Их названия могут быть изменены в соответствии с пожеланиями рекламодателя.



Вы можете запросить добавление в ссылку любых необходимых вам параметров.

2.2.1 AIP

Id вебмастера в системе Cityads, не подлежит возврату, передается только для использования рекламодателем.

Формат: цифры и/или латинские буквы в верхнем и/или нижнем регистрах.

2.2.2 Utm_source

Параметр, обозначающий, что пользователь пришел через систему Cityads.

Формат и значение задается рекламодателем, по умолчанию `utm_source=ca`.

2.2.3 Click_id

Id перехода в системе Cityads, позволяющий определить принадлежность лида к рекламной кампании и вебмастеру. Обязательно для возвращения. Формат: цифры и/или латинские буквы в верхнем и/или нижнем регистрах.

2.3 Cookies



Cookie служит для того, чтобы идентифицировать данный переход пользователя на сайт как инициированный системой Cityads.

2.3.1 Подробности о cookie

При переходе пользователя на сайт, рекламодатель должен ставить в браузер пользователя cookie, указывающий источник трафика (систему, благодаря которой был совершен переход на сайт). В случае если у рекламодателя есть несколько разных источников трафика, в cookie прописывается последний источник, с которого был совершен переход.

Срок жизни cookie устанавливается в соответствии с договором.

2.3.2 Пример кода cookie

Cookie следует устанавливать в браузер пользователя сразу после его перехода на сайт. Для этого код cookie устанавливается на все точки входа.

Для удобства ниже приведен пример кода, при помощи которого cookie устанавливается в браузер пользователя, и в cookie записываются необходимые параметры. Срок

жизни cookie в данном примере — 30 суток, используется параметр в ссылке `utm_source=ca`.



Если вы нуждаетесь в помощи для установки и настройки cookie, наши специалисты технической интеграции могут вам помочь.

```
<?php
$isCityads = (isset($_GET['utm_source']) && ($_GET['utm_source'] == 'cityads'));
$isClick_Id = (isset($_GET['click_id']) && !empty($_GET['click_id']));

if ($isCityads && $isPrx && $isClick_Id) {
    setcookie('utm_source', $_GET['utm_source'], strtotime('+30 days'));
    setcookie('click_id', $_GET['click_id'], strtotime('+30 days'));
}
?>
```

2.3.3 Проверка установки cookie

Для того чтобы проверить корректность установки cookie самостоятельно, можно воспользоваться средствами разработчика в браузерах. Ниже приведен пример проверки cookie через панель разработчика в Google Chrome.

Следует перейти на лэндинг по ссылке с параметрами Cityads.

При помощи клавиши F12 открывается панель разработчика, в ней нужно перейти во вкладку Resources → Cookies и развернуть список.

После этого нужно найти заданный параметр (в данном случае `utm_source`) и проверить его значение (на примере — `ca`).

The image shows a registration form on the right with fields for 'E-MAIL' and 'ПАРОЛЬ' (Password), and a 'РЕГИСТРАЦИЯ' (Registration) button. The background features a sci-fi scene with characters. Below the form, the browser's developer tools are open to the 'Resources' tab, showing a list of cookies:

Name	Value	Path	Expires / Max-Age
ca_data_aip	1r7N	/	Fri, 04 Apr 2014 07:53:54 GMT
ca_data_click_id	1y7Z1DQ3qoZ73e8	/	Fri, 04 Apr 2014 07:53:54 GMT
PHPSESSID	b2q8g9uvit7piko05tm2b6752	/	Session
utm_source	ca	/	Fri, 04 Apr 2014 07:53:54 GMT
WarsideComeFrom	cityadspix.com	/	Session
WarsideLang	ru	/	Session
_ym_visitor_201286128	w	/	Wed, 02 Apr 2014 08:23:55 GMT

2.4 Пиксель



Пиксель — это прозрачное изображение размером 1x1 px. При загрузке пикселя происходит обращение к серверу системы Cityads, сообщающее об успешном выполнении действия на сайте рекламодателя.

2.4.1 Как и куда устанавливается пиксель

Для установки пикселя достаточно скопировать его код и вставить на нужную страницу сайта. Пиксель устанавливается на странице успешного действия, причем эта страница должна формироваться динамически (во избежание накруток через обновление страницы). Обычно страницей успешного действия считается страница «Спасибо за регистрацию!», которую видит пользователь сразу после регистрации.

Также важно показывать пиксель Cityads только пользователям, пришедшим на сайт благодаря Cityads, что может быть определено по источнику трафика, прописанному в установленном у них cookie.



Осторожно! Установка пикселя не на той странице приведет к неверному учету статистики!

2.4.2 Код пикселя

Код пикселя индивидуален в каждом конкретном случае. Очень важно не изменять его при установке, не перепутывать коды пикселей, если у вас их несколько. Нельзя изменять значения высоты и ширины пикселя, ведь при попытке скрыть изображение, пиксель просто не сработает.

Код пикселя выдается менеджером Cityads.

Код, приведенный ниже — это пример, который не следует устанавливать на сайт.

```
<script type="text/javascript" async="async" src="https://cityadspix.com/track/{order_id}/ct/{target_name} /c/{partner_id}?click_id={click_id}&md=2"></script>
<noscript></noscript>
```

Основные параметры

Название параметра	Расшифровка
order_id	Уникальный id регистрации
target_name	Наименование цели
partner_id	Id рекламной кампании в системе CityADS
click_id	Уникальный id клика (берется из ссылки, с которой пользователь приходит на лэндинг)

2.4.3 Пример установки пикселя

Ниже приведен пример отрывка кода страницы успешной регистрации.

```
<script type=»text/javascript» async=»async» src=»https://cityadspix.com/track/123/ct/q1/c/123456?click_id=a1B2cde3456Ef&md=2»></script>  
  
<noscript><img src=»https://cityadspix.com/track/123/ct/q1/c/123456?click_id=a1B2cde3456Ef» width=»1» height=»1»></noscript>
```

2.4.4 Проверка установки пикселя



Для того чтобы проверить правильность установки пикселя, можно снова обратиться к средствам разработчика в популярных браузерах.

Так как пиксель Cityads должен показываться только пользователям, перешедшим на сайт от Cityads, используйте для теста ссылку с соответствующими параметрами.

Пройдите путь игрока, вплоть до совершения целевого действия (регистрация, первый вход в игру). Убедитесь, что пиксель не сработал на предыдущих страницах.

Убедитесь, что пиксель сработал на странице успешного целевого действия (подтверждения регистрации) и что id регистрации в пикселе соответствует id регистрации в базе данных игры.

Увидеть код сработавшего пикселя можно, например, в консоли разработчика в Google Chrome. Для этого необходимо открыть в консоли вкладку «Network» и раздел «Images».



2.5 Postback



Postback служит для сообщения серверу Cityads о любых действиях пользователя, включая отложенные, такие как повышение уровня в игре.

2.5.1 Расположение postback

Postback может устанавливаться в любом месте, в зависимости от выбранной схемы интеграции. Настройка должна быть произведена таким образом, чтобы postback-запрос отправлялся только в случае совершения целевого действия пользователем.

2.5.2 Настройка postback

Запрос осуществляется при помощи метода GET, обратившегося по заранее обозначенному Cityads адресу, с заранее сообщенным рекламодателем IP-адресом.

Отправка запроса идет на URL

<http://cityads.ru/service/postback>

с добавлением обязательных параметров и параметра, оговоренного со специалистами технической интеграции Cityads в соответствии со схемой интеграции.

Например, полная ссылка для отправки запроса может выглядеть таким образом:

```
http://cityads.ru/service/postback/?order_id=10000&prx=90689&click_id=abc123
```

2.5.3 Пример установки postback

```
<?php
$url = "https://cityads.ru/service/postback?order_id={$order_id}&prx={$prx}&click_
id={$click_id}";
$ch = curl_init();
curl_setopt( $ch, CURLOPT_URL, $url );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_HEADER, false );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_FOLLOWLOCATION, false );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_RETURNTRANSFER, true );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_SSL_VERIFYPEER, false );
curl_setopt( $ch, CURLOPT_SSL_VERIFYHOST, false );
$response = curl_exec( $ch );

$xml = new SimpleXMLElement($response);
$code = strval($xml->code);

if ($code == 'OK') {
    // Success
}
else {
    // Failed: Send repeat
    //Рекламодателю следует реализовать функцию повторной отправки запроса
самостоятельно
}
?>
```

Протоколы доступа:

HTTP

HTTPS

2.5.4 Проверка postback, коды ответа

В ответ на postback-запрос сервер Cityads отправляет данные в формате XML. Ниже приведены примеры возвращаемых в XML ответов.

2.5.4.1 Успешное обращение к сервису

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>OK</code>
<message>Successfully</message>
</response>
```

2.5.4.2 Ошибки при работе с сервисом

- Ошибка доступа к сервису

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>ERROR</code>
<message>Access from your ip (8.8.8.8) denied</message>
</response>
```

- Ошибка несуществующего Click_id

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>ERROR</code>
<message>click_id not found</message>
</response>
```

- Ошибка: не передан Click_id

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<response>
<code>ERROR</code>
<message>Incorrect request</message>
</response>
```

Для корректной обработки получаемых ответов необходимо реализовать проверку на успешный прием запроса (code = OK).

Если ответ не был принят, необходимо повторить запрос через 15 минут.

2.6 XML



Самые полные и подробные данные о произошедших транзакциях передаются при помощи XML-отчетов. Обновление этих данных в статистике Cityads происходит раз в сутки.

Посредством протокола HTTP/HTTPS POST XML-запроса система Cityads обращается к системе обмена данными рекламодателя. Запрашиваются данные за определенный промежуток времени (обычно сутки). При этом время на сервер передается в Unix timestamp, то есть, например, 2012-03-23 00:00:00 -> 1332460800, 2012-03-24 00:00:00 -> 1332547200 и так далее.

2.6.1 Доступ к отчетности



Для обеспечения безопасного экспорта XML-отчета от рекламодателя в систему Cityads возможно использовать два типа авторизации: простой пароль и динамический ключ доступа.

2.6.1.1 Простой пароль

Система Cityads при обращении к системе экспорта у рекламодателя передает пароль методом GET, через параметр "pkey".

Рекламодатель самостоятельно выбирает и устанавливает пароль для системы экспорта, после чего сообщает его менеджеру Cityads.

Пример передачи пароля.

<https://www.test.ru/Cityads/export.php?pkey=password>

Где значение параметра "pkey", равное "password", является паролем.

<https://www.test.ru/Cityads/export.php?pkey=password>

Где значение параметра "pkey", равное "password", является паролем.

2.6.1.2 Динамический ключ доступа

Система Cityads при обращении к системе экспорта у рекламодателя передает ключ доступа методом GET, через зашифрованный параметр "skey".

Пример кода на PHP для получения ключа доступа.

```
<?php
// Пароль рекламодателя
$password = "Cityads_password";
// Дата начала выборки, полученная из XML запроса, через метод POST
$date_from = "1333238400";
// Дата окончания выборки, полученная из XML запроса, через метод POST
$date_to = "1333324800";
// Генерирование ключа доступа
$key = md5( $password . $date_from . $date_to );
// Вывод пароля
echo $key; // 16edf85ca39051dd81374f61ed8de25e
?>
```

Пример передачи ключа доступа.

<https://www.test.ru/Cityads/export.php?skey=16edf85ca39051dd81374f61ed8de25e>

Где значение параметра «skey», равное «16edf85ca39051dd81374f61ed8de25e», является ключом доступа, полученным из вышеприведенного примера.

Протоколы доступа:

HTTP

HTTPS

2.6.2 Формат запроса

Ниже приведен пример запроса для получения XML-отчета.

```
POST /Cityads/ HTTP/1.1
Host: www.test-shop.ru
Accept: */*
Content-Length: 150
Content-Type: application/x-www-form-urlencoded
```

```
xml=%3C%3Fxml+version%3D%221.0%22%3F%3E%3Crequest%3E%3Cdate_
from%3E1332460800%3C%2Fdate_from%3E%3Cdate_to%3E1332547200%3C%2Fdate_
to%3E%3C%2Frequest%3E
```

2.6.3 Формат ответа

В ответ на приведенный в предыдущем примере запрос, система Cityads ожидает такой ответ:

```
HTTP/1.1 200 OK
Date: Mon, 02 Apr 2012 08:15:31 GMT
Server: Apache
Expires: Thu, 19 Nov 1981 08:52:00 GMT
Cache-Control: no-store, no-cache, must-revalidate, post-check=0, pre-check=0
Pragma: no-cache
Transfer-Encoding: chunked
Content-Type: text/html; charset=UTF-8
```

```
<?xml version="1.0"?><items><item>
<click_id>abc123</click_id><id>200123</id>
<level>15</level><date>1332460800</date>
</item><item>
<click_id>abv125</click_id><id>200456</id>
<level>1</level><date>1332504000</date>
</item></items>
```

2.6.4 Тонкости при настройке XML-отчета

2.6.4.1 Даты

Поскольку запрос данных идёт с привязкой по дате, то параметр date обязателен и должен обновляться в соответствии с достижением внутриигрового события пользователем.



Ссылка на систему обмена данными определяется и устанавливается рекламодателем..

2.6.4.2 Click id

Click_id – это системный параметр Cityads. От его корректной передачи зависит правильность начисления денежных средств вебмастерам. Ошибки при передаче параметра click_id могут привести к проблемам при сверке и выставлении счетов. Необходимо убедиться в их корректной передаче и при изменениях на стороне рекламодателя или возникновении проблем с передачей этих параметров предупредить Cityads.

2.6.5 Проверка настройки XML-отчета

2.6.5.1 Коды ошибок

В случае возникновения ошибки при формировании отчета проекта, система экспорта (или обмена) отчетностью, сообщает об ошибке в следующем формате:

```
<?xml version="1.0"?>
<error>error code</error>
```

Коды ошибок XML

Код	Описание
401	Ошибка авторизации
500	Запрос не может быть обработан

2.6.5.2 Пример корректного ответа

```
<?xml version="1.0"?>
<items>
<item>
<click_id>abc123</click_id>
<id>539189</id>
<first_login>1333426800</first_login>
<level>1</level>
<date>1333468800</date>
<auth_count>0</auth_count>
<auth_price>1</auth_price>
</item>
<item>
<click_id>abv125</click_id>
<id>11132</id>
<first_login>1333125000</first_login>
<level>32</level>
<auth_count>0</auth_count>
<auth_price>1</auth_price>
<price>8903</price>
<currency>RUR</currency>
<date>1333476000</date>
</item>
</items>
```

2.6.5.3 Пример некорректного ответа

```
<item>
<click_id>abc1.23&&</click_id>
<id>539189</id>
<level>5</level>
<date>1333468800</date>
</item>
<item>
<click_id>abv125</click_id>
<id>11132</id>
<level>3<level>
<date>1333476000</date>
</item>
```

этом примере есть сразу несколько ошибок:

В данном примере присутствуют следующие ошибки:

- ошибка формата (отсутствуют теги <items>)
- неверное значение параметра click_id (Параметр click_id должен состоять из цифр и латинских букв в верхнем и/или нижнем регистрах)
- не закрытый тег (<level>done<level>).

2.7 Tactical Performance Marketing



Коды Tactical Performance Marketing устанавливаются для повышения эффективности рекламной кампании и повторного привлечения пользователей на сайт рекламодателя.

1 – параметры, которые передают нам ID типа страниц, услуги и айди успешно зарегистрированного пользователя. Благодаря этим параметрам мы можем оценивать эффективность точек входа, степень интереса пользователя в проекте, факт совершения эффективного действия. Например, пользователю, перешедшему на точку входа, но не сделавшему следующий шаг, мы предложим перейти на другую точку входа для этого же проекта.

2 – функция, вызывающая асинхронный *js скрипт, который «метит» пользователя cookie файлом, который в дальнейшем помогает его идентифицировать при показе рекламных баннеров.

Коды на разных типах страниц отличаются только параметрами.

Код №1: для установки на лендинги, страницы с формой регистрации или заявки.

На страницы, которые отображают определенный прогресс пользователя к совершению эффективного действия необходимо установить следующий код:

Код №1 устанавливается на страницы регистрации.



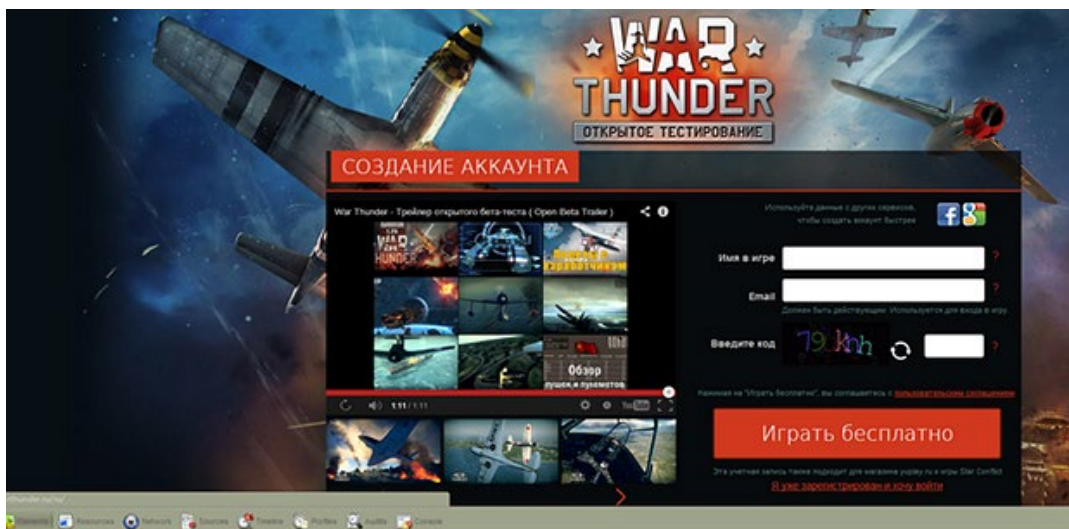
Коды на разных типах страниц отличаются только параметрами.



Наши технические специалисты с радостью помогут вам настроить XML-отчет.

```
<script id="xcntmyAsync" type="text/javascript">
/*<![CDATA[*]
// стр . реги с игре
var xcnt_basket_products = 'XX,YY,ZZ,...'; //номер или айди лендинга в игре.
/*]]>*/
(function(){
var xscr = document.createElement( 'script' );
var xcnr = escape(document.referrer); xscr.async = true;
xscr.src = ( document.location.protocol === 'https:' ? 'https:' : 'http:' )
+ '//x.cnt.my/async/track/?r=' + Math.random();
var x = document.getElementById( 'xcntmyAsync' );
x.parentNode.insertBefore( xscr, x );
})();
</script>
```

Пример страницы с формой регистрации:



Код №2: для установки на страницу успешной регистрации.

На страницу успешной регистрации необходимо установить следующий код:

```
<script id="xcntmyAsync" type="text/javascript">
/**/
// стр. успешной регистрации в игре
var xcnt_order_products = 'XX'; // номер или айди лендинга в игре.
var xcnt_order_id = 'XXXXYY'; // айди пользователя в системе (можно шифровать
значение в MD5)
/*]]&gt;*/
(function(){
var xscr = document.createElement( 'script' );
var xcnt = escape(document.referrer); xscr.async = true;
xscr.src = ( document.location.protocol === 'https:' ? 'https:' : 'http:' )
+ '//x.cnt.my/async/track/?r=' + Math.random();
var x = document.getElementById( 'xcntmyAsync' );
x.parentNode.insertBefore( xscr, x );
})();
&lt;/script&gt;</pre></div><div data-bbox="895 935 942 957" data-label="Page-Footer"><p>26</p></div>
```

Код №3 устанавливается на все остальные страницы.

Если пользователь в процессе прохождения регистрации или совершения покупки перейдет на страницу, на которой не содержится код Tactical Performance Marketing, мы «потеряем» этого пользователя и не сможем верно оценить, совершил ли он какое-либо эффективное действие на сайте рекламодателя. Поэтому на всех остальных страницах сайта должен быть установлен код Tactical Performance Marketing без уточняющих параметров.

```
<script id="xcntmyAsync" type="text/javascript">
/**/
/*]]&gt;*/
(function(){
var xscr = document.createElement( 'script' );
var xcnt = escape(document.referrer); xscr.async = true;
xscr.src = ( document.location.protocol === 'https:' ? 'https:' : 'http:' )
+ '//x.cnt.my/async/track/?r=' + Math.random();
var x = document.getElementById( 'xcntmyAsync' );
x.parentNode.insertBefore( xscr, x );
})();</pre></div><div data-bbox="895 930 942 952" data-label="Page-Footer"><p>27</p></div>
```

3 Работа с личным кабинетом и статистикой

С текущими результатами рекламной кампании можно ознакомиться в разделе Статистика в личном кабинете рекламодателя в системе Cityads.



Существуют и другие системы сбора статистики, однако их данные не могут являться основанием для сверок и выставления счетов.

3.1 Личный кабинет рекламодателя в системе Cityads

3.1.1 Доступ в личный кабинет



В начале сотрудничества с системой Cityads рекламодатель указывает адрес электронной почты, который станет его идентификатором (логином) в Cityads.

После того, как менеджер Cityads создаст учетную запись и подтвердит ее активацию, рекламодателю будет необходимо установить на нее пароль. Для этого нужно перейти по ссылке <https://cityads.ru/?act=lostpass>, указать адрес своей электронной почты в качестве логина и воспользоваться сервисом восстановления пароля.

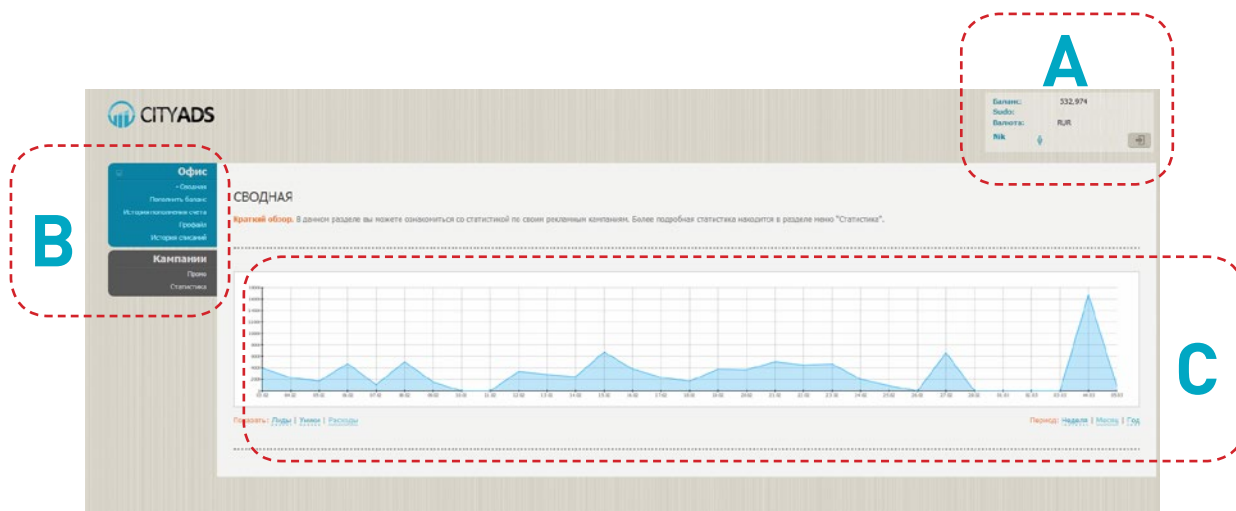
Новый пароль придет на указанный электронный адрес.

3.1.2 Обзор личного кабинета рекламодателя

Личный кабинет рекламодателя делится на три зоны:

- A) в правом верхнем углу можно следить за состоянием своего счета;
- B) слева расположено меню для выбора нужных опций;
- C) в центре расположены сами страницы с данными.

Залогинившись в личный кабинет рекламодателя, вы первым делом попадаете на страницу со сводной статистикой. Это краткий, визуализированный при помощи графика, обзор динамики рекламной кампании.



В разделе меню «Офис» рекламодатель может изменить пароль или контактную информацию, пополнить свой баланс через WebMoney и ознакомиться с финансовой статистикой.

В разделе меню «Кампании» рекламодатель имеет возможность проверить свои загруженные промо-материалы и ознакомиться с данными статистики.

Обращаем ваше внимание, что сезонные баннеры требуют своевременного обновления, баннеры акций и распродаж должны быть переданы менеджеру Cityads не позднее 3-х дней до начала действия для тестирования и размещения.



При замене старого баннера необходимо предоставить новый аналогичный по размерам баннер.

Статистика дает возможность проверять загруженные в систему Cityads данные за произвольные даты, проверять трафик по отдельным вебмастерам.

Рекомендуем обратить особое внимание на показатель EPC – он характеризует доходность рекламного оффера (на тысячу кликов) и, чем он выше, тем привлекательнее данное предложение для вебмастеров.

3.1.3 Сверка по ID пользователя

Для контроля работы системы обмена отчетностью после первого месяца работы оффера проводится сверка по ID заказов. При необходимости ее можно повторять и позднее.

Списки ID заказов и их статусов со стороны системы Cityads выгружает менеджер, ему же необходимо предоставить список ID заказов и их статусов, выгруженный из базы рекламодателя.

После этого менеджер сравнивает списки, в случае наличия расхождений мы ищем причину и либо самостоятельно, либо совместно с рекламодателем устраняем ее.

В случае если данные не передались и их автоматическая передача невозможна, можно запросить ручное добавление данных на основании файла Excel. В этом случае поля order_id, click_id, и date обязательны.

3.2 Возможные варианты иного отслеживания



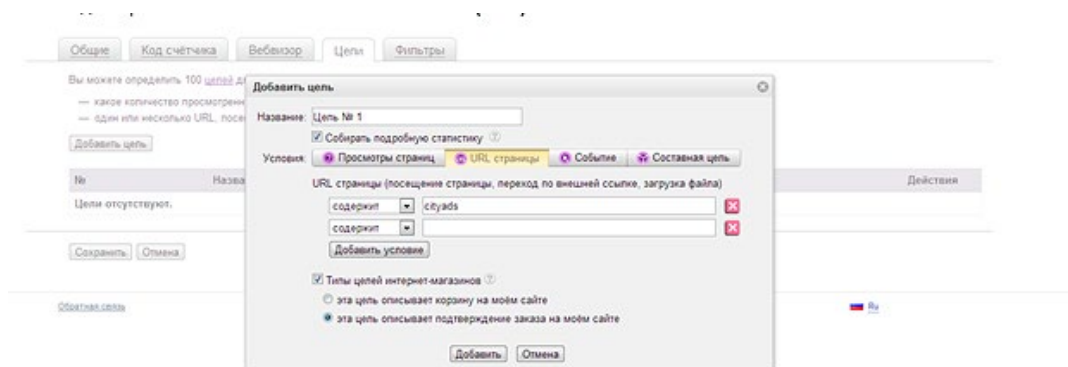
Внимание! Разные системы статистики используют разные инструменты для отслеживания, механику подсчета и аналитики, возможны расхождения данных.

Для использования независимых систем Яндекс.Метрика и Google Analytics необходимо в них зарегистрироваться, сгенерировать коды и установить их на все страницы сайта для корректного отслеживания.

Обе эти системы позволяют отслеживать источники переходов, целевые действия (добавление в корзину, заказ, переход на страницу успешного оформления заказа) и другую информацию. Сотрудники Cityads не дают консультации по использованию сторонних систем статистики, их упоминание в данном руководстве призвано лишь информировать рекламодателя о существовании других систем сбора данных.

3.2.1 Яндекс метрика

Для отслеживания пользователей, перешедших на сайт рекламодателя посредством Cityads, введите значение `utm_source` параметра при создании цели



Полное руководство по использованию сервиса расположено по адресу: <http://help.yandex.ru/metrika/>

3.2.2 Google Analytics

Для отслеживания пользователей, перешедших на сайт рекламодателя через Cityads, введите значение параметра `utm_source` в источники кампании. Так же по желанию вы можете использовать и другие поля настройки для более полного отображения статистики. Напоминаем, что название реферального параметра устанавливает рекламодатель

ic=1032998&ctx=topic

Анализ

Обзор трафика

Об источниках трафика

Отчет "Источники трафика"

Поисковая оптимизация

Соцфункции

Создание персонализированных кампаний

Персонализированные кампании

Компоновщик URL

Рекомендации

Часто возникающие проблемы

Клики/расходы

Компоновщик URL

< Далее: Рекомендации >

Добавление параметров персонализированных кампаний к URL.

Компоновщик URL Google Analytics

Используйте этот инструмент при создании URL для [персонализированных кампаний](#). Заполните форму и нажмите кнопку **Создать URL** ниже.

Шаг 1. Введите URL своего веб-сайта.

URL веб-сайта: * (например, `http://www.urchin.com/download.html`)

Шаг 2. Заполните поля, расположенные ниже. Поля **Источник кампании**, **Канал кампании** и **Название кампании** обязательны для заполнения.

Источник кампании: * (URL перехода: google, citysearch, newsletter4)

Канал кампании: * (маркетинговый канал: cpc – кампания с оплатой за клики, banner – баннер, email – эл. почта)

Ключевое слово кампании: (определяет оплачиваемые ключевые слова)

Содержание кампании: (позволяет различать объявления)

Название кампании: * (товар, промокод или рекламный слоган)

Шаг 3

Полезная информация

Источник кампании (utm_source)	Обязательно. Используйте utm_source для идентификации поисковой системы, электронной рассылки или другого источника. <i>Пример: utm_source=google</i>
Канал кампании (utm_medium)	Обязательно. Используйте utm_medium для идентификации канала, например электронной рассылки или кампаний с оплатой за клики. <i>Пример: utm_medium=cpc</i>
Ключевое слово кампании (utm_term)	Используется для платного поиска. Используйте utm_term , чтобы указать ключевые слова для этого объявления. <i>Пример: utm_term=беловые+кроссовки</i>

Вход в систему Google Analytics расположен по адресу <http://www.google.ru/intl/ru/analytics/>

3.2.3 По своей системе

Любой рекламодатель может отслеживать статистику переходов, заказов и целевых действий по своей собственной системе.

Мы всегда готовы идти навстречу своим клиентам и добавлять нужные им параметры в ссылку перехода по предварительному согласованию со специалистами Cityads.

4 Наиболее распространенные вопросы

4.1 Кабинет

Вопрос: Я не могу войти в кабинет, мне не приходит письмо для восстановления пароля, что делать?

Ответ: Свяжитесь с вашим менеджером, он передаст вам ссылку для восстановления пароля вручную. В исключительных случаях возможна установка пароля и сообщение его рекламодателю, с обязательной последующей сменой им пароля самостоятельно.

4.2 Интеграция

Вопрос: Я не могу поставить пиксель, только postback и XML. Возможна ли интеграция?

Ответ: Да. Использование всех инструментов Cityads желательно, но не обязательно, при качественной настройке даже одного из инструментов трекинга возможна интеграция.

Вопрос: Я могу установить только пиксель. Ни XML, ни postback по техническим причинам мне недоступны в данный момент, но я смогу сделать их через 2 недели. Возможна ли интеграция?

Ответ: Да, если вы сможете настроить сохранение параметра click_id в связке с id заявок пользователей и впоследствии обязуетесь передать их в XML отчете или в файле формата .xls.

Вопрос: Cityads мой единственный партнер и источник трафика, необходимо ли мне принимать параметр utm_source или аналогичные параметры, маркирующие трафик?

Ответ: Желательно, для предотвращения возникновения проблем при сверке и последующей оплате счета.

4.3 Промо

Вопрос: У меня нет баннеров. Могу я заказать их у вас?

Ответ: Да. Мы можем принять и выполнить заказ на любые промо-материалы. Для уточнения информации о сроках и стоимости обратитесь к своему менеджеру.

Вопрос: У меня есть баннеры, но их размеры не подходят для Cityads. Что делать?

Ответ: Если у вас есть исходники баннеров, то вы можете заказать у нас ресайзы нужных размеров.

Вопрос: Я хочу разместить баннеры по акции, я могу быть уверен, что в день окончания акции они отключатся?

Ответ: Да. Наша система обладает параметрами настройки дат начала и конца показа баннеров.

4.4 Трафик

Вопрос: Мне не нравится качество трафика одного из вебмастеров. Можете ли вы что-то с ним сделать?

Ответ: Да, по запросу рекламодателя мы можем ограничить доступ вебмастера к данному офферу.

Вопрос: Мне хочется поощрить вебмастеров с хорошим трафиком. Это возможно?

Ответ: Да, вы можете повесить условия оплаты в индивидуальном порядке для вебмастеров, отвечающих определенному критерию (количество продаж, общая сумма заказов и так далее).

4.5 Сверка

Вопрос: У меня расхождение данных по разным системам статистики, что делать?

Ответ: Так как каждая из систем статистики считает данные при помощи разных алгоритмов, то расхождения естественны. При сверках и выставлении счетов следует руководствоваться статистикой Cityads и вашими собственными данными. При значительных расхождениях в статистике, обратитесь к техническим специалистам Cityads для выявления причины расхождения.

Желаем приятной работы с Cityads!



Cityads Media
Телефон: +7 (495) 540 5167

Адрес: Россия, Москва, 123056
ул. Зоологическая, дом 26, стр. 2