

# Verknüpfte Shoplytics mit vielen weiteren Diensten

- [Microsoft Ads](#)
- [TikTok Ads](#)
- [Pinterest Ads](#)
- [AWIN](#)
- [Microsoft Clarity](#)
- [Meta Ads / Facebook Ads](#)
- [Google Merchant Center](#)

# Microsoft Ads

Um dein Bing Werbekonto mit Shoplytics zu verknüpfen, logge dich bitte in [Shoplytics](#) und auf [Microsoft Ads](#) ein.

## Schritt 1: Tracking-ID in Shoplytics eintragen

Klicke in der Navigation auf "Conversions" --> "UET-Tag" und kopiere die angezeigte Tag-ID. Möglicherweise musst du auf diesem Bildschirm erst einen neuen UET-Tag erstellen, damit du eine ID erhältst.

Die UET-Tag-ID kannst du dann in Shoplytics eintragen unter "Andere Pixel" --> "Microsoft UET-Tag-ID".

**Zusätzlich** trägst du in Shoplytics auch deine "Microsoft Ads Werbekonto ID" ein, die du in Microsoft Ads ganz oben links findest.

## Schritt 2: Conversion-Ziel für Käufe anlegen

1. Klicke in der Navigation von Microsoft Ads auf "Conversions" --> "Conversion goals"
2. Lege ein neues Ziel an und wähle "Business Website" und dann "Manual Setup".
3. Als Kategorie wählst du "purchase" und klickst darunter auf "Event".
4. Jetzt kannst du dem Ziel einen Namen geben z.B. "Verkauf Shoplytics" und die richtige Währung auswählen.
5. Enhanced Conversions kannst du aktivieren und auf weiter klicken
6. Wenn du nach dem UET-Tag gefragt wirst, wählst du aus "Yes the UET-tag was already installed on all website pages..."
7. Im nächsten Schritt klickst du auf "manual installation" und wählst ganz unten aus "Track event on inline action".
8. FERTIG

## Schritt 3: Conversions-API verbinden für serverseitiges Tracking (notwendig für Shopify, **optional bei allen anderen Systemen**)

Klicke in der Navigation von Microsoft Ads auf "Conversions" und suche nach "Conversions-API". Falls du das nicht findest, schreibe den Microsoft Ads Support an, mit der folgenden Vorlage:

Hallo Microsoft Advertising Team,  
wir nutzen Microsoft Ads produktiv und möchten gerne an der Pilotphase der Conversions-API (für  
Bitte gebt uns kurz Bescheid, wenn der Button zum generieren für Zugriffstoken für uns freigesch  
Aktuell können wir in der UI lediglich Developer-Tokens generieren, die in die neuen Conversions  
Vielen Dank und viele Grüße

Sobald deine Microsoft Ads Oberfläche dir den Button zum generieren des Tokens für die  
Conversions-API zeigt, klicke diesen und trage den Token auf [app.shoplytics.de](https://app.shoplytics.de) ein unter "Andere  
Pixel".

Trage im Feld darüber außerdem die Werbekonto-ID ein. (ACHTGUNG: Das ist nicht die ID, die du in  
Microsoft oben links siehst, sondern in der Adresszeile deines Browsers findest du den Parameter  
"cid=" auf den die numerische Werbekonto-ID folgt. Diese muss in Shoplytics eingetragen sein.)

Ab jetzt wird im Browser kein Microsoft Ads Pixel mehr von Shoplytics ausgeführt, sondern der  
Trackingserver von Shoplytics kommuniziert direkt mit dem Microsoft Server, wenn neue Events  
getrackt wurden.

## Schritt 4 (optional): Retargeting Zielgruppen anlegen

**Shoplytics sendet bereits alle notwendigen Daten.** Jetzt musst du in Bing-Ads noch dafür  
sorgen, dass die gesendeten Daten auch zum Retargeting genutzt werden können.

### Dazu erstellst du "Audience" Listen in Bing-Ads.

Im folgenden zeige ich dir das Setup am Beispiel von "view\_item" (Produktseitenaufruf).

Du wiederholst die exakt selbe Vorgehensweise dann für alle relevanten Ecom Events:

- view\_item (Produktseitenaufruf)
- add\_to\_cart (In den Warenkorb gelegt)
- begin\_checkout (Zahlvorgang starten/Zur Kasse)
- purchase (Kauf)

### Anleitung

1. Klicke auf "Tools" und dann auf "Audiences"
2. Gib den Namen ein: z.B: "Shoplytics view\_item (Produktseite aufgerufen)" Wähle  
"Remarketing List" als Option:
3. Wähle den "UET" Tag vom Dropdown Menü (Falls du mehrere hast, muss es der sein, der  
mit Shoplytics verbunden ist.)
4. Und bei "wen willst du zur Liste hinzufügen" wählst du "Custom Events"
5. Im Eingabeformular nimmst du diese Einstellungen vor:

Whom to add to your audience ?

Custom events

Category	equals	Ecom-Funnel
Action	equals	view_item_retarget
Label	equals	shoplytics
Value	equal to	

6. (Die "Action" wirst du für jeden einzelnen Event anpassen - entsprechend dem Event den du gerade einrichtest). "Category" und "Label" bleiben exakt gleich.
7. **Den darunter dargestellten Code kannst du ignorieren** (brauchst du nicht zu kopieren oder zu Mailen -> Shoplytics hat das bereits alles für dich erledigt).
8. Du kannst noch die "Dauer" verändern, wie lange die einzelnen Besucher (nach deren Aktion im Shop) in der Liste verbleiben. Darüber legst du fest: a) wie lange du mit den Besuchern (nach deren Aktion im Shop) über deine Retargeting-Kampagnen Kontakt aufnehmen kannst. b) wie "aktuell" die Aktion für den Besucher ist - und wie relevant demnach deine Anzeigen für den Besucher sein werden. Hier musst du eine goldene Mitte finden zwischen: a) "Ich will so lange ich kann in Zukunft mit dem Besucher Kontakt halten" und b) "der Besucher hat 6 Monate nachdem er ein Produkt gesehen hat sicher weniger Interesse an deinen Anzeigen als wenn der vor 3 Tagen das letzte mal in deinem Shop ein Produkt gesehen hat"

# TikTok Ads

Um Shoplytics mit deinem TikTok Werbekonto zu verknüpfen, logge dich auf TikTok Ads ein und gehe auf Events-Manager --> datasources

1. Kopiere die angezeigte Pixel-ID oder lege einen neuen Pixel an und kopiere dann die ID.
2. Logge dich in [Shoplytics](#) ein und gehe auf [Andere Pixel](#)
3. Hier findest du das Feld "TikTok ID" in dem du die kopierte ID einfügen kannst. (Stelle sicher, dass **kein Leerzeichen** eingefügt wurde!)

## OPTIONAL: TikTok Conversion-API verbinden (serverseitiges Tracking)

Erstelle bitte einen TikTok API-Schlüssel und sende diesen an [data@shoplytics.io](mailto:data@shoplytics.io) damit ein Techniker die API für dich aktivieren kann.

### **Wie erstelle ich einen API-Schlüssel?**

1. Klicke im TikTok Events Manager auf den Pixel und dann auf "settings".
2. Scrolle bis zum Abschnitt "Access Token Generation" und klicke auf den Button, um einen Schlüssel zu generieren.

# Pinterest Ads

Um Shoplytics mit deinem Pinterest Werbekonto zu verknüpfen, logge dich auf

<https://ads.pinterest.com/> ein und navigiere über das Menü zu "Conversions" --> Pinterest-Tag --> Tag-Integrität.

1. Kopiere die angezeigte Nummer des Tags.
2. Logge dich in [Shoplytics](#) ein und gehe auf [andere Pixel](#)
3. Trage unter "Pinterest Pixel ID" die kopierte nummer ein

## Pinterest Conversion-API verbinden (serverseitiges Tracking)

Generiere hierzu bitte einen Zugriffstoken und sende diesen an [data@shoplytics.io](mailto:data@shoplytics.io) damit ein Techniker die API aktivieren kann. **Sende uns in dieser Email bitte auch deine Werbekonto-Nummer.**

### Wie generiere ich ein Zugriffstoken?

1. Gehe dazu in Pinterest auf "Conversions" --> Conversion-API --> API einrichten
2. Klicke auf "neues Token generieren"

# AWIN

Um Shoplytics mit AWIN zu verknüpfen, benötigst du deine **AWIN-Merchant-ID** (Händler-ID).

Sende diese Händler-ID einfach per Email an [support@shoplytics.de](mailto:support@shoplytics.de).

Wir aktivieren die AWIN-Integration innerhalb weniger Tage.

# Microsoft Clarity

Standardmäßig legen wir während der Einrichtung von Shoplytics eine neue Property in Microsoft Clarity an und laden dich zu dieser Property ein.

Das Clarity-Tracking ist also durch Shoplytics **automatisch aktiv**.

**Falls du aber bereits schon vorher Clarity genutzt hast** und deine alte Property weiternutzen möchtest mit dem Tracking von Shoplytics, sende uns einfach deine Property-ID aus Microsoft Clarity an [data@shoplytics.io](mailto:data@shoplytics.io).

Wir verbinden dann diese Property mit Shoplytics.

# Meta Ads / Facebook Ads

## Wichtiger Hinweis:

Wir raten stark dazu, einen neuen Pixel anzulegen und nicht deinen alten Pixel mit Shoplytics zu verbinden. Es kann sonst zu doppelten Events und zu Problem mit dem Algorithmus der Kampagnen kommen.

Wenn du dir sicher bist, dass du deinen alten Pixel nutzen möchtest, kannst du auch einfach die ersten Schritte dieser Anleitung überspringen. Aber mit einem zweiten Pixel kannst du nichts falsch machen.

## Anleitung:

1. Logge dich auf [business.facebook.com](https://business.facebook.com) in deinen Business Manager ein. (Falls du noch kein Unternehmenskonto hast, kannst du auf dieser Seite eines erstellen. Dein Werbekonto und Pixel sind nur "Assets", die in deinem Unternehmenskonto liegen.)
2. Klicke links auf "Alle Tools" --> "Events Manager" und klicke dann auf "Datenquellen"
3. Klicke oben links auf das grüne "+ Daten verknüpfen", um eine neue Datenquelle zu erstellen.
4. Wähle als Typ "Web"
5. Trage als Name die Domain und dahiner "Shoplytics" ein.
6. Im nächsten Schritt bietet Facebook dir Anleitungen zur Implementierung an. Das kannst du ignorieren und schließen.
7. Klicke oben rechts auf Einstellungen
8. Kopiere die "Datensatz-ID"
9. Scrolle nach unten bis "Direkte Integration einrichten" und generiere ein Zugriffstoken ohne "Dataset Quality API"

### Direkte Integration einrichten

Direktintegration ist eine Option mit mehr Anpassungsmöglichkeiten beim Einrichten der Conversions API und des Meta-Pixels. Dafür benötigst du Hilfe von einem Entwickler.

- Mit Dataset Quality API einrichten** Recommended  
Nimm [Dataset Quality API](#) in deine Direktintegration auf, um Kennzahlen wie Event-Übereinstimmungsrate zu erhalten und die Performance einfacher überwachen und optimieren zu können. Wenn du ein Dataset Quality API-Token generierst, sind auch zuvor generierte Tokens berechtigt.
- Ohne Dataset Quality API einrichten**  
Nur mit Direktintegration fortfahren.

Zugriffstoken generieren

10. Sende diese beiden Infos an data@shoplytics.io damit wir die Anbindung aktivieren.
11. Klicke in den Einstellungen des Pixels noch auf "Mit Werbekonto teilen", damit die Zielgruppen funktionieren.

## Freischaltung zur Fehler-Überwachung:

Damit wir prüfen können, ob der Pixel auch korrekt mit Daten versorgt wird, solltest du unbedingt noch den Zugriff zum Pixel und zum Werbekonto für das Shoplytics-Team freischalten.

Gehe dazu einfach in die Unternehmenseinstellungen --> Datensätze --> Partner zuweisen --> Unternehmens-ID 1800068976920756 freischalten.

The screenshot displays the 'Datensätze und Pixel' (Datasets and Pixels) section in the Shoplytics interface. The left sidebar lists various navigation options, with 'Datensätze und Pixel' highlighted. The main content area shows a table of datasets with one entry: 'einfach-erfolgreich (GTM Klickpro-Template)s Pixel', which has no linked data. To the right, a detailed view of this dataset is shown, including its ID (303882207642297) and owner (Klickpro). Below this, it states 'Datensatz empfängt keine Events' (Dataset receives no events) and provides a link to the 'Events Manager'. At the bottom, it indicates '0 partners are assigned to this einfach-erfolgreich (GTM Klickpro-Template)s Pixel dataset' and includes a search bar for partners.

# Google Merchant Center

1. Logge dich im Google Merchant Center ein und stelle sicher, dass oben rechts das richtige Händler-Profil ausgewählt ist.
2. Gehe auf unten links auf Settings --> Access and services
3. Klicke auf den oberen "Add person" Knopf und füge data@shoplytics.io hinzu.
4. Bei den Berechtigungen kannst du die Voreinstellung lassen und absenden.