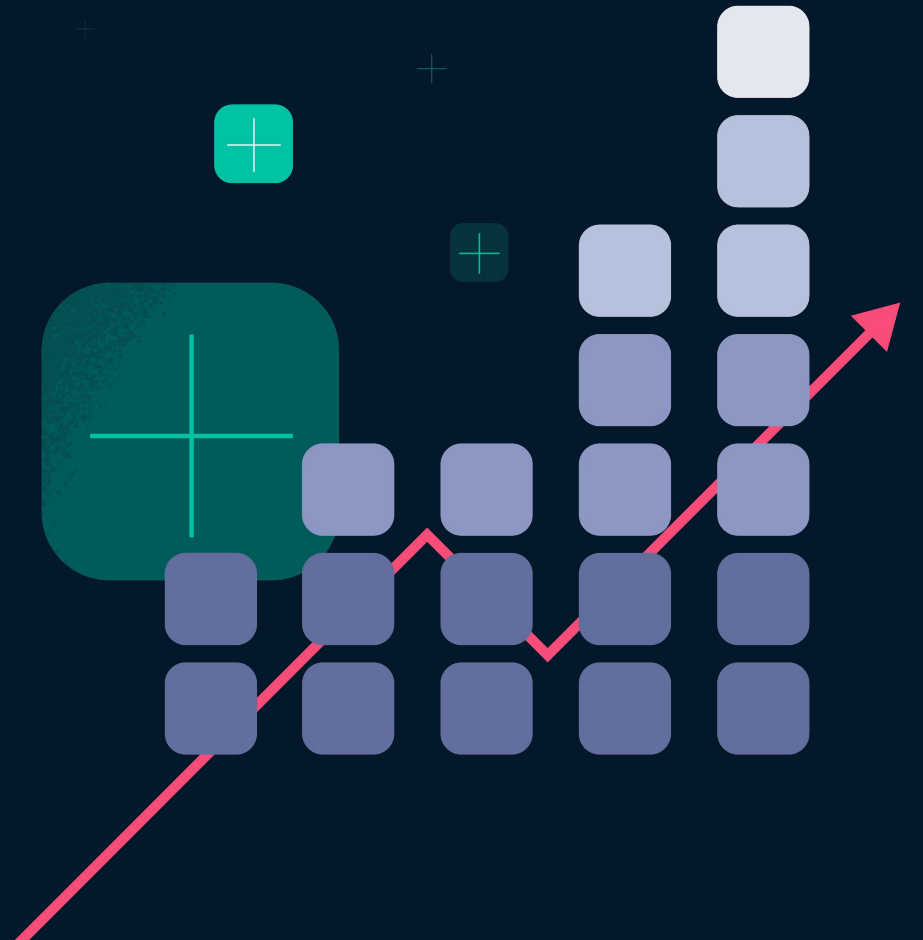


ADJUST

# Web to App Campaign 流程及设置



## 01. What & Why

- 定义&使用情景
- 支持的渠道

## 02. Facebook Web2App设置

- 归因流程讲解
- 全流程设置
- 优化建议
- 常见问题梳理

### 03. Google Web2App设置

- 流程图讲解
- Adjust后台设置
- Google后台设置
- 落地页设置
- 全流程梳理

### 04. TikTok & Kwai Web2App设置

- 流程讲解
- 全流程梳理

### 05. Snap/Pinterest/Bing Ads Web2App设置

- Bing ads
- Snapchat
- Pinterest

# 什么是 Web to App Campaign?



# 为什么使用 Web to App Campaign?



投放素材/内容受限制,需要在网页里展示完整内容



希望获得iOS推广的原始数据,查看长期的用户表现(通常是自归因渠道)



希望在iOS下实现深度链接功能/效果(比如小说、漫画等内容产品)



覆盖更多App Campaign没有触达的用户

# Adjust Web to App

当前Adjust对不同渠道的Web to App支持概览



渠道	链接模版	安装归因	广告消耗*	渠道回传	特征ID
Facebook Web	✓	✓	✓	✓	fbclid/fbpid
Google Web	✓	✓	✓		gclid/gbraid/ wbraid
Tiktok Web	✓	✓	✓	✓	ttclid
Snap/Pinterest/Bing Ads Web	✓	✓	Snap支持		msclkid for Bing
其他		✓	视渠道		

\*web2app广告消耗功能需额外开通, 具体请联系负责您账户Adjust商务沟通

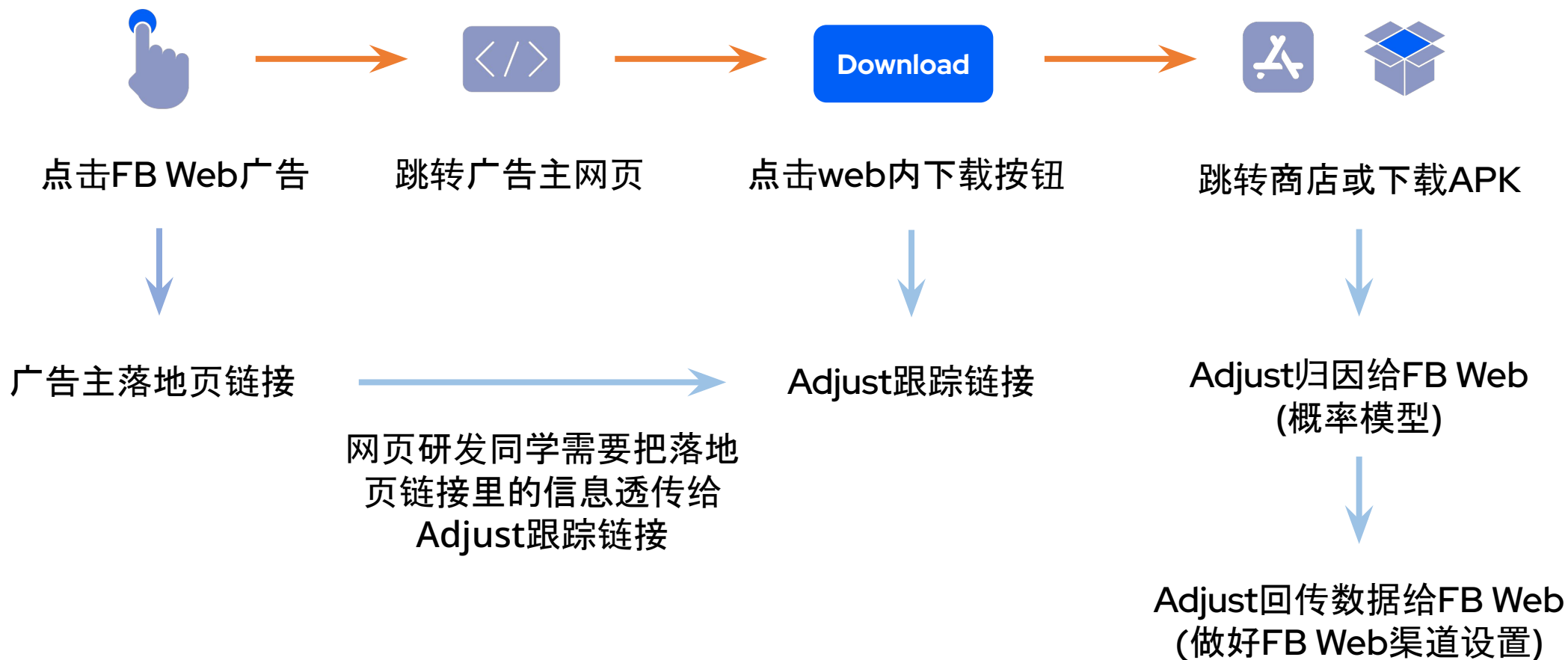
# Web2App 解决方案: Adjust VS Other MMP

	Adjust	Other MMP
广告花费:成本&营收一站式获取	✓	✗
链接模版:渠道集成丰富, 高效配置	✓	✗
数据回传:完整的数据回传链路, 轻松对接	✓	✗
进阶参数:合作伙伴参数灵活匹配提高匹配质量	✓	✓
费用计算	仅归因费用	额外收费; 网页归因功能

# Facebook **Web to App** 广告流程及设置



# Facebook Web to App流程图



# Facebook Web2App 全流程梳理

1. 在Adjust后台--Campaign Lab--合作伙伴--设置**Facebook Web渠道**  
(生成跟踪链接+设置给FB web的数据回传+打开概率模型)

2. 在Facebook后台填写落地页URL, 比如

<https://mywebsite.com/123?p0=adjustTrackerToken&p1={{campaign.name}}&p2={{campaign.id}}&p3={{adset.name}}&p4={{adset.id}}&p5={{ad.name}}&p6={{ad.id}}>

3. 用户点击Facebook的web广告后, Facebook重定向用户到落地页并给链接中的相关宏赋值

4. 用户跳转到广告主网页, 链接里有相关的值, 例如:

<https://mywebsite.com/123?p0=adjustTrackerToken&p1=campaignABC&p2=campaignID123&p3=adsetABC&p4=adsetId123&p5=adNameABC&p6=adId123&fbclid=123&fbpid=456> (fbpid存在获取不到的情况, 没有影响)

# Facebook Web2App 全流程梳理

5. 广告主技术把落地页链接里值透传给Adjust跟踪链接, 例如

: <https://app.adjust.com/adjustTrackerToken?campaign=campaignABC%20%28campaignID123%29&adgroup=adsetABC%20%28adsetId123%29&creative=adNameABC%20%28adId123%29&fbclid=123&fbpid=456>

(如没有接FB Pixel获取不到fbpid, 请在Adjust跟踪链接里直接去掉&fbpid=xxxxxx, 不要自己模拟fbpid或传&fbpid=null或传&fbpid=undefined等等; 如要下载APK, 还需要在链接中加上&redirect=encode后的APK下载地址)

6. 用户点击已做好赋值的Adjust跟踪链接, Adjust 统计点击并把用户引导到商店或APK下载

7. Adjust通过概率模型把安装归因给Facebook Web

8. Adjust 把相关数据回传给 Facebook Web

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

Campaign Lab--合作伙伴--新渠道--Facebook Web

**ADJUST**

- Datascape
- Pulse
- Campaign Lab
- 合作伙伴
- Custom Links
- 智能横幅
- Audiences

### 渠道选择

- 渠道选择
- 应用选择
- 数据分享 (可选)
- 链接结构
- 用户目的位置 (可选)
- 归因设置 (可选)
- 设置概览 (可选)

选择渠道以开始设置

Facebook web

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

**Pixel ID**和**Access Token**找不到？(如果有多个pixel id/access token怎么办？见后面跟踪链接设置)  
请参考FB文档：<https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api/get-started/>

**Event Source URL:** (选填)  
不填默认发给FB Web app id (包名)

**Facebook Install Event Name:** (选填)

Adjust会默认把F B Web的安装发到  
**Leads(留下潜在客户信息)**，如需要把安装发到其他事件，请在这里设置

The screenshot shows the Adjust interface for configuring Facebook web data sharing. On the left is a navigation menu with the following items:

- 渠道选择 (Channel Selection)
- 应用选择 (App Selection)
- 3 数据分享 (可选) (Data Sharing (Optional))
  - 启用数据分享 (可选) (Enable Data Sharing (Optional))
  - 设置数据分享 (可选) (Configure Data Sharing (Optional))
  - 映射您的事件 (可选) (Map Your Events (Optional))
- 4 链接结构 (Link Structure)
- 5 用户目的位置 (可选) (User Purpose Location (Optional))
- 6 归因设置 (可选) (Attribution Settings (Optional))
- 7 设置概览 (可选) (Settings Overview (Optional))

The main content area is titled "启用 Facebook web 数据分享" (Enable Facebook web data sharing) with a "可选" (Optional) toggle. Below the title is a sub-header "与渠道分享数据有助于推广活动优化。" (Sharing data with channels helps optimize promotional activities.) and an Apple iOS logo. The form contains the following fields:

- Pixel ID (Text input)
- Access Token (Text input)
- Event Source URL (optional) (可选) (Text input)
- Facebook Install Event Name (Optional) (可选) (Text input)

Below this section is another section titled "设置数据分享" (Configure data sharing) with a "可选" (Optional) toggle. It includes the sub-header "指定通过 Adjust 回传与 Facebook web 分享的数据类型和数量。" (Specify the data types and quantity shared with Facebook web via Adjust attribution.) and a link: "我能与 Facebook web 分享哪些数据?" (What data can I share with Facebook web?).

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

## 映射您的事件：

Adjust默认给FB Web转发安装，如需转发其他事件，请在**映射您的事件**里设置相关事件。

如需转发收入，请映射收入事件并勾选**应用内收入(来自应用购买)**

## 注意：

如果您使用S2S给Adjust上报事件，且需给FB Web转发，请在S2S请求中加上ip\_address和user\_agent，否则会影响数据转发

× 关闭

哪些数据会默认分享？

安装

您还想分享其他哪些数据？

应用内收入 (来自应用内购买)  
您需要映射能产生收入的事件，才能分享该数据。

参数 ⓘ  
您通常需要先映射参数，才能分享该数据。

映射您的事件 可选

选择要分享的事件，将其映射到渠道可接收的值。未映射事件数据不会被分享。

+ 映射事件

应用事件	渠道事件	
Buy 1-month subscription	abc123	 

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

链接结构: 链接名称按照自己的需求命名, 其他不要修改

← 后退 链接结构 × 关闭

- ✓ 渠道选择
- ✓ 应用选择
- ✓ 数据分享 (可选)
- 4 链接结构**
- 5 用户目的位置 (可选)
- 6 归因设置 (可选)
- 7 设置概览 (可选)

### Review your link

设置链接如何从渠道收集数据并将其映射至 Adjust 支持的四个推广结构层级。

链接名称 ⓘ  
test--facebook web2app

### Campaign parameters

渠道 ⓘ  
test--facebook web2app

推广 ⓘ  
{{campaign.name}}%20%28{{campaign.id}}%29

广告组 ⓘ  
{{adset.name}}%20%28{{adset.id}}%29

素材 ⓘ  
{{ad.name}}%20%28{{ad.id}}%29

编辑

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

用户目的位置: 如果要下载apk, 重定向设置选择自定义URL, 并填写apk下载地址

← 后退 用户目的位置 × 关闭

- ✓ 渠道选择
- ✓ 应用选择
- ✓ 数据分享 (可选)
- ✓ 链接结构
- 5 用户目的位置 (可选)**
  - 设置深度链接 (可选)
  - 添加重定向 (可选)
  - 添加后备 (可选)
- 6 归因设置 (可选)
- 7 设置概览 (可选)

### 设置深度链接

可选

如果应用已安装, 则将用户转到指定应用界面。

③ 要使用深度链接, 请先配置应用 scheme, 然后启用深度链接  
应用 scheme 可在应用中配置, 会在深度链接中标示您的应用。iOS 应用使用特定的链接格式, 即通用链接。

配置

### 添加重定向

可选

如果应用尚未安装, 则将用户转到应用商店或自定义 URL。

您想将使用受支持设备的用户转到哪里? 🍏

应用商店 默认

自定义URL

重定向 URL

示例:

使用平台特定 URL



# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

归因设置: 打开概率模型(必要)

← 后退 归因设置 × 关闭

- 渠道选择
- 应用选择
- 数据分享 (可选)
- 链接结构
- 用户目的位置 (可选)
- 6 归因设置 (可选)**
- 7 设置概览 (可选)

新用户: 归因 还原应用层级设置

针对该链接, 选择如何归因新用户的各类交互。此处的变更会覆盖应用层级的归因设置。

点击 完成

设备匹配

归因窗口

日

1-30 天

启用概率模型 自定义 ↻

归因窗口

小时

1-24 小时

启用暂时归因

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

复制点击URL备用，以截图为例，截图里的cocgf0即为这条链接的tracker token

广告渠道 / **A** Facebook web / test--facebook web2app

## test--facebook web2app

链接 URL   链接结构   用户目的位置   归因设置

### 链接 URL

点击 URL ⓘ

```
https://app.adjust.com/cocgf0?campaign={{campaign.name}}%20%28{{campaign.id}}%29&adgroup={{adset.name}}%20%28{{adset.id}}%29&creative={{ad.name}}%20%28{{ad.id}}%29
```

复制 URL

# Adjust跟踪链接

Adjust跟踪链接，此链接设置在**广告主落地页内**（通常点击下载按钮触发）

目的: Adjust记录点击+跳转商店/下载APK

跟踪链接示例:

```
https://app.adjust.com/adjustTrackerToken?campaign={{campaign.name}}%20%28{{campaign.id}}%29&adgroup={{adset.name}}%20%28{{adset.id}}%29&creative={{ad.name}}%20%28{{ad.id}}%29&fbclid=xxxxx&fbpid=xxxxxx&fb_pixel_id=xxxxx&fb_access_token=xxxxxxxx
```

\*adjustTrackerToken, 推广层级信息(如{{campaign.name}}等)从落地页链接中提取

\*\*在跟踪链接里手动添加上&fbclid=xxx&fbpid=xxx, fbclid的值从落地页链接中提取, fbpid是落地页里接了FB pixel才有

\*\*\*如果没有接FB pixel, 就没有fbpid, 请在Adjust跟踪链接里直接去掉&fbpid=xxxxxx, 不要自己模拟fbpid或传&fbpid=null或传&fbpid=undefined等等, 否则会影响Adjust给FB回传数据

\*\*\*\*如果需要下载APK, 还需要在链接后再加上&redirect=APK下载地址(注意encode)

\*\*\*\*\*如果有多个FB pixel id(一般是多个代理), 需要在跟踪链接里加上&fb\_pixel\_id=对应的id&fb\_access\_token=对应的token, 不是必须, 产品有多个FB pixel id/access token才需要加, 不加默认按照后台填写的来。一条链接一个FB pixel id/token, 请勿一条链接传多个FB pixel id/token。

# 透传： 把落地页链接的各项信息透传给Adjust跟踪链接

由广告主的网页研发实现

Adjust提供现成的script, 可根据自己的情况添加到HTML: (英文文档)

<https://tokyoadjust.notion.site/tokyoadjust/Adjust-Web-to-App-Campaign-solution-ver1-0-EN-1af379383ae147d2b187b44ee53457cd>

# 落地页链接

落地页链接, 即广告主网页链接+必要参数, 此链接填写在**Facebook后台**

目的:

跳转落地页, 通过链接里的参数把相关信息传递给web, 然后web把相关信息透传给Adjust跟踪链接

链接示例:

```
https://mywebsite.com/123?p0=adjustTrackerToken&p1={{campaign.name}}&p2={{campaign.id}}&p3={{adset.name}}&p4={{adset.id}}&p5={{ad.name}}&p6={{ad.id}}
```

\* <https://mywebsite.com/123>是举例, 替换成您的落地页链接。

\*\*p0~p6 的参数名称是举例, 您可以用任何自己想要的参数名。

\*\*\***adjustTrackerToken** 在 Adjust 后台生成的跟踪链接中获取(前面几页有提到方法)

\*\*\*\*链接里的宏, 比如 **{{campaign.name}}**, 是Facebook的宏, 不要做任何改动。

\*\*\*\*\***fbclid**, Facebook会在链接重定向时附加在链接上, 落地页链接里不需要您手动设置, 网页研发需要把这个值连同其他推广层级信息提取出来, 透传给Adjust跟踪链接。**fbpid**是需要您网页里接了FB Pixel, 从中提取的。

# Facebook Web to App广告设置关键步骤:

1. Adjust后台生成**Facebook Web**的跟踪链接并做好**Facebook Web**渠道回传设置
2. 准备好落地页, 在**落地页下载按钮**上放置Adjust追踪链接
3. 网页开发同学, 把获取到的广告**参数透传**给下载按钮上的Adjust跟踪链接
4. 创建FB Web广告, 并且在广告层级的设置里填入拼接好参数的**落地页网址**

# Facebook Web2App 特殊设置方式(不建议)



Adjust跟踪链接加上`&redirect=落地页链接(encode)`，可以直接配置在FB后台，如左图。

注意：使用这个方式的话，建议先找FB确认

# Facebook Web2App 投放优化建议

## 如何提高Facebook事件管理工具后台事件质量？

- a. FB Web对于事件质量评级：<https://www.facebook.com/business/help/765081237991954?id=818859032317965>  
 FB Web 包含4个评分等级：差，一般，良好，优，如果事件的匹配质量为“差”或“一般”，则您的转化量可能减少，且单次成效费用可能有所提高。建议您将匹配质量提升到“良”或“优”评分。  
 以下是FB 推荐回传的参数：

参数	优先级
经过散列处理的邮箱	最高
客户端 IP 地址/客户端用户代理	高
经过散列处理的手机号	高
Facebook 登录编号	中
其他经过散列处理的联系方式	中
外部编号	中

参数	优先级
点击编号/fbclid	高
浏览器编号/fbpid	中
潜在客户编号	低
订阅编号	低



# Facebook Web2App 投放优化建议

## 如何提高Facebook事件管理工具后台事件质量？

b. FB Web对于可接收的回传参数具体解析：

<https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api/parameters/customer-information-parameters>

Adjust 默认上报的统一参数：事件名称，事件触发时间，action\_source 为website，event\_source\_url 默认为包名；金额和货币（仅针对收入事件）

如果Adjust 归因给FB Web 并且在点击链接上报了fbpid和fbclid:Adjust将在User Data中转发fbp, fbc以及ip, ua信息；

如果Adjust 归因给其他渠道或自然量:Adjsut将在User Data中转发client\_user\_agent和client\_ip\_address；(s2s上报的事件需要技术上报设备id同时上报ip和ua信息)；

# Facebook Web2App 投放优化建议

## 如何提高Facebook事件管理工具后台事件质量？

c. 可向Adjust上报更多合作伙伴参数\*，并完成参数映射，以提高事件匹配质量：

客户端：<https://help.adjust.com/zh/article/event-tracking-android-sdk#partner-parameters>

服务端：<https://help.adjust.com/zh/article/server-to-server-events#share-custom-data>

在Adjust后台完成参数映射：CampaignLab -- 合作伙伴 -- FacebookWeb -- 数据分享

- 合作伙伴选择
- 应用选择
- 3 数据分享 (可选)**
  - 启用数据分享 (可选)
  - 设置数据分享 (可选)
  - 映射您的事件 (可选)
- 4 链接结构
- 5 用户目的位置 (可选)
- 6 归因设置 (可选)
- 7 设置概览 (可选)

### 您还想分享其他哪些数据？

应用内收入 (来自应用内购买)  
您需要映射能产生收入的事件，才能分享该数据。

参数  
您通常需要先映射参数，才能分享该数据。 ⓘ

### 映射您的参数

如果您通过 SDK 参数收集原始数据，且这些参数与合作伙伴支

+ 映射参数

### 映射参数，与 Facebook web 分享

SDK 参数  
输入要与Facebook web分享的 SDK 参数。

SDK 参数  
email\_address

合作伙伴参数  
输入与 SDK 参数对应的合作伙伴参数

合作伙伴参数  
em

取消 确认

\*参数值请不要传null，FB不接受任何value=null的上报

# Facebook Web2App 常见问题梳理

## 1. Facebook事件管理工具后台没有收到**安装**:

### 问题类型:

未触发或Adjust后台未统计到任何安装数据

统计到安装但未产生归因给FB Web 安装数据

(适用于FB web数据分享设置条件限制为“仅归因至FB web”)

Campaign Lab中 FB Web信息填写错误

触发Adjust点击跟踪链接时fbpid上报错误

FB 事件管理工具后台事件列表中没有「安装」

### 检查方法:

▶ 检查SDK集成, 确保SDK集成正确, Adjust后台显示安装数据

▶ 确认打开概率模型, 确认产生归因至FB Web的安装

▶ 填写正确[Pixel ID](#)与[Access Token](#)

▶ 移除“Null”或者“Undefined”的pid上报或集成FB Pixel SDK  
获取正确的fbpid

▶ 「安装」默认以「留下潜在客户信息」的名称发送, 如下图:



事件	状态	使用主体	集成工具	事件匹配质量
留下潜在客户信息 ● 使用中			转化 API	差

如以上均自查完成, 仍无法看到数据, 请联系Adjust支持团队为您检查。

# Facebook Web2App 常见问题梳理

## 2. Facebook事件管理工具后台没有收到转化事件：

### 问题类型：

未触发或Adjust后台未统计到目标事件

统计到事件但未产生FB Web 渠道下事件数据

(适用于FB web数据分享设置条件限制为“仅归因至FB web”)

Campaign Lab中 FB Web信息填写错误

触发Adjust点击跟踪链接时fbpid上报错误

Campaign Lab中FB Web数据分享没有映射事件

s2s事件上报仅传设备id

### 检查方法：

- ▶ 检查SDK/s2s事件上报是否正确，Adjust后台需显示目标事件数据
- ▶ 确认打开概率模型，先产生FB Web安装，再等FB Web用户产生对应事件
- ▶ 填写正确 [Pixel ID](#)与[Access Token](#)
- ▶ 移除“Null”/“Undefined” 的pid上报或集成FB Pixel SDK获取正确的pid
- ▶ 完成事件映射
- ▶ s2s事件上报还需添加[IP Address](#)和[User Agent](#) 两个参数的上报

如以上均自查完成，仍无法看到数据，请联系Adjust支持团队为您检查。

# Facebook Web2App 常见问题梳理

## 3. Facebook事件管理工具后台与Adjust后台数据差异:

### 问题类型:

对比数据的时间范围, 时区不一致

Campaign Lab中 FB web事件映射错误

收入事件FB后台比Adjust后台多

将分享设置条件限制为“所有归因渠道数据”

数据更新不同步

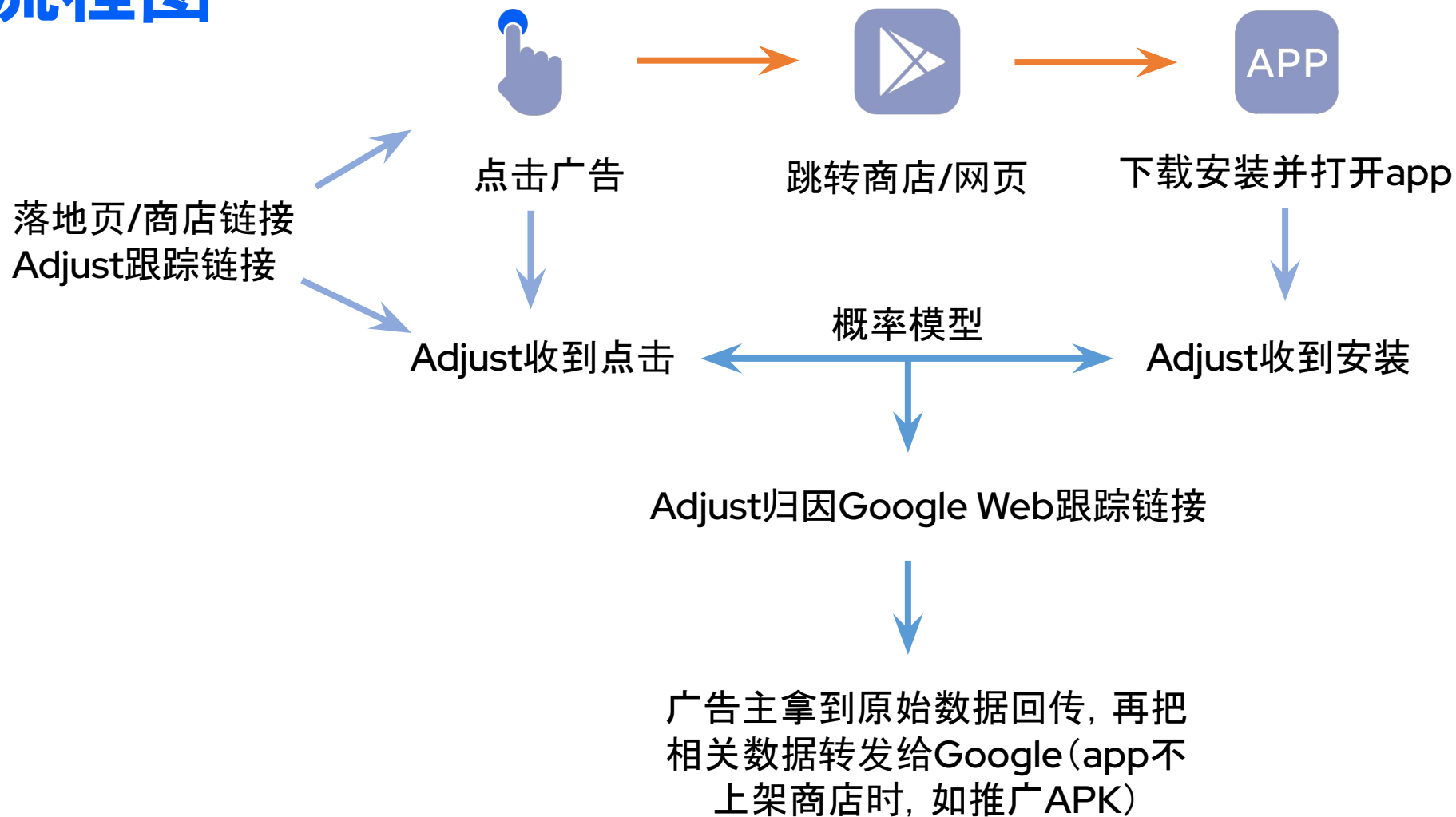
### 检查方法:

- ▶ Adjust Datascope数据配置中可调整时间范围和时区
- ▶ 明确Adjust事件与FB事件的映射关系
- ▶ 确认移除非收入事件的货币和金额参数上报
- ▶ 注意需对比全渠道事件数据与FB后台的事件数量
- ▶ 数据由Adjust统计到实时回传给FB, FB数据展示可能出现滞后

如以上均自查完成, 数据差异仍然很大, 请联系Adjust支持团队为您检查。

# Google Web to App 广告流程及设置

# 流程图



# Google Web to App 广告设置关键步骤:

1. Adjust后台--生成Google Web跟踪链接+做好归因设置
2. Adjust后台--设置原始数据回传(app不上架商店)
3. Google后台--设置落地页/商店链接+Adjust跟踪链接
4. 广告主的网页设置跟踪链接(如Google广告设置直接跳转商店可忽略这步)
5. 广告主将从Adjust收到的原始数据转发给Google



# Adjust后台设置--跟踪链接--创建链接

ADJUST

Datascape

Pulse

Campaign Lab

合作伙伴

Custom Links

智能横幅

Audiences



Google Web的campaign类型很多，请搜索Google然后根据自己的类型勾选合作伙伴，带有(Web app)后缀的是给web2web的，web2app不要选

选择合作伙伴以开始设置

5 个应用

google

Google Ads	Google Ads App Asset (PMax, Local, Smart)	Google Ads App Asset (Search)
Google Ads Discovery	Google Ads Display	Google Ads Display (Web app)
Google Ads Hotel	Google Ads Local	Google Ads Offline Conversions

# Adjust后台设置--跟踪链接--创建链接

勾选要投放的app, 然后点击下一步



# Adjust后台设置--跟踪链接--创建链接

在链接名称处填写您希望在Adjust后台看到的渠道名称，其他不要改，然后下一步

### 查看您的链接

设置链接如何从合作伙伴收集数据并将其映射至 Adjust 支持的 4 个推广结构层级。

链接名称 ⓘ  
Google W2A

### 推广活动参数

渠道 ⓘ  
Google W2A

- 推广 ⓘ  
{campaignid}
- 广告组 ⓘ  
{adgroupid}
- 素材 ⓘ  
{keyword}%20({matchtype})

[编辑](#)

# Adjust后台设置--跟踪链接--创建链接

用户目的位置----此步跑GG的Web2App campaign一般保持默认设置，如有特殊需求请和您的Adjust AM沟通后再设置

✓ 合作伙伴选择

✓ 应用选择

✓ 链接结构

✓ 用户目的位置 (可选)

● 设置深度链接 (可选)

● 添加重定向 (可选)

● 添加后备 (可选)

5 归因设置 (可选)

6 设置概览 (可选)

## 设置深度链接

如果应用已安装，则将用户转到指定应用界面。

**i** 要使用深度链接，请先配置应用 scheme，然后启用深度链接

应用 scheme 可在应用中配置，会在深度链接中标示您的应用。iOS 应用使用特定的链接格式，即通用链接。

## 添加重定向

如果应用尚未安装，则将用户转到应用商店或自定义 URL。

您想将使用受支持设备的用户转到哪里？ 

应用商店 默认

自定义URL

# Adjust后台设置--跟踪链接--归因设置

启用概率模型(必须步骤)

< 后退 **归因设置** × 关闭

- ✓ 合作伙伴选择
- ✓ 应用选择
- ✓ 链接结构
- ✓ 用户目的位置 (可选)
- 5 归因设置 (可选)**
- 6 设置概览 (可选)

### 新用户：归因

还原应用层级设置

针对该链接，选择如何归因新用户的各类交互。此处的变更会覆盖应用层级的归因设置。

#### 点击

完成

#### 设备匹配

归因窗口

 天  
1-30 天

启用概率模型 自定义 ↻

归因窗口

 小时  
1-24 小时

启用暂时归因

# Adjust后台设置--跟踪链接

把生成的Adjust跟踪链接配置到Google后台，目的是追踪到Google Web的点击

比如：(不同的campaign类型链接的参数可能不一样，以您在Adjust后台生成的为准)

`https://app.adjust.com/abc123?campaign={campaignid}&adgroup={adgroupid}&creative={keyword}%20({matchtype})&gclid={gclid}&lpurl={lpurl}&gbraid={gbraid}`

# Adjust后台设置--原始数据回传

两种原始数据回传方式，可按需设置：

服务器回传会将数据实时发给您的服务器

云储存上传是每小时一次将数据传到您的Amazon S3或Google Cloud储存桶

服务器回传相关设置：<https://help.adjust.com/zh/article/callbacks>

云储存上传设置：<https://help.adjust.com/zh/article/cloud-storage-uploads>

回传故障排查：<https://help.adjust.com/zh/article/troubleshooting>

回传占位符列表：<https://help.adjust.com/zh/marketer/placeholders>

\*\*除常规占位符外，请额外添加Google web campaign还需要添加专门占位符{gclid}，  
{gbraid}，{dcp\_wbraid}，{wbraid}

# Google后台设置

- ◆ 最终到达网址(Final URL):  
广告主网页链接 或 GP/App Store链接
- ◆ 最终到达网址后缀(Final URL suffix):  
如广告主最终目的是推app的话, Adjust不要求填, 可以根据自己需要填写
- ◆ 跟踪模板(Tracking Template):

使用之前步骤生成好链接, 比如:

[https://app.adjust.com/abc123?campaign={campaignid}&adgroup={adgroupid}&creative={keyword}%20\({matchtype}\)&gclid={gclid}&lpurl={lpurl}&gbraid={gbraid}](https://app.adjust.com/abc123?campaign={campaignid}&adgroup={adgroupid}&creative={keyword}%20({matchtype})&gclid={gclid}&lpurl={lpurl}&gbraid={gbraid})

(上面链接是举例, 请使用您在Adjust后台生成的链接)

如果是推web的话需要填, 设置方法参考

: <https://help.adjust.com/zh/article/track-web-campaigns#set-up-google-ads-web-campaign>

息流视频广告) 生成多个广告组合。此广告组不支持格式选择。 [了解详情](#)

最终到达网址

https:// play.google.com/store/apps/details?id=com.gr

显示网址

play.google.com / 路径1 / 路径2

0/15 0/15

号召性用语

下载

4/10

标题

0/15

长标题

22/90

广告内容描述

60/70

广告网址选项 (高级)

跟踪模板

https://app.adjust.com

campaign={campaignid}&adgrc

示例: <https://www.trackingtemplate.foo/?url={lpurl}&id=5>

最终到达网址后缀

示例: param1\_value1&param2\_value2



# 广告主落地页设置

(如Google后台最终到达网址设置商店请忽略这一步)

- ◆ 如最终到达网址(Final URL)设置的是广告主的网页, 非商店页, 需要在网页内做如下设置

再生成一条自定义跟踪链接, 如<https://app.adjust.com/def456>, 同样打开概率模型

手动按照如下模板添加相关参数:(这个是在用户在网页里点击下载按钮触发的链接)

[https://app.adjust.com/def456?engagement\\_type=fallback\\_click&redirect=编码后的跳转地址](https://app.adjust.com/def456?engagement_type=fallback_click&redirect=编码后的跳转地址)

\* 模板里的def456是举例, 记得替换成自己跟踪链接的tracker

\*\* engagement\_type=fallback\_click 目的是能正常区分统计广告量和网址自然量, 一定要加, 否则根据last click原则会归因给网页里的链接而非Google web链接

\*\*\* &redirect=编码后的跳转地址, 如果推APK需要加APK的下载地址, 注意要编码(encode), 如果跳GP或app store可以不加。

# 将从Adjust收到的原始数据转发给Google

\*将从Adjust收到的，归因给Google web to app campaign的数据回传给Google

当app上架商店，您可以通过adjust后台设置将数据分享给Google

Adjust后台该设置截图：

输入link id 以启用数据分享



# 将从Adjust收到的原始数据转发给Google

\*将从Adjust收到的，归因给Google web to app campaign的数据回传给Google  
(需要带上gclid或gbraid或wbraid)

当app不上架商店，您需要手动将数据分享给Google





Google回传API: <https://developers.google.com/google-ads/api/docs/conversions/upload-clicks>

Google后台该设置截图:

开始跟踪转化

转化跟踪对于在线营销能否取得成功至关重要。借助转化跟踪，您可以了解用户在看到您的广告后执行了哪些转化操作。您一次只能设置一项转化操作，但可以一次跟踪多项转化操作。 [了解详情](#)

选择要跟踪的转化类型。②

 跟踪用户在您的网站上完成的操作	 跟踪用户在您的应用中完成的操作	 跟踪您的广告或网站吸引的来电	 从 Google Analytics (分析) 或其他来源导入数据
--	--	---	--

选择要从哪种来源导入数据:

- Google Analytics (分析) 4 媒体资源 ②
- UA 版 Google Analytics (分析) ②
- 第三方应用分析工具
- 其他数据源或客户关系管理系统
- 使用 API 或上传功能手动导入
  - 跟踪点击后发生的转化
  - 跟踪致电后发生的转化

利用“其他数据源或客户关系管理系统”选项，您可以通过上传文件或使用 API 来上传其他系统中的转化数据。  
选择“跟踪点击后发生的转化”可导入用户点击广告之后发生的转化。  
选择“跟踪致电后发生的转化”可导入用户通过广告致电后发生的转化，或用户点击广告进入网站并通过网站致电后发生的转化。  
[了解详情](#)

# 全流程梳理：

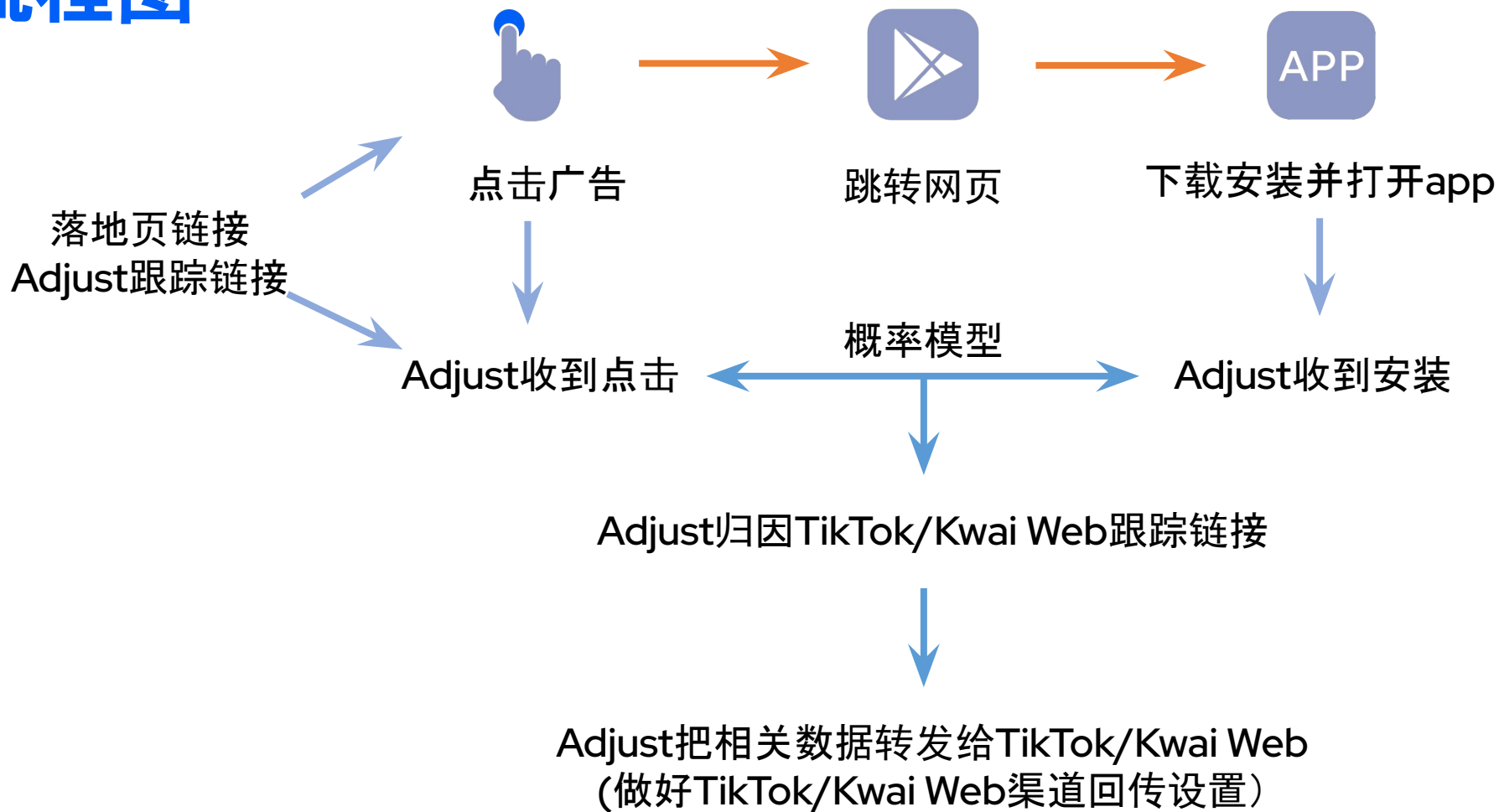
1. 在Adjust后台生成一条Google Web的跟踪链接，如：<https://app.adjust.com/abc123> (abc123是举例)
2. 给这个tracker打开点击的概率模型或打开app level的概率模型
3. 在Adjust后台设置服务器回传或云储存上传，除常规占位符外，还需添加{gclid}，{gbraid}，{wbraid}
4. 在Google后台填写相关链接：
  - 最终到达网址(Final URL): 广告主网页 或 GP链接 或 App Store链接,
  - 跟踪模板(Tracking Template):  
每种Google Campaign跟踪链接里的参数不太一样，请以您在Adjust后台生成的为准  
[https://app.adjust.com/abc123?campaign={campaignid}&adgroup={adgroupid}&creative={keyword}%20\({matchtype}\)&gclid={gclid}&lpurl={lpurl}&gbraid={gbraid}](https://app.adjust.com/abc123?campaign={campaignid}&adgroup={adgroupid}&creative={keyword}%20({matchtype})&gclid={gclid}&lpurl={lpurl}&gbraid={gbraid})
  - 最终到达网址后缀(Final URL suffix): Adjust不要求填写，可以按需增加
5. (如最终到达网址是商店，可跳过此步) 在广告主网页设置跟踪链接，如  
[https://app.adjust.com/def456?engagement\\_type=fallback\\_click&redirect=编码后的跳转地址](https://app.adjust.com/def456?engagement_type=fallback_click&redirect=编码后的跳转地址)
6. 在Adjust后台查看相关数据
7. 回传事件数据到Google后台优化
  - App 上架Google Play 商店： 在Adjust 后台合作伙伴里设置事件转发
  - App 未上架Google Play 商店：通过Adjust原始数据回传拿到归因给Google Web的安装及事件，并将数据连同gclid, gbraid, wbraid等id回传给Google

# TikTok & Kwai(快手)

## Web to App

## 广告流程及设置

# 流程图



# TikTok/Kwai Web to App广告设置关键步骤:

1. Adjust后台生成TikTok/Kwai Web的跟踪链接并做好TikTok/Kwai Web渠道回传设置
2. 将落地页链接和Adjust跟踪链接分别配置在TikTok/Kwai后台
3. 如果落地页链接填写的是自己的网页而非商店, 落地页里可以加上另一条Adjust跟踪链接(跟踪链接需要加上 `engagement_type=fallback_click`), 实现跳转商店/下载APK, 并区分落地页自然量和推广量

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

Campaign Lab--合作伙伴--新合作伙伴--TikTok Web/Kwai for business (global)

**ADJUST**

- Datascap
- Pulse
- Campaign Lab**
  - 合作伙伴
  - Custom Links
  - 智能横幅
  - Audiences

**合作伙伴选择**

不同合作伙伴的后续步骤有所不同。

选择合作伙伴以开始设置

6 个应用

TikTok Web

**合作伙伴选择**

不同合作伙伴的后续步骤有所不同。

选择合作伙伴以开始设置

9 个应用

快手 (海外) | Kwai for Business (Global)



# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

启用Tiktok web数据分享, Pixel Code/Access Token等信息在TT后台获取

注: 为避免Tiktok web后台同时接收到tiktok san等数据, 造成可能存在的差异, 建议选择分享仅归因至TikTok web的数据

启用kwai for business(global) 数据分享



# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

如需转发事件，请在映射您的事件里做好关联



# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

链接结构：链接名称按照自己的需求命名，其他不要修改

< 后退 链接结构 × 关闭

- 合作伙伴选择
- 应用选择
- 数据分享 (可选)
- 4 链接结构**
- 5 用户目的位置 (可选)
- 6 归因设置 (可选)
- 7 设置概览 (可选)

### 查看您的链接

设置链接如何从合作伙伴收集数据并将其映射至 Adjust 支持的 4 个推广结构层级。

链接名称 <sup>ⓘ</sup>

### 推广活动参数

编辑

渠道 <sup>ⓘ</sup>

Test -- TikTok Web

- 推广 <sup>ⓘ</sup>
- \_\_CAMPAIGN\_NAME\_\_%20(\_\_CAMPAIGN\_ID\_\_)
- 广告组 <sup>ⓘ</sup>
- \_\_AID\_NAME\_\_%20(\_\_AID\_\_)
- 素材 <sup>ⓘ</sup>
- \_\_CID\_NAME\_\_%20(\_\_CID\_\_)

< 后退 链接结构 × 关闭

- 合作伙伴选择
- 应用选择
- 数据分享 (可选)
- 4 链接结构**
- 5 用户目的位置 (可选)
- 6 归因设置 (可选)
- 7 设置概览 (可选)

### 查看您的链接

设置链接如何从合作伙伴收集数据并将其映射至 Adjust 支持的 4 个推广结构层级。

链接名称 <sup>ⓘ</sup>

### 推广活动参数

编辑

渠道 <sup>ⓘ</sup>

Test -- Kwai Global

- 推广 <sup>ⓘ</sup>
- \_\_CMPN\_\_%20(\_\_CMPNID\_\_)
- 广告组 <sup>ⓘ</sup>
- \_\_ADSET\_\_%20(\_\_ADSETID\_\_)
- 素材 <sup>ⓘ</sup>
- \_\_AD\_\_%20(\_\_ADID\_\_)

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

归因设置: 打开概率模型(必要)

< 后退 归因设置 × 关闭

- 合作伙伴选择
- 应用选择
- 数据分享 (可选)
- 链接结构
- 用户目的位置 (可选)
- 6 归因设置 (可选)**
- 7 设置概览 (可选)

### 新用户: 归因 还原应用层级设置

针对该链接, 选择如何归因新用户的各类交互。此处的变更会覆盖应用层级的归因设置。

#### 点击 完成

设备匹配 自定义

归因窗口  
7 天  
1-30 天

启用概率模型 自定义

归因窗口  
6 小时  
1-24 小时

启用暂时归因 自定义

# Adjust跟踪链接生成及渠道数据分享设置

复制点击URL备用，以截图为例，截图里的kfqplo即为这条链接的tracker token

合作伙伴 / A TikTok Web / Test -- Tiktok Web

**Test -- Tiktok Web** 隐藏链接

[链接 URL](#) [链接结构](#) [用户目的位置](#) [归因设置](#)

### 链接 URL


点击 URL ⓘ 复制 URL



```
https://app.adjust.com/kfqplo?campaign=__CAMPAIGN_NAME__%20(__CAMPAIGN_ID__)&adgroup=__AID_NAME__%20(__AID__)&creative=__CID_NAME__%20(__CID__)&idfa=__IDFA__&ttclid=__callback_param__&gps_adid=__GAID__&adgroup_id=__AID__&ip_address=__IP__&user_agent=__UA__&campaign_id=__CAMPAIGN_ID__&creative_id=__CID__&tracker_limit=250000&tiktok_placement=__PLACEMENT__&external_tracker_ids=1
```

展示 Url ⓘ 复制 URL

```
https://view.adjust.com/impression/kfqplo?campaign=__CAMPAIGN_NAME__%20(__CAMPAIGN_ID__)&adgroup=__AID_NAME__%20(__AID__)&creative=__CID_NAME__%20(__CID__)&idfa=__IDFA__&ttclid=__callback_param__&gps_adid=__GAID__&adgroup_id=__AID__&ip_address=__IP__&user_agent=__UA__&campaign_id=__CAMPAIGN_ID__&creative_id=__CID__&tracker_limit=250000&tiktok_placement=__PLACEMENT__&external_tracker_ids=1
```

**应用**  
要将用户发送至正确平台，链接应包含所选应用的所有版本。

A adjust Demo App 

链接识别码: kfqplo  

# Adjust跟踪链接

Adjust跟踪链接, 设置在TikTok后台---Third Party tracking settings---Click tracking URL, 或 Kwai后台---Tracking---Third-party Clicking Tracking URL

目的: Adjust记录点击

**!!! 针对Adjust后台生成的跟踪链接, 请做如下操作!!!**

\***abc123**是举例, 请替换成自己的link token (tracker token)

\*\*当后台生成链接域名为**https://app.adjust.com**, 请手动修改为**https://s2s.adjust.com**

\*\*\*请在跟踪链接里手动添加**&s2s=1**

即最终使用的链接是:

**https://s2s.adjust.com/abc123?campaign=\_\_CAMPAIGN\_NAME\_\_%20(\_\_CAMPAIGN\_ID\_\_)&adgroup=\_\_AID\_NAME\_\_%20(\_\_AID\_\_)&creative=\_\_CID\_NAME\_\_%20(\_\_CID\_\_)&idfa=\_\_IDFA\_\_&ttclid=\_\_callback\_param\_\_&gps\_adid=\_\_GAID\_\_&adgroup\_id=\_\_AID\_\_&ip\_address=\_\_IP\_\_&user\_agent=\_\_UA\_\_&campaign\_id=\_\_CAMPAIGN\_ID\_\_&creative\_id=\_\_CID\_\_&tracker\_limit=250000&tiktok\_placement=\_\_PLACEMENT\_\_&external\_tracker\_ids=1&s2s=1**

# Adjust跟踪链接

Adjust跟踪链接, 设置在TikTok后台---Third Party tracking settings---Click tracking URL, 或  
Kwai后台---Tracking---Third-party Clicking Tracking URL

目的: Adjust记录点击

Tiktok Web跟踪链接模版:

[https://s2s.adjust.com/abc123?campaign= CAMPAIGN NAME %20\( CAMPAIGN ID \)&adgroup= AID NAME %20\( AID \)&creative= CID NAME %20\( CID \)&idfa= IDFA &ttclid= callback param &gps\\_adid= GAID &adgroup\\_id= AID &ip\\_address= IP &user\\_agent= UA &campaign\\_id= CAMPAIGN ID &creative\\_id= CID &tracker\\_limit=250000&tiktok\\_placement= PLACEMENT &external\\_tracker\\_ids=1&s2s=1](https://s2s.adjust.com/abc123?campaign= CAMPAIGN NAME %20( CAMPAIGN ID )&adgroup= AID NAME %20( AID )&creative= CID NAME %20( CID )&idfa= IDFA &ttclid= callback param &gps_adid= GAID &adgroup_id= AID &ip_address= IP &user_agent= UA &campaign_id= CAMPAIGN ID &creative_id= CID &tracker_limit=250000&tiktok_placement= PLACEMENT &external_tracker_ids=1&s2s=1)

Kwai Global跟踪链接模版:

[https://s2s.adjust.com/abc123?campaign=\\_\\_CMPN\\_\\_%20\(\\_\\_CMPNID\\_\\_\)&adgroup=\\_\\_ADSET\\_\\_%20\(\\_\\_ADSETID\\_\\_\)&creative=\\_\\_AD\\_\\_%20\(\\_\\_ADID\\_\\_\)&ad=\\_\\_AD\\_\\_&cmpn=\\_\\_CMPN\\_\\_&idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&adset=\\_\\_ADSET\\_\\_&os\\_name=\\_\\_OS\\_\\_&gps\\_adid=\\_\\_GAID1\\_\\_&language=\\_\\_SL\\_\\_&adgroup\\_id=\\_\\_ADSETID\\_\\_&ip\\_address=\\_\\_IP\\_\\_&user\\_agent=\\_\\_UA\\_\\_&campaign\\_id=\\_\\_CMPNID\\_\\_&creative\\_id=\\_\\_ADID\\_\\_&device\\_name=\\_\\_MODEL\\_\\_&publisher\\_id=\\_\\_SITE\\_ID\\_\\_&kwai\\_click\\_id=\\_\\_CALLBACK\\_\\_&s2s=1](https://s2s.adjust.com/abc123?campaign=__CMPN__%20(__CMPNID__)&adgroup=__ADSET__%20(__ADSETID__)&creative=__AD__%20(__ADID__)&ad=__AD__&cmpn=__CMPN__&idfa=__IDFA__&adset=__ADSET__&os_name=__OS__&gps_adid=__GAID1__&language=__SL__&adgroup_id=__ADSETID__&ip_address=__IP__&user_agent=__UA__&campaign_id=__CMPNID__&creative_id=__ADID__&device_name=__MODEL__&publisher_id=__SITE_ID__&kwai_click_id=__CALLBACK__&s2s=1)

\*abc123是举例, 请替换成自己的link token (tracker token)

\*\*当后台生成链接域名为<https://s2s.adjust.com>则无需修改

\*\*\*其他请不要修改

# 落地页链接和跟踪链接设置

## TikTok后台

### URL:

填写您的落地页链接

(是否可以设置商店链接, 请和您的TT AM确认)

### Third Party tracking settings----Click tracking URL

填写您的Adjust跟踪链接(见上页)

The screenshot shows the TikTok ad campaign setup interface. It includes a 'Destination' section with a 'Website URL' field and a 'URL' field. Below this is a 'Tracking (Optional)' section with 'TikTok events tracking' and 'Third party tracking settings'. Red arrows point to the 'URL' field and the 'Click tracking URL' field.

## Kwai后台

### Website Url:

填写您的落地页链接

### Tracking----Third-party Tracking URL

填写您的Adjust跟踪链接



# 广告主落地页设置

(如TikTok/Kwai后台URL设置商店请忽略这一步)

- ◆ 如TikTok/Kwai后台URL设置的是广告主的网页，非商店页，可以在网页内做如下设置

再生成一条自定义跟踪链接，如<https://app.adjust.com/def456>，同样打开概率模型

手动按照如下模板添加相关参数:(这个是在用户在网页里点击下载按钮触发的链接)

[https://app.adjust.com/def456?engagement\\_type=fallback\\_click&redirect=编码后的跳转地址](https://app.adjust.com/def456?engagement_type=fallback_click&redirect=编码后的跳转地址)

\* 模板里的def456是举例，记得替换成自己跟踪链接的tracker

\*\* engagement\_type=fallback\_click 目的是能正常区分统计广告量和网址自然量，一定要加，否则根据last click原则会归因给网页里的链接而非TikTok web/Kwai链接

\*\*\* &redirect=编码后的跳转地址，如果推APK需要加APK的下载地址，注意要编码(encode)，如果跳GP或app store可以不加。

# TikTok/Kwai Web2App 全流程梳理

1. 在Adjust后台--Campaign Lab--合作伙伴--设置**TikTok Web/Kwai for business (global)渠道**  
(生成跟踪链接+设置给TikTok web/Kwai的数据回传+打开概率模型)

2. 在TikTok/Kwai后台填写URL(您的落地页链接), 如果希望直接推商店链接, 请和TT/Kwai的AM确认是否支持

3. 在TikTok/Kwai后台填写第三方的点击跟踪链接----Adjust跟踪链接, 如(以tt为例)

: [https://s2s.adjust.com/abc123?campaign=CAMPAIGN\\_NAME%20\(CAMPAIGN\\_ID\)&adgroup=AID\\_NAME%20\(AID\)&creative=CID\\_NAME%20\(CID\)&idfa=IDFA&ttclid=callback\\_param&gps\\_adid=GAID&adgroup\\_id=AID&ip\\_address=IP&user\\_agent=UA&campaign\\_id=CAMPAIGN\\_ID&creative\\_id=CID&tracker\\_limit=250000&tiktok\\_placement=PLACEMENT&external\\_tracker\\_ids=1&s2s=1](https://s2s.adjust.com/abc123?campaign=CAMPAIGN_NAME%20(CAMPAIGN_ID)&adgroup=AID_NAME%20(AID)&creative=CID_NAME%20(CID)&idfa=IDFA&ttclid=callback_param&gps_adid=GAID&adgroup_id=AID&ip_address=IP&user_agent=UA&campaign_id=CAMPAIGN_ID&creative_id=CID&tracker_limit=250000&tiktok_placement=PLACEMENT&external_tracker_ids=1&s2s=1)

4. (如TikTok/Kwai后台URL设置为商店, 可跳过此步)在广告主网页设置跟踪链接, 以跟踪网页自然量, 如 [https://app.adjust.com/def456?engagement\\_type=fallback\\_click&redirect=编码后的跳转地址](https://app.adjust.com/def456?engagement_type=fallback_click&redirect=编码后的跳转地址)

5. Adjust通过概率模型把安装归因给TikTok/Kwai Web

6. Adjust把相关数据回传给TikTok/Kwai Web

# Snap/Pinterest/Bing Ads Web to App设置

# Bing Ads Web2App跟踪链接设置

(和Google的Web2app设置类似)

最终到达网址(Final URL): 填写落地页URL

跟踪链接模板:

您的 Adjust 链接 + 所需其他参数, 例如:

[https://app.adjust.com/abc123?campaign={Campaign}&adgroup={AdGroup}&creative={AdId}&lpurl={lpurl}&external\\_click\\_id={msclkid}](https://app.adjust.com/abc123?campaign={Campaign}&adgroup={AdGroup}&creative={AdId}&lpurl={lpurl}&external_click_id={msclkid})

\*Campaign Lab--Custom Links--新建跟踪链接。

\*\*把自己跟踪链接的tracker token替换模板里的abc123

\*\*\*归因设置里记得打开点击归因的概率模型开关

# Snapchat Web2App跟踪链接设置

(和FB的Web2app设置类似)

落地页URL模板

[https://example.com/?utm\\_source=snapchat&utm\\_medium=paid\\_social&utm\\_campaign={{campaign.name}}&utm\\_content={{creative.name}}&utm\\_audience={{adSet.name}}&utm\\_placement={{placement}}&utm\\_ssn={{site\\_source\\_name}}](https://example.com/?utm_source=snapchat&utm_medium=paid_social&utm_campaign={{campaign.name}}&utm_content={{creative.name}}&utm_audience={{adSet.name}}&utm_placement={{placement}}&utm_ssn={{site_source_name}})

跟踪链接模板:

您的 Adjust 链接 + 所需其他参数, 例如:

[https://app.adjust.com/abc123?campaign={{campaign.name}}&adgroup={{adSet.name}}&creative={{creative.name}}&redirect=https%3A%2F%2Fexample.com%2F%3Futm\\_source%3Dsnapchat%26utm\\_medium%3Dpaid\\_social%26utm\\_campaign%3D{{campaign.name}}%26utm\\_content%3D{{creative.name}}%26utm\\_audience%3D{{adSet.name}}%26utm\\_placement%3D{{placement}}%26utm\\_ssn%3D{{site\\_source\\_name}}](https://app.adjust.com/abc123?campaign={{campaign.name}}&adgroup={{adSet.name}}&creative={{creative.name}}&redirect=https%3A%2F%2Fexample.com%2F%3Futm_source%3Dsnapchat%26utm_medium%3Dpaid_social%26utm_campaign%3D{{campaign.name}}%26utm_content%3D{{creative.name}}%26utm_audience%3D{{adSet.name}}%26utm_placement%3D{{placement}}%26utm_ssn%3D{{site_source_name}})

\*Campaign Lab--Custom Links--新建跟踪链接。

\*\*把自己跟踪链接的tracker token替换模板里的abc123

\*\*\*归因设置里记得打开点击归因的概率模型开关

\*\*\*\*网页开发把落地页URL里的参数透传给Adjust跟踪链接

# Pinterest Web2App跟踪链接设置

(在Pinterest后台设置监测)

跟踪链接模板:

`https://app.adjust.com/abc123?campaign={campaignid}&adgroup={adgroupid}&creative={product_partition_id}&redirect={lpurl}<br />`

\*Campaign Lab--Custom Links--新建跟踪链接。

\*\*把自己跟踪链接的tracker token替换模板里的abc123

\*\*\*归因设置里记得打开点击归因的概率模型开关

\*\*\*\*对于 Pinterest 购物推广活动, 我们建议您将点击链接设置在广告组层级



**Questions?**