TRACKING • TRANSAKCJE • ATRYBUCJA • DIAGNOSTYKA

Tracking afiliacyjny pod kontrolą

Workbook diagnostyki integracji, transakcji i atrybucji

Praktyczne narzędzie do testowania wdrożenia, wykrywania błędów i porządkowania incydentów trackingowych. Bez powtarzania podstaw afiliacji, modeli CPS czy ról w sieci.

order ID | wartość | click ID | duplikaty | consent | S2S / API

Jak pracować z workbookiem?

Wykonuj testy na rzeczywistych scenariuszach sklepu. Zapisuj konkretne order ID, daty, źródła i wyniki. Dzięki temu błąd można odtworzyć i szybciej przekazać do developera lub sieci afiliacyjnej.

Najpierw zobacz cały przepływ danych

Diagnostyka jest prostsza, gdy wiesz, na którym etapie informacja przestaje być poprawna. Ten workbook traktuje tracking jak łańcuch punktów kontrolnych.

1	2	3	4	5
Kliknięcie	**Sesja**	**Zakup**	**Przekazanie**	**Panel**
link / publisher / click ID	cookie / consent / urządzenie	order ID / wartość / waluta	pixel / S2S / API	atrybucja / status / raport

Punkt startowy

Platforma sklepu _____

Checkout _____

GTM _____

Metoda trackingu _____

Data ostatniej zmiany _____

Źródło prawdy

Panel sklepu _____

Panel afiliacyjny _____

GA4 / analityka _____

Logi / backend _____

Osoba techniczna _____

Mój obecny problem trackingowy / obszar do sprawdzenia

Przed testem upewnij się, że integracja ma komplet danych

Dane o kliknięciu

- [ ] link afiliacyjny prowadzi do poprawnego URL
- [ ] publisher ID jest rozpoznawany
- [ ] click ID jest tworzony / przekazywany
- [ ] parametry nie znikają po przekierowaniu
- [ ] consent nie blokuje całego pomiaru

Dane o zamówieniu

- [ ] order ID jest unikalny
- [ ] wartość zamówienia jest poprawna
- [ ] waluta jest zgodna z założeniem
- [ ] kod rabatowy jest przekazywany poprawnie
- [ ] zdarzenie wysyła się tylko raz

Środowisko testowe

ELEMENT	WARTOŚĆ / WERSJA	SPRAWDZONE	UWAGI
Platforma / checkout			
GTM / tag manager			
Wtyczka / skrypt			
Consent manager			
Środowisko mobile			

Co ostatnio zmieniło się w sklepie lub integracji?

Sprawdź, czy źródło ruchu przechodzi przez całą ścieżkę

Karta testu kliknięcia

Data / godzina _____

Publisher ID _____

Click ID _____

Landing page _____

Urządzenie _____

Przeglądarka _____

Punkty kontrolne

- [ ] URL docelowy jest poprawny
- [ ] przekierowanie nie usuwa parametrów
- [ ] identyfikator trafia do sesji
- [ ] po odświeżeniu dane nadal są dostępne
- [ ] ścieżka działa na mobile
- [ ] ścieżka działa po zgodzie / odmowie

Wynik testu

KROK	OCZEKIWANY REZULTAT	RZECZYWISTY REZULTAT	STATUS
Kliknięcie	link otwiera stronę		
Identyfikacja	click/publisher ID zapisany		
Sesja	identyfikator nie ginie		
Checkout	źródło nadal dostępne		

Notatki techniczne / screeny / logi do zebrania

Jedno zamówienie testowe może ujawnić większość błędów

Dane zamówienia testowego

Order ID _____

Data / godzina _____

Wartość brutto _____

Wartość wysłana _____

Waluta _____

Kod rabatowy _____

Porównanie paneli

Sklep _____

System afiliacyjny _____

GA4 / analityka _____

Różnica _____

Status _____

Checklista

KONTROLA	TAK / NIE	UWAGI
Transakcja pojawiła się w systemie		
Order ID jest identyczny		
Wartość jest poprawna		
Waluta jest poprawna		
Źródło / wydawca jest poprawne		
Zdarzenie wystąpiło tylko raz		

Wniosek z testu

Sprawdź, co dzieje się z kodem rabatowym i źródłem

Kod może być elementem identyfikacji kampanii, ale nie powinien zastępować testu całej ścieżki trackingowej. Zapisz, jak system zachowuje się przy różnych wariantach kodu.

SCENARIUSZ	KOD WPISANY	KOD PRZEKAZANY	ŹRÓDŁO PRZYPISANE	STATUS
bez kodu	-			
kod poprawny				
małe litery				
spacja przed / po				
kod ekskluzywny				

Reguła normalizacji kodu w sklepie / integracji

Reguła atrybucji przy kodzie dedykowanym

Ważne: jeśli kod ma wpływać na atrybucję, zasada powinna być udokumentowana i spójna z warunkami programu.

Testuj także to, co może zepsuć tracking

SCENARIUSZ	OCZEKIWANE ZACHOWANIE	WYNIK	UWAGI
Odświeżenie thank-you page	brak duplikatu		
Płatność odroczona	jedna poprawna transakcja		
Anulowanie zamówienia	status zgodny z procesem		
Zwrot częściowy	zgodne przeliczenie / status		
Mobile	tracking działa		
Inna przeglądarka	tracking działa		
Odmowa zgody	zachowanie zgodne z wdrożeniem		

Scenariusze specyficzne dla mojego sklepu

Największe ryzyko techniczne

Nie oceniaj technologii po nazwie — sprawdź jej punkty kontrolne

Browser / pixel

Sprawdź ładowanie skryptu, consent, thank-you page i duplikaty.

S2S / postback

Sprawdź click ID, endpoint, odpowiedź serwera i retry.

API

Sprawdź autoryzację, pola, statusy i logi odpowiedzi.

Wtyczka

Sprawdź wersję, zgodność z checkoutem i aktualizacje.

Moja metoda — karta kontroli

PUNKT KONTROLNY	GDZIE SPRAWDZAM	WYNIK	UWAGI
Identyfikator kliknięcia			
Wywołanie konwersji			
Wartość / waluta			
Odpowiedź systemu			
Logi / błędy			

Co musi wiedzieć developer o naszej metodzie trackingu?

Transakcja nie pojawia się w systemie

Sprawdź po kolei

- [ ] czy kliknięcie zostało zarejestrowane
- [ ] czy identyfikator dotarł do checkoutu
- [ ] czy konwersja została wywołana
- [ ] czy endpoint / skrypt zwrócił błąd
- [ ] czy order ID był unikalny
- [ ] czy transakcja nie została odfiltrowana

Dane do zebrania

Order ID _____

Click ID _____

Data kliknięcia _____

Data zakupu _____

Wartość _____

Urządzenie _____

Drzewo diagnostyczne

PYTANIE	TAK	NIE	NASTĘPNY KROK
Czy kliknięcie jest w logach?			
Czy click ID dotarł do checkoutu?			
Czy konwersja została wysłana?			
Czy system ją przyjął?			

Najbardziej prawdopodobna przyczyna

Transakcja ma wartość 0 lub złą kwotę

Najpierw porównaj

Wartość w sklepie _____

Wartość w dataLayer _____

Wartość wysłana _____

Wartość w panelu _____

Różnica _____

Sprawdź źródło błędu

- [ ] nazwa zmiennej po zmianie checkoutu
- [ ] format liczby i separator dziesiętny
- [ ] brutto vs netto
- [ ] koszt dostawy
- [ ] rabaty i kupony
- [ ] waluta / przeliczenie

Próbka zamówień

ORDER ID	SKLEP	WYSŁANE	PANEL	RÓŻNICA	STATUS

Hipoteza błędu + sposób potwierdzenia

Transakcja pojawia się podwójnie

Typowe miejsca błędu

- [ ] odświeżenie strony podziękowania
- [ ] tag uruchamia się w dwóch kontenerach
- [ ] pixel i S2S raportują to samo zamówienie
- [ ] retry nie ma zabezpieczenia po order ID
- [ ] event jest wysyłany po kilku statusach

Próbka duplikatu

Order ID _____

Event 1 — czas _____

Event 2 — czas _____

Źródło eventu 1 _____

Źródło eventu 2 _____

Kontrola deduplikacji technicznej

PYTANIE	ODPOWIEDŹ	UWAGI
Czy order ID jest kluczem unikalnym?		
Czy retry zachowuje ten sam order ID?		
Czy są dwa niezależne źródła konwersji?		
Czy thank-you page można odświeżyć?		

Plan poprawki i retestu

Sklep i panel pokazują inne dane

Nie każda różnica oznacza awarię. Najpierw porównaj definicje, zakres dat, statusy i moment raportowania.

OBSZAR	SKLEP	PANEL AFILIACYJNY	RÓŻNICA / WYJAŚNIENIE
Zakres dat			
Status transakcji			
Wartość brutto / netto			
Dostawa			
Zwroty / anulowania			
Strefa czasowa			

Który system traktujemy jako źródło prawdy i dlaczego?

Jak często uzgadniamy dane?

Każda zmiana checkoutu może być zmianą trackingu

Checkout

- [ ] nowy thank-you page
- [ ] nowe zmienne
- [ ] nowe statusy
- [ ] inne płatności

GTM / skrypty

- [ ] trigger
- [ ] dataLayer
- [ ] kolejność tagów
- [ ] consent mode

Wtyczka / API

- [ ] wersja
- [ ] endpoint
- [ ] mapowanie pól
- [ ] autoryzacja

Retest po zmianie

TEST	PRZED ZMIANĄ	PO ZMIANIE	STATUS
Kliknięcie			
Order ID			
Wartość			
Kod			
Duplikaty			
Mobile			

Zmiana, która wymaga ponownego audytu w przyszłości

Zgłoszenie techniczne powinno dać się odtworzyć

Podstawowe dane

Data wykrycia _____

Zakres problemu _____

Order ID _____

Click ID _____

Urządzenie _____

Przeglądarka _____

Dołącz do zgłoszenia

- [ ] kroki odtworzenia
- [ ] screen / nagranie
- [ ] logi / payload
- [ ] oczekiwany rezultat
- [ ] rzeczywisty rezultat
- [ ] informacja o ostatnich zmianach

Opis problemu — bez interpretacji, tylko fakty i kolejność zdarzeń

Osoba odpowiedzialna / termin retestu / wynik poprawki

Tracking wymaga kontroli także wtedy, gdy „nic się nie zepsuło”

KONTROLA	OK	DO POPRAWY	UWAGI
Próbka order ID			
Wartości zamówień			
Duplikaty			
Udział transakcji 0 zł			
Kody rabatowe			
Mobile vs desktop			
Rozbieżność sklep vs panel			
Zmiany techniczne w miesiącu			

Bez zmian

Do obserwacji

Do naprawy

Najważniejsza decyzja techniczna na kolejny miesiąc

Twój standard QA dla trackingu afiliacyjnego

Co testujemy po każdej zmianie?

Jakie dane zawsze zapisujemy?

Kto odpowiada za retest?

Otwarte problemy / decyzje

Cel: tracking ma być nie tylko wdrożony, ale także testowalny, odtwarzalny i regularnie kontrolowany.