

# Facebook Pixel of Google Analytics toevoegen

Tracking naar een Facebook Pixel of een Google Analytics account werkt alleen als je een speciale url gebruikt, om de privacy van de bezoeker beter te kunnen waarborgen: in plaats van de link <https://guts.events/xxxxxx> **MOET** je <https://widget.guts.events/xxxxxx> gebruiken. Deze widget link kan ook als *source url* worden gebruikt om de ticket-shop(s) te embedden op jouw eigen website.

## Facebook Pixel

Om jouw Facebook Pixel te verbinden met deze link moet je je Pixel ID als een zogenaamde query-parameter aan de link toevoegen, in de vorm van “**fb=123456789101112**”. Als jouw Pixel ID “**123456789101112**” is, voeg je deze dus toe aan de query-parameter “**fb=**”. De link komt er dan als volgt uit te zien:

<https://widget.guts.events/xxxxxx?fb=123456789101112>

## Google Analytics

Om jouw Google Analytics te verbinden met deze link moet je je GA ID als een zogenaamde query-parameter aan de link toevoegen, in de vorm van “**ga=UA-123456**”. Als jouw GA ID “**UA-123456**” is, voeg je deze dus toe aan de query-parameter “**ga=**”. De link komt er dan als volgt uit te zien:

<https://widget.guts.events/xxxxxx?ga=UA-123456>

## Meerdere query-parameters

Heeft de url al een query-parameter? Bijvoorbeeld **?c=00AAEE** om zo het thema kleur van jouw ticket shop aan te geven? Dan **MOET** je verdere query-parameters toevoegen door gebruik te maken van het **&** teken, in plaats van een **?**. Enkel de eerste parameter begint met een **?**. Een voorbeeld:

<https://widget.guts.events/xxxxxx?c=00AAEE&fb=123456789101112&ga=UA-123456>

**LET OP: Deel NIET de link waar de browser naartoe redirect als je op de link klikt!**

# Google Tag Manager toevoegen

## Introductie

- Aan elk event/groep van evenementen kan een Google Tag Manager (GTM) ID worden meegegeven waarbij er, als de bezoeker cookies accepteert, verschillende events en data naar dit specifieke GTM account wordt doorgestuurd, tot aan een succesvolle betaling toe.
- GUTS Tickets ondersteunt alle officiële tags & trackers welke GTM aanbiedt.
- De meest gebruikte “Sandbox” Community Template scripts, worden ook ondersteund (zie hieronder) en er kan op aanvraag ondersteuning voor nieuwe Community Template scripts gegeven worden.
- Nieuwe triggers en specifieke data kunnen op aanvraag ondersteund worden.
- Het is je eigen verantwoordelijkheid om jouw Google Tag Manager goed in te richten.
- Een Google Tag Manager account kun je gratis aanmaken op <https://tagmanager.google.com> en documentatie is op <https://support.google.com/tagmanager> te vinden.

## Toevoegen aan een event / url

Tracking via jouw eigen GTM werkt alleen als je een speciale url gebruikt, om de privacy van de bezoeker beter te kunnen waarborgen: in plaats van de link <https://guts.events/xxxxxx> **MOET JE** <https://widget.guts.events/xxxxxx> gebruiken. Deze widget link kan ook als *source url* worden gebruikt om de ticket-shop(s) te embedden op jouw eigen website.

Om vervolgens jouw GTM te verbinden met deze link moet je je GTM ID als een zogenaamde query-parameter aan de link toevoegen, `gtm=GTM-AB123456`. De link ziet er dan als volgt uit:

<https://widget.guts.events/xxxxxx?gtm=GTM-AB123456>

- **LET OP: Deel NIET de link waar de browser naartoe redirect al**
- **LET OP: Je kunt niet bovenstaande Facebook Pixel/Google Analytics parameters gebruiken in combinatie met je eigen Google Tag Manager. Wil je gebruik maken van GTM, dan zul je ook zelf Facebook Pixel en/of Google Analytics moeten toevoegen aan jouw GTM.**

## **Toegestane pixels & scripts**

### **Toegestaan:**

- Alle templates van Google Tag Manager
- Sommige Community Templates (sandboxedScripts)

### **Geblokkeerd:**

- Custom Scripts (customScripts)
- Community Templates die niet gewhitelist zijn

Je kunt Community Templates gebruiken, maar als deze een extern Javascript-bestand vereist, moeten we deze mogelijk eerst whitelisten. Je kunt deze externe scripts laten whitelisten door contact met ons op te nemen. We zullen de code controleren om te zien of het van een vertrouwde bron is.

## Events

De volgende events worden doorgestuurd naar Google Tag Manager en kunnen worden gebruikt als trigger om een template/pixel te activeren.

Sectie	Event	DataLayer
*	<i>CookiesConsentAccept</i>	<code>dataLayer.push({event:"CookiesConsentAccept"})</code>
*	<i>PageView</i>	<code>dataLayer.push({ event: "PageView", pagePath: "/", pageRoute: "{Sectie: Queue/Shop/Account/Order}", gateSlug: "{gateslug}", shopSlug: "{shopslug}", eventName: "{the name of an event}", eventSubname: "{subtitle of an event}" })</code>
Queue	<i>QueueNotStarted</i>	<code>dataLayer.push({event: "QueueNotStarted"})</code>
Queue	<i>QueueOpen</i>	<code>dataLayer.push({event: "QueueOpen"})</code>
Queue	<i>QueueEnter</i>	<code>dataLayer.push({event: "QueueEnter"})</code>
Queue	<i>QueueWaiting</i>	<code>dataLayer.push({event: "QueueWaiting"})</code>
Queue	<i>QueuePaused</i>	<code>dataLayer.push({event: "QueuePaused"})</code>
Queue	<i>QueueSoldout</i>	<code>dataLayer.push({event: "QueueSoldout"})</code>
Queue	<i>QueueTurn</i>	<code>dataLayer.push({event: "QueueTurn"})</code>
Shop	<i>ShowEventInfo</i>	<code>dataLayer.push({event: "ShowEventInfo"})</code>
Shop	<i>ShowFloorplan</i>	<code>dataLayer.push({event: "ShowFloorplan"})</code>
Shop	<i>AddProduct</i>	<code>dataLayer.push({ event: "AddProduct", name: "{name of product}", category: "{name of category}", amount: {number of products added}, ecommerce: { currencyCode: '{currency code}', add: { products: [{ name: '{name of product}',</code>

		<pre> id: '{id of product}', price: '{name of product}', category: {name of category}, quantity: {number of products added} }] } } }) </pre>
Shop	<i>RemoveProduct</i>	<pre> dataLayer.push({   event: "RemoveProduct",   name: "{name of product}",   category: "{name of category}",   amount: {number of products added},   ecommerce: {     remove: {       products: [{         name: '{name of product}',         id: '{id of product}',         price: '{name of product}',         category: {name of category},         quantity: {number of products removed}       }]     }   } }) </pre>
Shop	<i>Checkout</i>	<pre> dataLayer.push({   event: "Checkout",   currency: "EUR",   tickets: 1,   ticketsAmount: 21.21,   upsells: 0,   upsellAmount: 0,   total: 1,   totalAmount: 21.21,   products: [     {       name: "{name of product}",       price: {price of a product},       quantity: {number of products},       type: {‘ticket’ or ‘upsell’}     }   ],   ecommerce: {     currencyCode: '{currency code}',     checkout: {       products: [{ </pre>

		<pre> name: '{name of product}', id: '{id of product}', price: '{name of product}', category: '{name of category}', quantity: {number of products removed} } } }) </pre>
Account	<i>Login</i>	<pre> dataLayer.push({   event: "Login",   age: null,   gender: null,   city: "",   country: ""   email: "",   first_name: "",   last_name: "",   mobile_number: ""}) }) </pre>
Account	<i>Signup</i>	<pre> dataLayer.push({event: "Signup"}) </pre>
Order	<i>OptIn</i>	<pre> dataLayer.push({event: "OptIn"}) </pre>
Order	<i>Payment</i>	<pre> dataLayer.push({event: "Payment"}) </pre>
Order	<i>Purchase</i>	<pre> dataLayer.push({   event: "Purchase",   currency: "EUR",   tickets: {number of total tickets},   ticketsAmount: {amount of tickets},   upsells: {number of upsell products},   upsellAmount: {amount of upsell product},   total: {total product: tickets and upsell},   totalAmount: {total amount all products: tickets and upsell}",   order_id: {id of order},   status: "{if order is paid or not}",   daysInAdvance: {days before event},   products: [   {     name: "{name of product}",     price: {price of a product},     quantity: {number of products},     type: {‘ticket’ or ‘upsell’}   }   ] } ] </pre>

		<pre>ecommerce: {   purchase: {     actionField: {       id: {id of order},       revenue: {total amount all products: tickets and upsell},     },     products: [{       name: '{name of product}',       id: '{id of product}',       price: '{name of product}',       category: {name of category},       quantity: {number of products removed}     }]   } }</pre>
--	--	---

## Pageviews

De *PageView* stappen voor de funnel zijn (in ideale vorm) als volgt, zodra de bezoeker de widget/url van evenementen(en) opent:

1. <https://widget.guts.events/{gate-id}/>
  - Indien wachtrij aanstaat: Bezoeker vult nummer en mailadres in en sluit aan in wachtrij.
2. <https://widget.guts.events/{gate-id}/>
  - Indien wachtrij aanstaat: Bezoeker is na een aantal minuten aan de beurt en kiest dan gewenste evenement.
3. <https://widget.guts.events/{gate-id}/>
  - Indien geen wachtrij: Bezoeker is direct aan de beurt en ziet lijst met evenementen, en kiest dan gewenste evenement / indien 1 event: bezoeker gaat automatisch naar shop van evenement.
4. <https://widget.guts.events/{gate-id}/{shop-id}/>
  - Bezoeker komt op evenementen-pagina en kan tussen plattegrond of lijst tickets kiezen ()
5. <https://widget.guts.events/{gate-id}/{shop-id}/checkout/>
  - Bezoeker kiest aantal tickets en klikt op 'Bestel'.
6. <https://widget.guts.events/account/>
  - Bezoeker controleert ingevulde mobiele nummer, en vraagt verificatiecode aan.
7. <https://widget.guts.events/account/>
  - Bezoeker ontvangt verificatiecode per sms en vult deze in.
8. <https://widget.guts.events/profile/>
  - Bezoeker krijgt indien nieuwe klant een formulier te zien, welke ingevuld moeten worden.
9. <https://widget.guts.events/{gate-id}/{shop-id}/shop/orders/{order-id}/>
  - Bezoeker krijg een overzicht van de bestelling en drukt op 'Betalen'.
10. <https://widget.guts.events/{gate-id}/{shop-id}/shop/orders/{order-id}/pay/>
  - Bezoeker krijgt overzicht van betaalmethodes en selecteert er één.
11. Bezoeker wordt doorgestuurd naar gekozen betaalmethoden en rekest af (externe pagina of app)
12. <https://widget.guts.events/{gate-id}/{shop-id}/shop/orders/{order-id}/status/>
  - Bezoeker krijgt een statuspagina te zien als de betaling succesvol is - Het event 'Purchase' wordt hier dus apart doorgestuurd zodat je weten dat de betaling ook echt gelukt is.




## Voorbeeld van een pixel-integratie: Facebook Pixel


Voor de basisfunctionaliteiten van Facebook Pixel tracking zal tenminste de *PageView* trigger toegevoegd moeten worden, zodat bij elke nieuwe pagina die de bezoeker gebruikt deze doorgestuurd worden naar Facebook (de standaard “All Pages” trigger van GTM zal niet werken):

1. Voeg de *Facebook Pixel* toe als template aan jouw GTM Account. Deze kun je vinden in de Community Gallery.
2. Voeg een nieuwe Trigger toe: een *Custom Event* met als event: *PageView*.
3. Voeg dan de Facebook Pixel als nieuwe *Tag* toe, en geef jouw Facebook Pixel ID daarin op. Voeg als Event Name *PageView* op.
4. Voeg aan de aangemaakte Tag de eerdere aangemaakte trigger toe: in ons geval hebben we deze *GUTS - PageView* genoemd.
5. Publiceer je gemaakte aanpassingen en vanaf nu worden alle pagina-bezoeken van bezoekers op jouw evenement(en) doorgestuurd naar Facebook (mits deze bezoekers cookies hebben geaccepteerd).

### Tag Configuration

Tag Type

 **Facebook Pixel**  
gtm-templates-simo-ahava

 Tag permissions 3 permissions >

Facebook Pixel ID(s)  
869693516809950

Event Name  
Standard

Consent Granted (GDPR) ⓘ  
True


---

Object Properties

Load Properties From Variable ⓘ  
False

### Triggering

Firing Triggers

 **GUTS - PageView**  
Custom Event



## Facebook pixel-integratie met Ecommerce dataLayer integratie



Voor alle events waar een ecommerce object aanwezig is, kan gebruikt gemaakt worden van de Facebook Pixel met Enhanced Ecommerce dataLayer integratie.

1. Voeg de *Facebook Pixel* toe als template aan jouw GTM Account. Deze kun je vinden in de Community Gallery.
2. Voeg nieuwe Triggers toe: *Custom Events* met als event: *AddProduct*, *RemoveProduct*, *Login*, *Purchase*.
3. Voeg dan de Facebook Pixel als nieuwe *Tag* toe, en geef jouw Facebook Pixel ID daarin op.
4. Voeg aan de aangemaakte Tag de eerdere aangemaakte triggers toe. Vink aan “Enhanced Ecommerce dataLayer Integration” en “set automatically from dataLayer”. Eventueel kan ook “Enable Advanced Matching” gebruikt worden. Zet dan de parameters zoals in de tabel hierboven staan.
5. Publiceer je gemaakte aanpassingen en vanaf nu worden alle events met een ecommerce object doorgestuurd naar Facebook (mits deze bezoekers cookies hebben geaccepteerd).

## Tag Configuration


Tag Type

 **Facebook Pixel**  
facebookarchive GALLERY 

 **Tag permissions** 4 permissions 


Facebook Pixel ID(s)


Enhanced Ecommerce dataLayer Integration 

Event Name 













Set automatically from dataLayer

Consent Granted (GDPR) 

Enable Advanced Matching

 Data Processing Options

 Customer Information Data Parameters

Parameter name	Parameter value		
City	{{user city}}		
Country	{{user country}}		
Email	{{user email}}		
First Name	{{user first name}}		
Last Name	{{user last name}}		
Phone	{{user mobile number}}		
Gender	{{user gender}}	