

MEER RESULTAAT MET SERVER SIDE TRACKING

versie augustus 2024

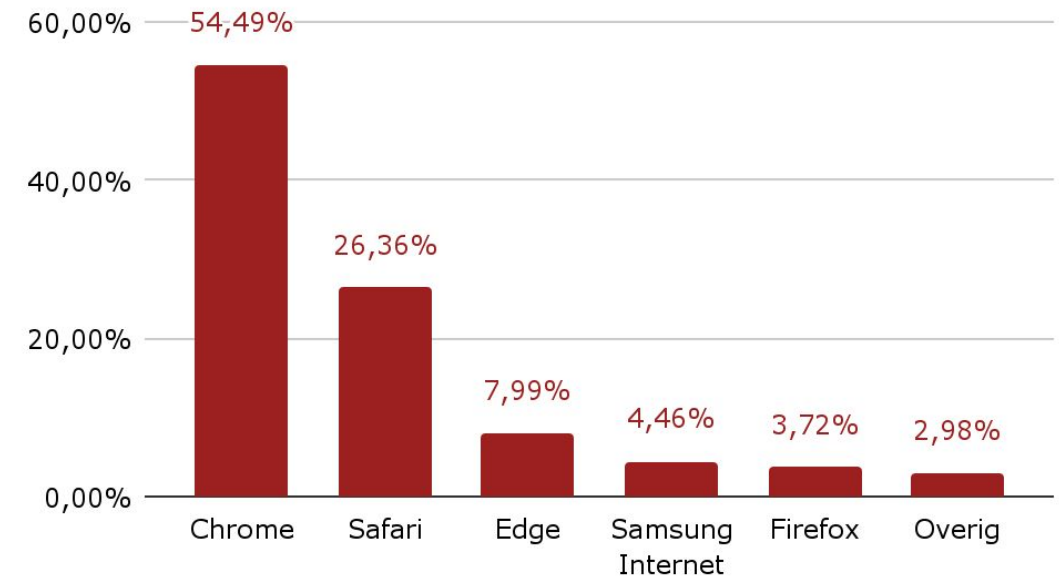


AANLEIDING

Door Europese en nationale wetgeving als de GDPR en de AVG zijn consumenten de laatste jaren steeds bewuster geworden van hun online privacy.

Browsers en besturingssystemen spelen hierop in door tracking te voorkomen, adblockers te plaatsen en de opslag en het gebruik van cookies aan banden te leggen.

Browsers Safari en Firefox blokkeren al jaren third party cookies. Chrome heeft onlangs besloten om niet uit zichzelf third party cookies te blokkeren, maar biedt gebruikers wel de mogelijkheid om cookie blocking als standaard voorkeur aan te zetten in hun instellingen.



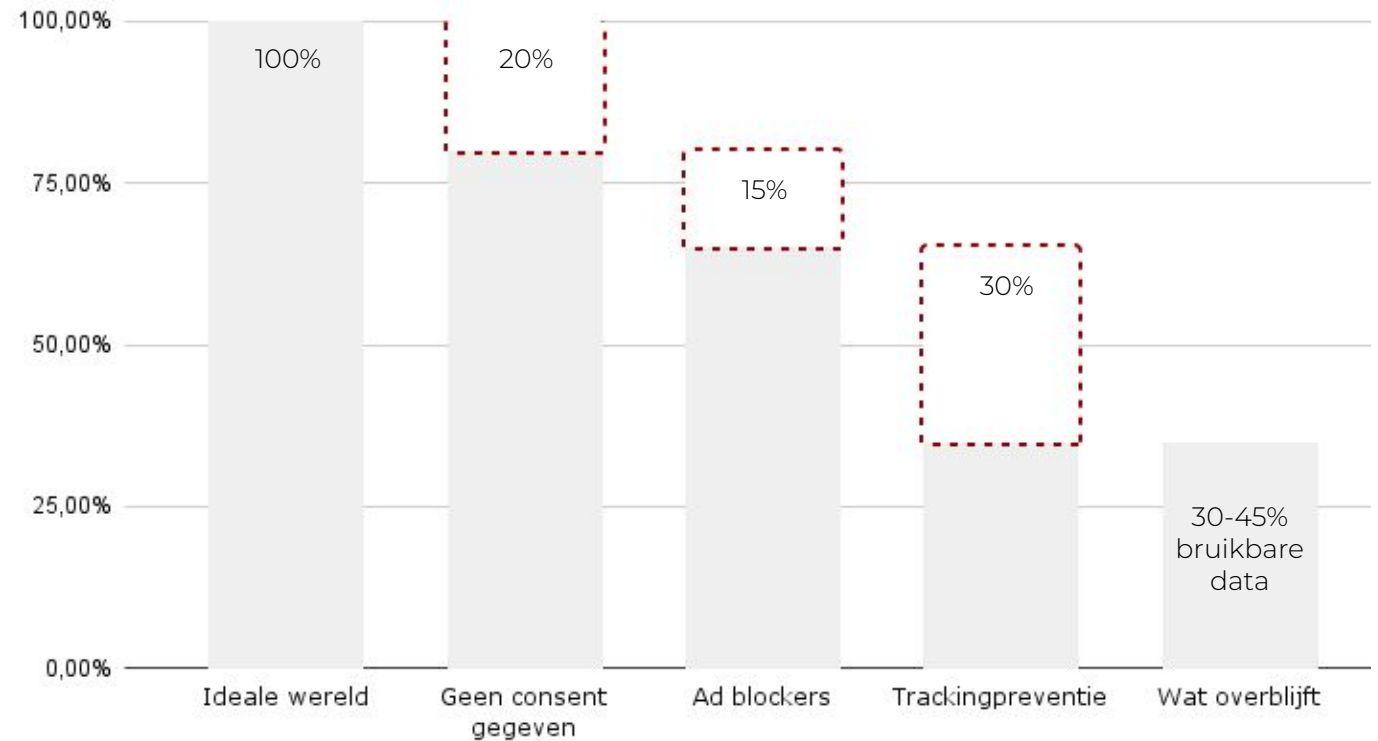
▲ Marktaandeel per browser



GEVOLG

Door al deze maatregelen blijft er steeds minder bruikbare data over.

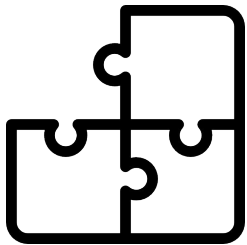
Het is alsof we een puzzel moeten maken waarvan stukjes ontbreken. Het aantal ontbrekende stukjes wordt ook nog eens steeds groter. En zoals je weet: zonder kloppende data zijn je marketinginspanningen gedoemd te mislukken.



CLIENT SIDE TRACKING

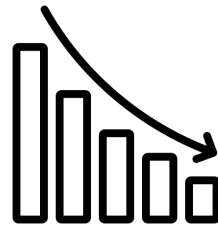


ALS JE GEEN ACTIE ONDERNEEMT



DATAVERLIES

Het is alsof we een puzzel moeten maken waarvan stukjes ontbreken. Het aantal ontbrekende stukjes wordt ook nog eens steeds groter.



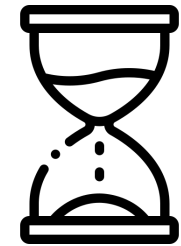
MINDER RESULTAAT

Incompletere data betekent dat de algoritmes van marketing platformen als Google en Meta minder goed kunnen leren en optimaliseren en daardoor dus minder resultaat kunnen behalen.



NIET AVG PROOF

De data zoals bij Google Analytics wordt momenteel via je browser op Amerikaanse servers verzameld, dit is in strijd met de AVG.



LANGZAME WEBSITE

De third party cookies zoals we die kennen vertragen de laadtijd, omdat ze via de browser geladen worden.



Niets doen is geen optie

**ZONDER KLOPPENDE DATA IS HET
ONMOGELIJK OM JE
MARKETINGBUDGETTEN OPTIMAAL
TE BESTEDEN**

STAPJE TERUG: DE HUIDIGE SITUATIE

Om een beeld te schetsen van de huidige situatie, vergelijken we een website voor het gemak even met een fysieke winkel.

In deze fysieke winkel hangen camera's. Deze camera's zijn echter niet opgehangen door de winkeleigenaar, maar door andere partijen (derden). Via de camera's verzamelen deze partijen informatie (data) over klanten die zij opslaan op hun eigen servers. En vooruit: de winkeleigenaar mag deze data ook inzien.

Doordat browsers zich steeds verantwoordelijker voelen voor de privacy van hun gebruikers, worden deze camera's steeds vaker geblokkeerd.

Maar als de camera's, geblokkeerd worden, waar moet de winkeleigenaar dan zijn data vandaan halen?



Bron: AdPage



Oplossing

**WORD EIGENAAR VAN JE DATA
MET SERVER SIDE TRACKING**

HOE WERKT DAT DAN?

Server-side tag management verplaatst de verwerking van tags – stukjes code die informatie verzamelen en doorsturen naar derden (zoals Google Analytics) – van de browser van de gebruiker (client side) naar een server (server side) die van jou is.

Omdat het hier gaat om data van een bezoeker die rechtstreeks naar de server van een adverteerder wordt gestuurd, wordt dit gezien als first party data.

De server zorgt er vervolgens voor dat data bij de externe platformen (Google Analytics, Google Ads, Facebook, etc.) terechtkomt.

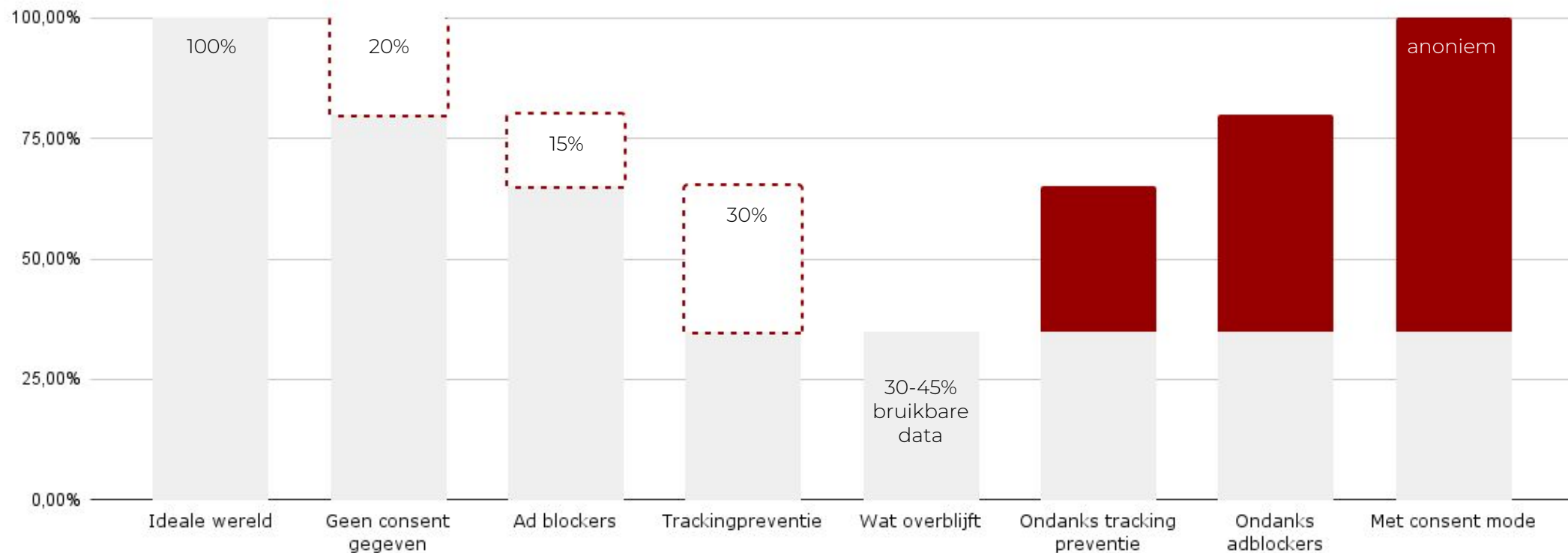
We blijven even bij het voorbeeld van de fysieke winkel. Er hangen nog steeds camera's, maar die zijn nu eigendom van de winkel!

In deze huidige situatie verzamelt de winkeleigenaar dus zelf data en die slaat hij op op zijn eigen servers (server side tracking). Hij bepaalt daarbij zelf welke data hij eventueel beschikbaar stelt aan andere partijen.



MEER BRUIKBARE DATA

Doordat tracking scripts bij server side tracking op de server worden uitgevoerd, worden ze niet beïnvloed door ad blockers en trackingpreventie. Hierdoor houd je dus meer bruikbare data over.

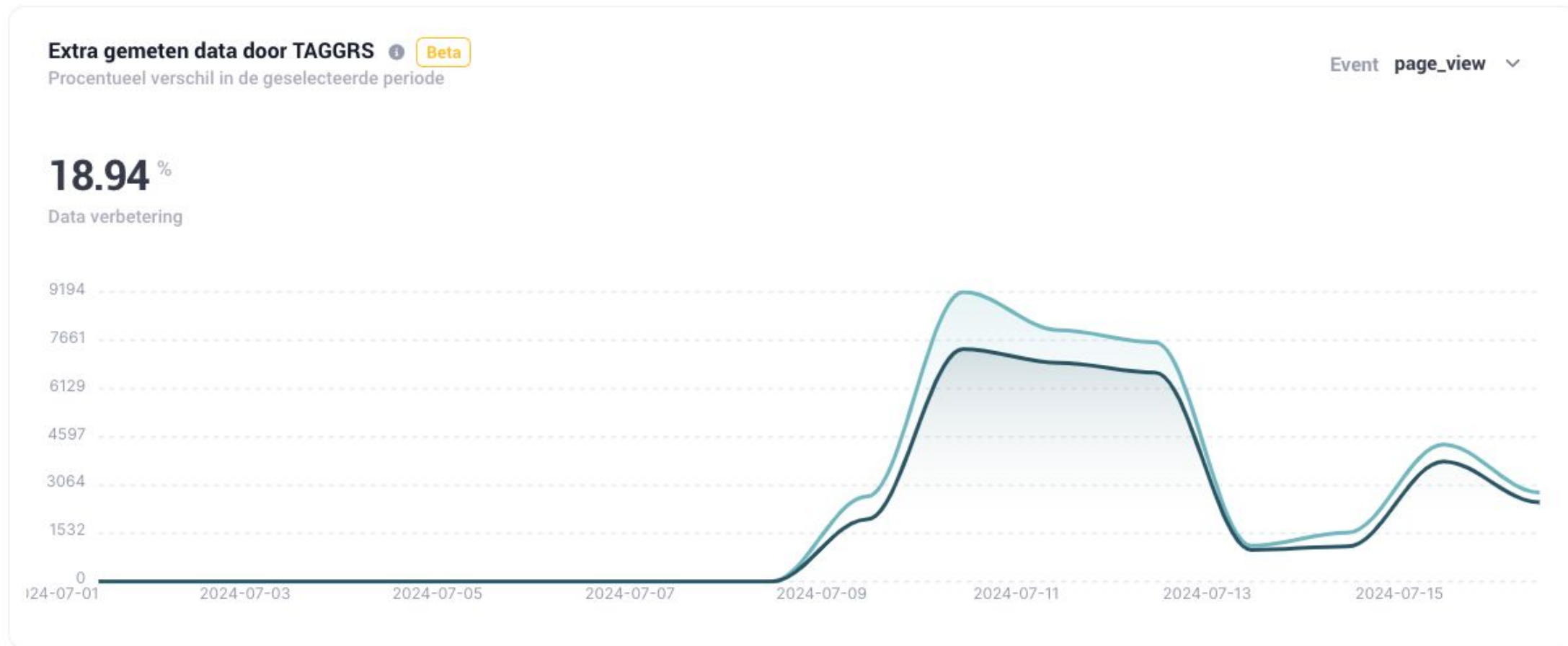


CLIENT SIDE TRACKING

SERVER SIDE TRACKING



MEER BRUIKBARE DATA

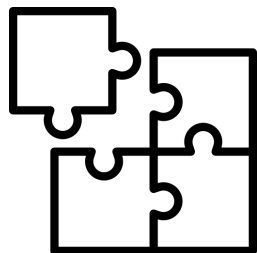


Klantvoorbeeld van extra gemeten data door server side tracking.



VOLLEDIGE CONTROLE OVER JE DATA

Server side tracking biedt de volgende voordelen:



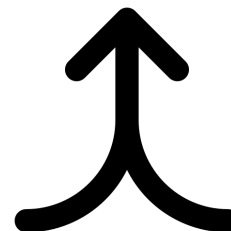
COMPLETEERE DATA

Wanneer je data verzamelt op je eigen server word je niet gehinderd door browserbeperkingen en cookielimieten. Hierdoor krijg je een completer beeld van (het gedrag van) je klanten.



AVG PROOF DATA VERZAMELEN

Bij server side tracking worden third party cookies herschreven naar first party cookies. Deze privacyvriendelijke manier van data verzamelen is AVG proof.



MEER/BETERE INPUT VOOR ALGORITMES

Hoe meer kloppende data je de algoritmes van advertentiekkanalen voedt, hoe beter deze kunnen optimaliseren op resultaat.



VERSNELDE WEBSITE

Server side tagging en tracking vermindert de belasting van de browser van de gebruiker. Het resultaat? Snellere laadtijd.

... en vormt daarmee een sterke lange termijn oplossing.



HOE KUNNEN WIJ HELPEN

Je marketingprestaties zijn direct gerelateerd aan de kwaliteit van je data, dus zonder kloppende data zal je nooit het maximale uit je marketinginspanningen kunnen halen.

Daarom is het verstandig om zo snel mogelijk te beginnen met het implementeren van server side tracking. Wij kunnen je helpen met:

1. INSCHATTING KOSTEN

2. OPZETTEN VAN DE SERVER

3. PROJECT MANAGEMENT DOOR EEN DATA SPECIALIST

o.a. begeleiden van samenwerking met TAGGRS en NH Digital, rapporteren over de voortgang, informeren van collega's, etc.



EXTRA INFORMATIE

DISCLAIMER

- Het blijft verplicht om websitegebruikers om toestemming te vragen voordat je data gaat verzamelen. Ook wanneer het gaat om first party data. Het is daarom aan te raden om Consent Mode en verbeterde meting voor conversies ook goed te implementeren.
- Dit document is met zorg samengesteld op basis van de kennis die we nu hebben. Natuurlijk zitten we bovenop de ontwikkelingen en op basis daarvan zullen we regelmatig updates doorvoeren. Wil je zeker zijn van de meest recente informatie? Neem dan contact met ons op.



DIT HEB JE NODIG

Wanneer je aan de slag wilt met server side tracking, zijn er verschillende tools die je kunt gebruiken, onder andere voor het managen van je tags en het hosten van je serverruimte. Grofweg heb je het volgende nodig:

SERVERRUIMTE

De kosten voor server side tracking zijn voornamelijk gekoppeld aan de server die fungeert als kanaal voor de datastromen naar de verschillende platformen. Standaard draait de Google Tag Manager server container op het Google Cloud Platform – een dure oplossing, gezien Google Cloud een *one size fits all* oplossing is. Je kunt veel meer met Google Cloud dan alleen Server Side Tracking. Bovendien vraagt Google Cloud om een zeer technische implementatie. Om die reden hebben wij ervoor gekozen om samen te werken met **TAGGRS** - deze partij biedt hostingsoftware voor GTM Server Side Tracking met verschillende pakketten vanaf € 25 / maand.

DATALAYER

Een datalayer is een onzichtbare laag die data (over bijvoorbeeld klanten, producten, winkelwagentjes en orders) op een gestructureerde manier ordent, zodat andere software (zoals GA4) deze kan begrijpen. Je kunt de datalayer je zien als een brug tussen je website en je tag management systeem.

TAG MANAGEMENT SYSTEEM

Voor het managen van de verschillende tags werken wij met Google Tag Manager. Voor de meeste klanten hebben we hiervoor al een client container aangemaakt. Voor de server side tracking is daarnaast ook een server container nodig. Deze is nodig om alle scripts vanaf je eigen domein te laden. Daarmee worden de aangemaakte cookies first-party cookies en kun je de privacy-blockende eigenschappen van browsers, plugins en iOS omzeilen.





CINDY ADRIAANSEN

Digitaal specialist

+31 6 52 38 28 66
cindy@redivy.nl



NYNKE VAN TOOR

Sr. SEA Specialist

+31 6 19 67 80 69
nynke@redivy.nl

**DIGITAAL
GROEIEN
MET**

