Уточнения для создания API

В скрипте обратите внимание на разделы (Рекламодателям/Интеграция) и (Рекламодателям/Мои офферы/Настройки/API)

суть и принцип следующий, Рекламодатель подает оффер на модерацию, после прохождения модерации должен установить АПИ, после установки АПИ созать тест, после теста, поступает сигнал о том что оффер допущен к работе который сайт -скрипт АПИ запоминает.

То есть нужно АПИ с сигналами о том что АПИ установлен, с метками так сказать, и с системой сигналов и авто тестов, а так же сверки трафика переходов и сверки действий.

1. Разблокировка оффера и допущен к работе. ( с установкой меток, которые внедрены в АПИ) конечно с авто проверкой домена, а то так могут АПИ и на ПК установить, то есть авто проверка пути домена - под домена страниц. Ссылки рекламодатель указывает при подаче заявки на модерации, там два поля, основной домен проекта, и домен на который хотят получать трафик поток, так как бывает что у рекламодателя есть основной сайт, но продажи или регистрации делают с под доменного лендинга.

2. Блокировка оффера в случае если АПИ отключено или удалено. (то есть система сигналов к меткам, на проверку того что апи не удалено)

3. Ну и передача данных под типы партнерок.

Типы тартнеров

1. СРА - то есть действие (регистрации, оставить заявку на покупку - заполнение формы, внесение оплат или депозотов, покупок, ну и сигналы к самому АПИ, снят, не снят, и так далее)

В СРА производится вознаграждение в виде ставки, то есть после действия должна передаваться инфа - сигналы, о переходах, регистрациях, заявки, покупки.

2. Refshare - вознаграждение с продаж. и так же за повторные продажи, тут почти те же самые сигналы как в СРА, но и еще должен быть код для внедрения в базу рекламодателя, что бы запросами сверять повторные покупки приведенных клиентов.

Сигналы так же (переход, регистрация, вход, добавление в корзину, оплата, покупка, обращение к базе о повторных продаж, успешная покупка, ну и сигналы к самому АПИ, снят, не снят, и так далее) Стоит учесть что повторные покупки клиенты уже не будут переходит по нашей ссылке. они будут приходить на прямую, то есть нужно помечать клиентов, в базе у рекламодателя. и переодическими запросами определять совершена ли повторная покупка.

3. Sale - по сути тоже самое что и рефшара, но без повторных покупок, то есть вознаграждение производится только за первую покупку - продажу, за последующие не производится. то есть те же сигналы, но без обращения к базе.

4. Lead - вознаграждение за регистрацию, заполнение заявки, к примеру на вебинар, то есть форму, то есть лиды. Тут сигналы нужны (переход, регистрация, вход, заявка подана. ну и проверка АПИ).

Если что то упустил, напишите, я не программист, могу что то упустить. И напишите как вы видите реализацию, и систему сигналов, меток. Возможно можно подсмотреть у топовых СПА платформ (offerrum, leadbit, cpagetti ) есть еще одна рабитражка. admitad, на там как мне кажется, если я верно разобрался уже не апи а ООП, для нас пока ООП дорого, не по карману, ну посмотрите, моет что интересное найдете, что бы АПИ работало, четко, быстро, и не могли его снять или за блокировать, что бы вею мастеров не могли обмануть рекламодатели, а то такое частенько бывает в арбитражках.

Пояснение по тест системе.

Тест рекламодатель должен сделать . в разделе (Рекламодателям/Мои офферы/Настройки/API) там есть окно, создать тест, то есть эта рекламодатель делает, при тесте платформа, скрипт АПИ его запоминает, и запоминает метки установленные на сайте рекламодателя, к которым и обращается переодически, то есть что бы разблокировка оффера - допущение к работе производилась автоматически, и запоминание меток.

Что то вроде как у платежных систем, то есть проверка работоспособность апи этим тестом, и то что счетчики старбатываеют в тестовом варианте, то есть считают переходы, регистрации, продажи, добавление в карзину, пополнение баланса, оплата, покупки и так далее.

И конечно система генерации ключей индивидуальных к каждому АПИ соединению, так же посмотрите в разделе (Рекламодателям/Мои офферы/Настройки/Api/ Api ключ )