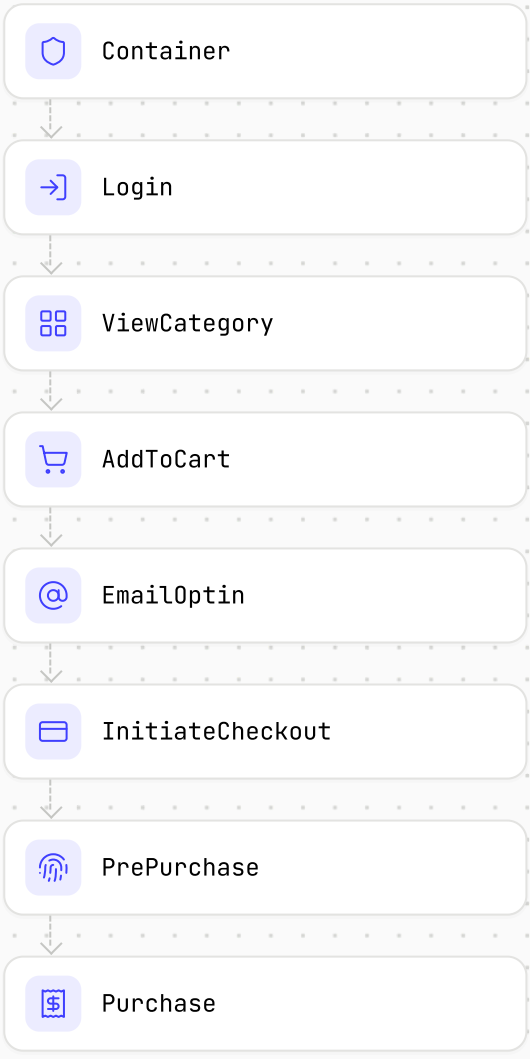
DAYLEE

spotler Activate

De **10 meest voorkomende fouten** in Spotler Activate-setups **en hoe je ze oplost**

Op basis van 20 audits op Nederlandse webshops op Activate, uitgevoerd in 2026.



DAYLEE · september 2026 · 8 pagina's

HET OVERZICHT

Alle **10** op een rij

Elk punt wijst een tag, een trigger of een variabele in je container aan. De oplossingen beginnen op pagina 3.

01 **De e-mailvariabele is nooit ingevuld**
Tag `Purchase` · variabele `email`
Leeg of `undefined`, want het pad verschilt per webshop en wordt vaak niet ingevuld. **p. 3**

02 **Website en backend sturen een ander ordernummer**
Tag `Purchase` · variabele `orderid`
Een ander nummer dan de backend stuurt, waardoor elke order dubbel telt. **p. 3**

03 **De inlogtag geeft geen e-mailadres door**
Tag `Login`
Komt binnen zonder adres, vooral bij inloggen via Google of Facebook. **p. 4**

04 **Snel toevoegen wordt nergens gemeten**
Tag `AddToCart`
Werkt op de productpagina, niet bij snel toevoegen vanaf categorie of zoek. **p. 4**

05 **De checkoutstart wordt niet gemeten**
Tag `InitiateCheckout`
Ontbreekt, of hangt aan 2 triggers tegelijk. **p. 5**

06 **De checkout-identificatie komt leeg binnen**
Tag `PrePurchase`
Vuurt bij het laden van de checkout, dus zonder e-mailadres. **p. 5**

07 **De opt-in koppelt niet aan een bezoeker**
Tag `EmailOptin`
Komt alleen uit het CRM. Zonder cookie koppelt Activate het adres aan niemand. **p. 6**

08 **Het product-ID matcht niet met je feed**
Tag `AddToCart` · variabele `item_id`
Stuurt het variant-ID terwijl je feed het product-ID heeft. **p. 6**

09 **Het categorie-event komt leeg binnen**
Tag `ViewCategory`
Vuurt wel, maar `category_id` is leeg of 0. **p. 7**

10 **Tags vuren ook zonder toestemming**
Container · `consent`
Consent staat op niet ingesteld, dus tags vuren ook na weigeren. **p. 7**

1 De e-mailvariabele is nooit ingevuld

Tag `Purchase` · variabele `email`

Spotler levert een importbestand dat alle events in één keer in je container zet. Het e-mailadres zit er bewust niet in, want het pad verschilt per site. Dat toevoegen schiet er vaak bij in, ook omdat GA4 het adres niet nodig heeft en het nergens pusht. De tag vuurt, het event komt binnen, het profiel blijft anoniem.

CONTROLEER HET ZO

1. Zet Tag Manager in Preview-modus en doe een testaankoop.
2. Klik in de debugger op de Spotler Purchase-tag.
3. Open het tabblad met de verzonden waarden en zoek `email`.
4. Leeg of `undefined`? Dan is dit jouw punt.

Oplossing: maak in Tag Manager een DataLayer Variable op het pad waar het adres staat, meestal `user.email` of `checkout.email`. De Spotler-tags zijn Custom HTML, dus voeg in het script van de Purchase-tag `data.email = {{DLV - email}}` toe. Staat het adres nergens in de dataLayer, zie punt 7. Test ook een gastbestelling, daar ontbreekt het adres meestal.

→ **Bij 2.000 orders per maand en 20 procent zonder adres: 400 kopers per maand die je post-purchase- en replenishment-flow nooit bereiken**

2 Website en backend sturen een ander ordernummer

Tag `Purchase` · variabele `orderid`

Beide kanten leveren netjes aan, maar met een ander nummer. Bij een van de shops stuurde de website een lang intern ID en de backend het ordernummer. Van de tienduizenden order-ID's matchte er geen enkele. Spotler voegt de twee samen op het order-ID, dus zonder match telt elke aankoop dubbel.

CONTROLEER HET ZO

1. Ga in Activate naar Data en open Live events.
2. Pak een recente aankoop die via de browser binnenkwam en noteer het order-ID.
3. Zoek dezelfde aankoop tussen de backend-events.
4. Twee keer hetzelfde nummer is goed. Een lang intern ID naast een ordernummer matcht niet.

Oplossing: kies 1 nummer, het ordernummer van de bevestigingsmail, en stuur dat aan beide kanten mee. In het tagscript is dat `data.orderid`, meestal gevuld uit `ecommerce.transaction_id`: controleer of daar het ordernummer in zit en niet het interne ID. In Magento: `increment_id`, niet `entity_id`.

→ **Je segmenten naar Meta en Google Ads kloppen niet**

3 De inlogtag geeft geen e-mailadres door

Tag `Login`

Wie inlogt heeft zichzelf al geïdentificeerd. Goedkoper krijg je herkenning niet. Toch kwam Login in bijna de helft van de 20 audits binnen zonder adres. Het gaat meestal mis bij inloggen via Google of Facebook, of bij een login buiten je eigen shop.

CONTROLEER HET ZO

1. Log in op je eigen site met Preview-modus aan.
2. Zoek de Login-tag in de debugger en kijk of het veld `email` gevuld is.
3. Bied je social login aan, doe het dan nog een keer via Google of Facebook.

Oplossing: laat je site na een geslaagde login een dataLayer-push doen met het adres erin, en hang de Login-tag aan een Custom Event op die push. Komt de klant via een externe provider terug op een redirect-URL, laat de push dan pas uitvoeren op de pagina ná de redirect. Een adres dat alleen in een cookie of in de sessie zit, komt niet vanzelf in de dataLayer.

→ Een ingelogde klant die je niet herkent, krijgt dezelfde mail als een vreemde

4 Snel toevoegen wordt nergens gemeten

Tag `AddToCart` · trigger `add_to_cart`

Toevoegen aan de winkelwagen werkt op de productpagina zoals het hoort. Vanaf de categoriepagina, de zoekresultaten en de homepage gebeurt er niets: andere knoppen, andere afhandeling. Bij een shop stonden tienduizenden productweergaven tegenover tientallen AddToCart-events.

CONTROLEER HET ZO

1. Ga in Activate naar Data, open Events over de laatste 7 dagen en zet de aantallen naast elkaar.
2. De volgorde moet kloppen: minder aankopen dan checkout-starts, minder checkout-starts dan winkelwagen-toevoegingen. Klopt die volgorde niet, dan mist er een event.
3. Leg daarna iets in je winkelwagen vanaf een categoriepagina en kijk of het event in Live events verschijnt.

Oplossing: test per paginatype: productpagina, categoriepagina, zoekresultaat, homepage en winkelwagen. Komt de `add_to_cart`-push daar niet, dan helpt een extra trigger niet en moet de push in je thema erbij. Kan dat niet snel, vang de knop dan tijdelijk af met een Click-trigger op de CSS-selector van de sneltoevoegknop.

→ Wie alleen via snel toevoegen bestelt, bestaat in je flows niet

5 De checkoutstart wordt niet gemeten

Tag `InitiateCheckout`

Twee varianten. Of de tag bestaat niet, waardoor de bezoekers met de hoogste koopintentie onzichtbaar zijn. Of hij hangt aan 2 triggers tegelijk, `begin_checkout` en `view_cart`, waardoor je meer checkout-starts meet dan er zijn.

CONTROLEER HET ZO

1. Ga in Activate naar Data, open Events over de laatste 7 dagen en zoek InitiateCheckout.
2. Staat hij er niet, of staat hij op 0, dan ontbreekt de tag.
3. Staat hij er wel, kijk dan in Tag Manager hoeveel triggers eraan hangen.

Oplossing: draait je GA4-e-commerce al, dan ligt de trigger er al: een Custom Event op `begin_checkout`. Hang daar 1 Spotler-tag aan met InitiateCheckout als eventnaam. Staan er 2 triggers op die tag, haal `view_cart` eraf, anders tel je het dubbel.

→ Zonder dit event bestaat er geen abandoned-checkout-flow. In bijna elke audit het grootste verlies

6 De checkout-identificatie komt leeg binnen

Tag `PrePurchase`

PrePurchase is het moment waarop je iemand leert kennen vlak voor de aankoop. Meestal vuurt de tag bij het laden van de checkout, en bij een gastcheckout bestaat het e-mailveld op dat moment nog niet. Het event komt dus binnen zonder adres, en dat is precies het veld waarvoor het event bedoeld is.

CONTROLEER HET ZO

1. Ga in Activate naar Data, open Live events en zoek een recent PrePurchase-event.
2. Kijk of het e-mailveld gevuld is.
3. Doe daarna zelf een gastcheckout en kijk op welk moment de tag vuurt.

Oplossing: vraag je developer om een dataLayer-push op het moment dat het e-mailveld is ingevuld, bij het verlaten van het veld of na stap 1 van de checkout. Hang de PrePurchase-tag daarna aan een Custom Event op die push, met het adres eruit als DataLayer Variable.

→ Samen met punt 7 bepaalt dit hoeveel mensen je cart-flow kan bereiken

7 De opt-in koppelt niet aan een bezoeker

Tag `EmailOptin` en `NewsletterFooter`

De opt-in komt binnen vanuit je CRM in plaats van vanuit de website. Een backend-event heeft geen cookie, dus Activate kan het adres aan geen enkele bezoeker koppelen. Iemand met een volle winkelwagen blijft anoniem, ook al staat hij in je nieuwsbrief.

CONTROLEER HET ZO

1. Zet in Data Overview Matched Profiles naast Total Profiles. Dat is je match rate.
2. Spotler noemt 30 tot 50 procent normaal. Zit je daaronder, dan identificeer je te laat.
3. Schrijf je zelf in via de footer en kijk in Live events of er een frontend-event verschijnt.

Oplossing: bij een inschrijving op de nieuwsbrief wordt er vaak niets naar de dataLayer gepusht. Het adres staat op het scherm, Tag Manager ziet het nooit. Laat je developer bij het verzenden van het formulier een push doen met het adres erin, en hang daar een NewsletterFooter-tag aan. Kan dat niet snel, dan kan Tag Manager het veld ook zelf uitlezen bij een klik op de verzendknop. Spotler heeft daar een kant-en-klaar script voor.

→ **Bij 4 op de 10 anonieme winkelwagens raakt je cart-flow hooguit 6 op de 10 mensen, hoe goed hij ook is**

8 Het product-ID matcht niet met je feed

Tag `AddToCart` · variabele `item_id`

De events zijn compleet en de feed staat erin, maar de nummers komen niet overeen. Het gaat meestal mis bij varianten: het event stuurt het child-ID van de gekozen maat of kleur, terwijl de feed alleen het parent-ID kent, of precies andersom. Shopify stuurt standaard het variant-ID, WooCommerce het post-ID, Magento de SKU. Activate zoekt het product op en vindt niets.

CONTROLEER HET ZO

1. Pak in Live events een recent AddToCart-event en noteer het product-ID.
2. Zoek dat nummer in Activate onder Products.
3. Vind je het product niet, dan matcht je feed niet op dat veld.

Oplossing: Spotler schrijft voor dat het product-ID gelijk is aan de SKU in Activate. Houd dat aan beide kanten aan en beslis of je op parent of op child matcht. In de productlus van het tagscript gaat `item_id` uit `ecommerce.items` naar `id`: controleer wat je platform daar meegeeft. De feed pas je zelf aan, de dataLayer is developerwerk.

→ **Je ziet het pas in de mail: lege aanbevelingsblokken en price-drop-flows die niet vuren**

9

Het categorie-event komt leeg binnen

Tag `ViewCategory`

De tag vuurt op elke categoriepagina, alleen het veld waar het om gaat is leeg. Bij een webshop had van de ruim honderdduizend categorieweergaven bijna geen enkele een ID. Zo'n fout blijft het langst staan, want in de interface zie je een groen event met een groot aantal.

CONTROLEER HET ZO

1. Open in Live events een ViewCategory-event en kijk of `category_id` gevuld is.
2. Staat er een waarde, controleer dan of die ook bestaat onder Products en Category. Een ID dat nergens op slaat is net zo bruikbaar als een leeg veld.

Oplossing: maak een DataLayer Variable op `ecommerce.item_list_id` uit de GA4-push `view_item_list` en zet die in `data.category_id` van de ViewCategory-tag. Spotler vult in zijn eigen voorbeeld `item_list_name`, maar een ID dat ook onder Products en Category bestaat werkt beter. Let op dat een 0 niet als waarde telt.

→ Gebruik je categorie-affiniteit nergens in je segmentatie, dan is dit geen probleem

10

Tags vuren ook zonder toestemming

Container · `consent`

In de containers die wij bekeken staat consent vaak op niet ingesteld. De tags vuren dan altijd, ook bij bezoekers die de banner weigerden. Andersom komt ook voor: alles staat achter toestemming, ook events die je nodig hebt, en je verliest data zonder het te merken.

CONTROLEER HET ZO

1. Open je site in een vers incognitovenster en weiger de banner.
2. Kijk in Preview-modus welke Spotler-tags toch afgingen.
3. Doe het nog een keer en accepteer wel. Zie je geen verschil, dan is toestemming nergens gekoppeld.

Oplossing: zet per Spotler-tag onder Advanced Settings bij Consent Settings welke toestemming vereist is, meestal `analytics_storage` en `ad_storage`. Laat Activate het daarna ook weten met een consent-push zodra iemand accepteert. Zonder die push worden marketingacties niet getriggerd, ook niet voor wie wel toestemming gaf.

→ Een juridisch risico en een datarisico tegelijk

DE VOLGENDE STAP

Binnen **5 werkdagen** weet je **precies wat er stuk is**

Deze 10 check je zelf. De rest vinden wij in jouw account. Je krijgt een overzicht van alles wat niet klopt of ontbreekt.

De Activate Audit

- ✓ **Binnen 5 werkdagen** nadat we toegang hebben.
- ✓ We scannen **een volle maand aan events** uit je account.
- ✓ Je krijgt **een score en een rapport** met alle verbeterpunten die we vinden, elk met het aantal events dat het raakt.

€950

daylee.nl/activate-audit →

Bonus: verbeterpunt 1 lossen we meteen voor je op.

Wat we van je nodig hebben:
toegang tot je Spotler Activate met reporting-rechten aan.

spotler ELITE PARTNER | **Meer dan 7 jaar** Spotler Activate-ervaring

Dit document komt uit 20 audits op Nederlandse webshops op Activate, uitgevoerd in 2026. De voorbeelden zijn geanonimiseerd en afgerond.

Eventnamen en verplichte velden volgen de documentatie van Spotler: activate.spotler.help/hc/en-gb/articles/21593645656722

DAYLEE