

Affiliate-Marketing: Die effiziente Art, den Shopumsatz zu steigern!

Affiliate-Marketing ist ein relativ neues, internetbasiertes Marketing- und Vertriebskonzept, das Unternehmen und Shopbetreibern neue Absatzkanäle eröffnet und nur im Erfolgsfall mit Kosten verbunden ist – in der Regel in Form umsatzabhängiger Provisionen. Affiliate-Marketing gewinnt im Online-Marketing-Mix zunehmend an Bedeutung. Gemessen am einzusetzenden Kapital bietet Affiliate-Marketing einen effektiveren Return of Investment (RoI) als jede andere Online-Werbemaßnahme. Heute wird bereits rund ein Viertel des gesamten Online-Umsatzes in Deutschland mit Hilfe von Affiliate-Marketing generiert.



So funktioniert Affiliate-Marketing

Das Funktionsprinzip des Affiliate-Marketings ist schnell erklärt: Der Werbetreibende (auch Merchant genannt) platziert Werbemittel wie Banner, Layer oder Skyscraper auf den Webseiten von Partnern (auch Affiliates genannt). Die Werbemittel sind mit einem speziellen Angebot oder einer Produktseite des Merchants verlinkt. Nur wenn ein Werbemittel auf der Website des Partners angeklickt wird und/oder zum Kauf bzw. zu einer Bestellung im Onlineshop des Merchants führt, erhält der Affiliate eine Vergütung – in der Regel in Form einer Umsatzbeteiligung (Pay per Sale).

Online-Marketing mit Erfolgsgarantie

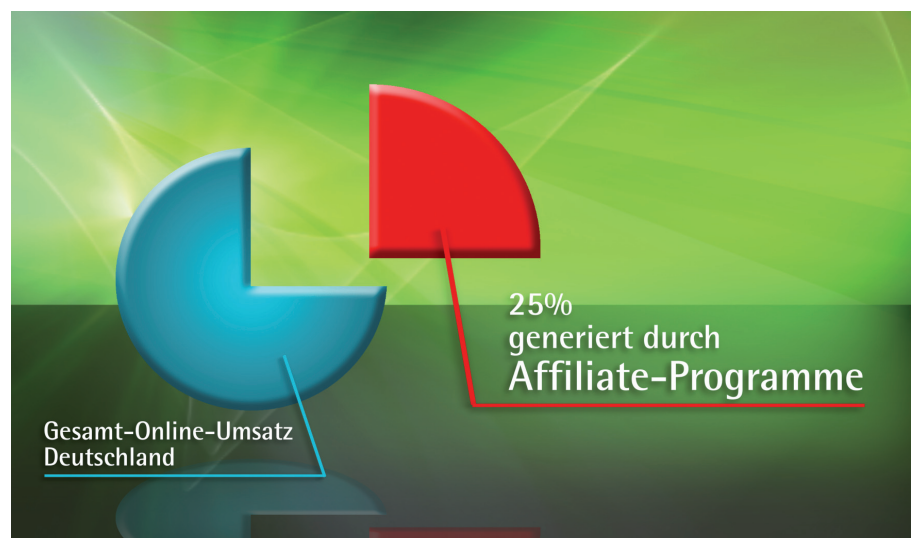
Affiliate-Marketing wird überwiegend zur direkten Verkaufsförderung von Waren und Dienstleistungen genutzt, ist aber darauf nicht beschränkt. Man kann das präzise überprüfbare, erfolgsorientierte Marketinginstrument auch dazu einsetzen, den Traffic auf einer Website zu erhöhen, neue Produkte einzuführen, Abonnenten für Newsletter zu gewinnen oder Gewinnspiele bekannt zu machen. Die Vergütung für den Affiliate wird dann nicht am erzielten Umsatz ausgemacht, sondern an der Zahl der Klicks (Pay per Click) oder der gewünschten Handlungen (Pay per Lead) auf der Website des Merchants (Prospektbestellung, Newsletter-Anmeldung etc.).

Zuverlässige Steuerung und Kontrolle

Moderne Tracking-Technologie ermöglicht die zuverlässige Registrierung sämtlicher Transaktionen über die Werbemittel auf Partner-Websites – vom ersten Klick bis zum Verkauf. Kommt ein Kauf zustande, wird dem Affiliate eine entsprechende Provision gutgeschrieben. Die Online-Vertriebsaktivitäten über Partner-Websites sind somit direkt messbar und präzise steuerbar. Der Online-Händler kann schnell erkennen, welche Partner welchen Traffic oder Umsatz für sein Geschäft erzielen. Erfolgreiche Partner können mit Sonderprämien (für das Erreichen eines bestimmten Umsatzes oder einer festgelegten Clickrate) oder Provisionsstaffeln zusätzlich motiviert werden.

Leichte Erschließung neuer Vertriebskanäle

Im Prinzip stellt das Affiliate-Marketing eine Rückbesinnung auf die bewährten Vertriebskanäle des Offline-Business dar. Die Funktion



von Warenhäusern oder klassischen Einzelhändlern für die Produktdistribution übernehmen dabei die Webseiten der Affiliates. Angebote, Produkte und Dienstleistungen werden per Affiliate-Marketing näher zum Kunden gebracht, sind für den Kunden besser und schneller erreichbar und können sogar unmittelbar an die spezifischen Interessen und Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen angepasst werden.

Ein Gewinn für Merchants, aber auch für Affiliates

Affiliate-Marketing ist nicht nur für den Werbetreibenden (Merchant) lukrativ, sondern auch für die Partner (Affiliate), was deren Bereitschaft zur Teilnahme an Partnerprogrammen natürlich unterstützt. Der Merchant kann effizient neue Zielgruppen ansprechen, die er ohne Partner-Websites niemals erreicht hätte, neue Märkte mit (im Vergleich zu anderen Werbe-/Marketingmaßnahmen) minimalen Kosten erschließen und sich etwaige Händlermargen sparen. Der Affiliate kann über die Teilnahme an einem Affiliate-Programm sein eigenes Web-Angebot erweitern und attraktiver gestalten. Er bietet seinen Kunden einen Mehrwert, ohne in die eigene Infrastruktur zu investieren, und kann über Provisionen Nebeneinkünfte realisieren. Die Win-Win-Situation für beide Parteien macht Affiliate-Marketing zur ultimativen Form der modernen Marketingkooperation.

Teilnahme an einem Affiliate-Netzwerk

Es gibt für Unternehmen und Shopbetreiber im Prinzip zwei Möglichkeiten, das innovative Online-Marketinginstrument für eigene Zwecke einzusetzen. Der auf den ersten Blick leichtere Weg ist die (gebührenpflichtige) Anmeldung in einem Affiliate-Netzwerk. Hierbei handelt es sich um eine unabhängige Plattform, die als Schnittstelle zwischen Merchants und Vertriebspartnern fungiert. Dabei geht Ihr Aufwand gegen Null, denn der Netzwerk-Betreiber kümmert sich um die Auswahl von Affiliates, das Tracking Ihrer Werbemittel und die Abrechnung. Leider haben Sie dafür aber auch keinen Einfluss auf die Auswahl der Partner und die Provisionsmodelle, können nur vorgegebene, standardisierte Werbemittel bereitstellen und müssen nicht nur Ihre Affiliates vergüten, sondern auch den Netzwerk-Betreiber.

Das eigene Affiliate-Programm aufbauen

Die langfristig bessere Methode, den Online-Umsatz oder die Visits einer Website per Affiliate-Marketing in die Höhe zu treiben, ist der Aufbau eines eigenen, unabhängigen Partnerprogramms. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Merchant kann erfolgsabhängige Provisionsmodelle flexibel selbst festlegen, geeignete Partner eigenständig auswählen und sich die hohen Gebühren und Provisionen für einen Netzwerkbetreiber sparen. Der Merchant hat die Erfolgskontrolle selbst in der Hand und muss keinem Dritten (Netzwerk-Betreiber) Einblick in sensible Geschäftsdaten gewähren. Außerdem ermöglicht ein eigenes Affiliate-Programm die Bereitstellung individuell gestalteter Werbemittel mit höherem Erfolgspotenzial. Öffentliche Kampagnen lassen sich mit einem eigenen Partnerprogramm ebenso leicht realisieren wie individuelle Kooperationen.

Die bessere Lösung auch für kleinere Betriebe

Die Bedienung moderner Affiliate-Softwarelösungen ist ohne Programmierkenntnisse möglich. Die Transaktionsabwicklung läuft in der Regel automatisiert ab, so dass sich der Aufwand für den Merchant auf ein Minimum reduziert. Die Anschaffung der Software ist mit einmaligen Kosten verbunden, die sich jedoch schnell amortisieren. Entgegen weitverbreiteter Vorurteile sollten deshalb auch kleinere Betriebe und Shopbetreiber die Realisierung ihres eigenen Affiliate-Programms in Betracht ziehen.

