

WHITE PAPER

Affiliate-Marketing mit affiliate to date

**Erstellen Sie mit affiliate to date Ihr
eigenes Partnerprogramm!**



Leicht, flexibel, profitabel:
**Erhöhen Sie Ihren Online-
Umsatz mit dem eigenen
Partnerprogramm!**

Freie Partnerwahl + + + Individuelle Konditionen +

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1 Chancen des „Affiliate-Marketings“	3
2 Wie funktioniert Affiliate-Marketing?	4
3 Wie lässt sich Affiliate-Marketing realisieren?	4
4 Was ist affiliate to date?	5
5 Wie funktioniert affiliate to date?.....	5
5.1 Anbieten eines Partnerprogramms für die „breite Masse“	5
5.2 Abwicklung individueller Kooperationen	8
6 Vorteile von affiliate to date vs Netzwerkanbietern	10
7 Was sagen Fachleute über affiliate to date?	11
8 Für wen ist affiliate to date geeignet?	11
9 Unterschiede zu anderen Affiliate-Systemen.....	12
10 Funktionen im Überblick	13
11 Systemvoraussetzungen	14
12 Unterstützte Shopsysteme	14
13 to date-Produkte.....	15
14 Service	15
15 Live-Demo	15

1 Chancen des „Affiliate-Marketings“

Affiliate-Marketing ist ein relativ neues, internetbasiertes Marketing- und Vertriebskonzept, das Unternehmern und Shopbetreibern neue Absatzkanäle eröffnet und nur im Erfolgsfall mit Kosten verbunden ist – in der Regel in Form umsatzabhängiger Provisionen. 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.

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 (und nur dann!), 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.

Ein Gewinn für Merchants, aber auch für Affiliates

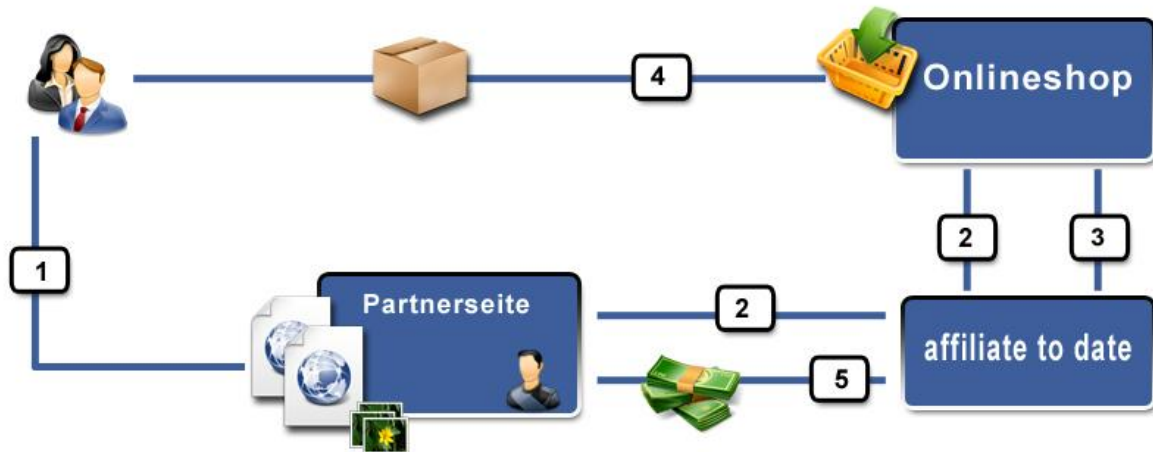
Affiliate-Marketing ist nicht nur für den Werbetreibenden (Merchant) lukrativ, sondern auch für die Partner (Affiliate), was deren Bereitschaft zur Teilnahme an Partnerprogrammen natürlich unterstützt. Der Merchant kann effizient **neue Zielgruppen** ansprechen, die er ohne Partner-Websites niemals erreicht 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, attraktiver gestalten und zudem über Provisionen Nebeneinkünfte realisieren.

Diese Win-Win-Situation für beide Parteien macht Affiliate-Marketing zur ultimativen Form der modernen Marketingkooperation.

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.

2 Wie funktioniert Affiliate-Marketing?



Das Funktionsprinzip des Affiliate-Marketings ist schnell erklärt: Sie als Programmbetreiber (auch Merchant genannt) stellen Ihren Partnern (auch Affiliates genannt) diverse, individuell gestaltete Werbemittel (Banner, Textlinks, Pop-ups, Flash-Animationen, Layer und Pagepeels) zur Verfügung, die diese in ihre Webseiten einbinden können. Die Werbemittel sind mit einem speziellen Angebot oder einer Produktseite von Ihnen verlinkt.

Besucher der Partner-Webseiten, die auf die dort platzierten Werbemittel **(1)** klicken werden über **Hyperlinks (2)** auf die Zielseite (z. B. eine Produktseite) weitergeleitet. Kommt über das Werbemittel auf Ihrer Partner-Website eine Bestellung zustande, werden die Daten für die Provisionsabrechnung an das Partnerprogramm (**affiliate to date**) übermittelt **(3)**. Der Kunde erhält seine bestellte Ware **(4)**, Ihr Partner seine Provision **(5)**, sofern die Bestellung nicht innerhalb der Stornofrist widerrufen wird.

3 Wie lässt sich Affiliate-Marketing realisieren?

Die Verwaltung von Werbemitteln, die Erfassung von Verkäufen, die Betreuung von Partnern, die Generierung von Berichten und die Abrechnung von Provisionen müssen entsprechend gemanagt und gepflegt werden. Um ein Partnerprogramm mit diesen Funktionen realisieren zu können, gibt es im Prinzip zwei Möglichkeiten:

- Ein eigenes, unabhängiges Partnerprogramm mit einer Software aufsetzen
- Mit Affiliate-Netzwerk Dienstleistern zusammenarbeiten

4 Was ist affiliate to date?

affiliate to date ist eine webbasierte Softwarelösung zur Realisierung eines eigenen Partnerprogramms. Der Merchant (zum Beispiel ein Onlineshop-Betreiber) stellt seine Werbemittel einem Affiliate (Publisher) über ein definiertes Partnerprogramm zur Verfügung.



affiliate to date unterstützt die gängigen Provisionsmodelle für die leistungsgerechte Vergütung Ihrer Partner, die Sie zudem in Ihrem eigenen Partnerprogramm nach Belieben miteinander kombinieren können.

1. Pay per Sale (Provision für vermittelten Umsatz über Ihre Werbemittel)
2. Pay per Click (Provision für Klick auf eines Ihrer Werbemittel)
3. Pay per Lead (Provision für definierte "Handlung", z.B. Newsletter-Anmeldung)
4. Pay per View (Provision für Einblendung der Werbemittel auf der Partner-Website)

Das Werbemittel (zum Beispiel ein Banner) wird vom Affiliate in seine Webseiten eingebettet. Klickt einer der interessierten Besucher auf das Werbemittel, wird er auf die in dem Link hinterlegte Seite (z.B. Onlineshop) weitergeleitet. Der Affiliate erhält je nach Provisionsmodell eine vom Affiliate-Manager festgelegte Vergütung gutgeschrieben.

5 Wie funktioniert affiliate to date?

Der große Vorteil von affiliate to date ist, dass Sie die Möglichkeit haben, völlig frei unterschiedliche Kampagnen zu gestalten und definierte Provisionsmodelle sowohl Partnern als auch Kampagnen zuweisen können. So gewinnen Sie eine einzigartige Flexibilität. Denn mit affiliate to date lassen sich sowohl Partnerprogrammen für die „breite Masse“ als auch individuelle Kooperationen realisieren. Zudem machen Sie sich mit Hilfe von affiliate to date unabhängig von den großen, in der Regel teuren Netzwerkanbietern. Darüber hinaus können Sie durch die einfache technische und finanzielle Abwicklung individueller Kooperationen über das affiliate to date-System Ihren Umsatz maximieren.

5.1 Anbieten eines Partnerprogramms für die „breite Masse“

Mit affiliate to date lässt sich mühelos ein eigenes Partnerprogramm für die „breite Masse“, unabhängig von großen Netzwerkanbietern realisieren.

Schritt 1: Provisionsmodell definieren

Legen Sie unter dem Punkt **Provisionen** zunächst ein Provisionsmodell nach Ihren Wünschen an (zum Beispiel 10% pro Verkauf). Wenn Sie dieses Modell als Standard-Provisionsmodell definieren, wird es automatisch neu angemeldeten Partnern zugewiesen. Daneben können Sie natürlich beliebig viele weitere Provisionsmodelle anlegen und flexibel einzelnen Partnern oder Partnergruppen zuweisen (beispielsweise 20% pro Verkauf für die Gruppe Premium-Partner).

Provisionsmodell hinzufügen

Administration > Provisionsmodelle > Provisionsmodell hinzufügen

Titel

<input type="checkbox"/>	Provision pro Einblendung Die angegebene Provision wird pro 1.000 Einblendungen auf der Seite eines Partners ausgeschüttet.	<input style="width: 50px;" type="text" value="0,00"/> EUR ↕	Anerkennung <input checked="" type="radio"/> Automatisch <input type="radio"/> Manuell
<input type="checkbox"/>	Provision pro Klick Für jeden Klick auf ein Werbemittel erhält der Partner die eingestellte Provision.	<input style="width: 50px;" type="text" value="0,00"/> EUR ↕	Anerkennung <input checked="" type="radio"/> Automatisch <input type="radio"/> Manuell
<input type="checkbox"/>	Provision pro Lead Leads werden von Ihnen selbst definiert. Sie können das System mit Hilfe der API über einen Lead informieren.	<input style="width: 50px;" type="text" value="0,00"/> EUR ↕	Anerkennung <input checked="" type="radio"/> Automatisch <input type="radio"/> Manuell
<input type="checkbox"/>	Provision pro Verkauf Für jeden Verkauf in Ihrem Online-Shop erhält der Partner eine fixe oder prozentuelle Provision.		Anerkennung <input checked="" type="radio"/> Automatisch <input type="radio"/> Manuell

Dieses Provisionsmodell als Standard-Provisionsmodell festlegen

Hinzufügen

Abb. 1: Provisionsmodell definieren

Schritt 2: Kampagne anlegen

Legen Sie eine Kampagne an, die Sie für alle (das heißt die „breite Masse“) freigeben möchten. Geben Sie der Kampagne einen Namen und ggf. eine Beschreibung. Setzen Sie die Kampagne auf „**Öffentlich**“ – somit ist diese Kampagne für alle Ihre Partner sichtbar (sofern Sie unter **Berechtigungen** nicht bestimmte Ausnahmen definiert haben). Als Option bei „Kampagne endet“ wählen Sie entsprechend „**Nie**“.

Wichtig: Unter Provisionen haben Sie auch die Möglichkeit, ein Provisionsmodell direkt einer Kampagne zuzuweisen (hierzu später mehr unter dem Punkt 5.2 „Abwicklung von individuellen Kooperationen“). Wählen Sie hierzu für Ihre allgemeine, für alle zugängliche Kampagne „**Keins**“ aus. Somit werden Ihre Partner automatisch nach dem Ihnen zugewiesenen Provisionsmodell vergütet.

Kampagnen

- [Übersicht](#)
- [Kampagne hinzufügen](#)
- [Kategorien](#)

Nachrichten (1)

Kampagne hinzufügen

Administration > Kampagnen > Kampagne hinzufügen

Titel

Kategorie

Beschreibung

Aktiv

Wenn Sie den Status auf aktiv setzen, können Partner diese Kampagne sehen und dieser Kampagne zugewiesene Werbemittel in die eigene Website einbinden.

Hinweis: Setzen Sie den Status auf inaktiv, so erhalten Partner, die Werbemittel aus dieser Kampagne in die Website eingebunden haben, keine Provisionen mehr gutgeschrieben und werden darüber benachrichtigt.

Provisionen
 Provisionsmodell

Berechtigungen
 Keine Regeln
Wenn Sie diese Option aktivieren, werden nur Standardberechtigungen berücksichtigt.
 Nur für
Wenn Sie diese Option aktivieren, haben nur ausgewählte Partner oder Partnergruppen Zugriff.
 Nicht für
Wenn Sie diese Option aktivieren, wird ausgewählten Partner oder Partnergruppen der Zugriff verwehrt.

Hinzufügen

Abb. 2: Kampagne anlegen

Schritt 3: Werbemittel anlegen

Unter **Kampagnen** → **Werbemittel hinzufügen** können Sie verschiedenste Werbemittel anlegen (Banner, Layer, Textlinks, Popups, Pagepeels etc.). Legen Sie Ihre gewünschten Werbemittel nacheinander an und weisen Sie diese Ihren allgemeinen Kampagnen zu.



Abb. 3: Auswahl der Werbemittelarten

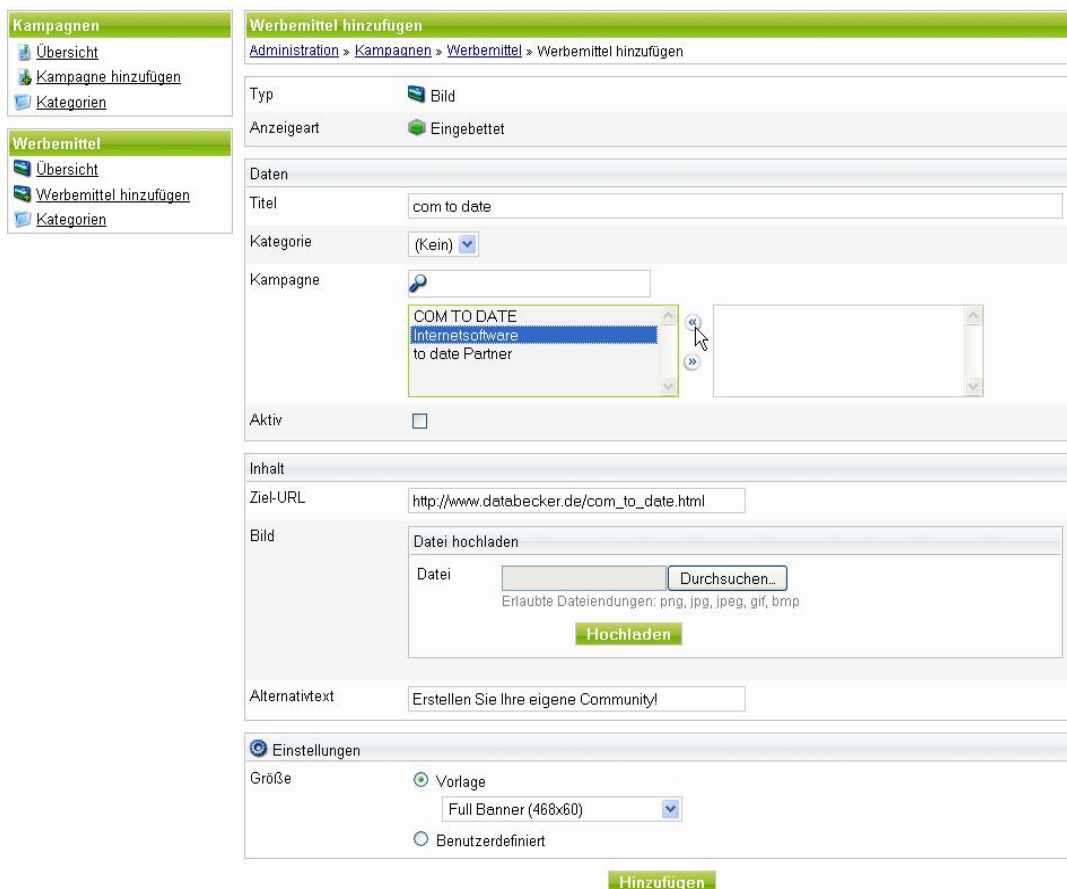


Abb. 4: Werbemittel einer Kampagne zuweisen

Danach haben Sie bereits erfolgreich alle Einstellungen zur Anlage eines Partnerprogramms für die „breite Masse“ vorgenommen.

- Sie haben ein oder mehrere Provisionsmodelle angelegt.
- Sie haben eine Kampagne angelegt und dieser Ihre Werbemittel zugeordnet.
- Sie haben Ihre Kampagne „öffentlich“ freigegeben, das heißt jeder Partner sieht die Kampagne in seinem Partnerbereich und kann die Werbemittel auf seiner Webseite einbinden. Da das Provisionsmodell direkt mit den jeweiligen Partnern verknüpft ist, wird jeder Partner entsprechend dem ihm zugewiesenen Provisionsmodell vergütet.

5.2 Abwicklung individueller Kooperationen

Bei öffentlichen Kampagnen für die Allgemeinheit ist der Erfolg Ihres Partnerprogramms von vielen Faktoren abhängig, die Sie nicht alle direkt beeinflussen können (Wie gut passen die Webseiten Ihrer Partner inhaltlich zu Ihrem angebotenen Sortiment? Wie gut ist die Performance der Seiten Ihrer Partner? etc.). Von daher ist es besonders erfolgversprechend, sich aktiv geeignete Partner zu suchen, die besonders gut zu Ihnen und Ihren Produkten bzw. Angeboten passen, und mit diesen individuelle Kooperationen zu vereinbaren.

Beispiel: Sie betreiben einen Onlineshop für ausgesuchte Honigsorten. Sie finden im Netz ein großes Portal, in dem sich Honigfreunde aus aller Welt austauschen. In diesem Portal tummelt sich also genau Ihre Zielgruppe. Eine individuelle Kooperation mit dem Betreiber dieses Portals wäre für Sie also eine hervorragende Möglichkeit, Ihre Zielgruppe effizient zu erreichen. Sie könnten zum Beispiel mit dem Betreiber vereinbaren, dass er spezielle Werbemittel (im Idealfall nicht ein einfaches Werbebanner, sondern eine eigene Unterseite mit verschiedenen Angeboten aus Ihrem Sortiment) von Ihnen direkt in seinem Portal integriert und für Bestellungen in Ihrem Shop eine individuell ausgehandelte Provision erhält.

Diese Form der Zusammenarbeit lässt sich ebenso mühelos mit affiliate to date abwickeln. Die grundlegenden technischen Schritte sind dabei im Prinzip dieselben, wie im oben geschilderten Fall 1 (Anbieten eines Partnerprogramms für die „breite Masse“).

Schritt 1: Als erstes legt der Merchant (in diesem Fall der Honigshop-Betreiber) ein mit dem Portal-Betreiber individuell ausgehandeltes Provisionsmodell an (zum Beispiel 30 % Provision pro Verkauf) an und benennt dieses entsprechend (beispielsweise „Spezialprovision Honigportal“).

Schritt 2: Danach legt der Merchant eine neue Kampagne mit einem entsprechenden Namen (zum Beispiel „Kooperation Honigportal“) an, die nur für diesen einen Partner sichtbar ist. Die entsprechende Berechtigung kann beim Anlegen der Kampagne vergeben werden. Der Kampagne werden nun die zuvor angelegten, speziellen Werbemittel zugewiesen.

Schritt 3: Provisionsmodell zuweisen: Bei individuellen Kooperationen haben Sie nun zwei Möglichkeiten, die zum gewünschten Ergebnis führen:

- **Möglichkeit 1:** Sie weisen das Provisionsmodell („Spezialprovision Honigportal“) nur dem Kooperationspartner (Portalbetreiber) zu. Die Kampagne „Kooperation Honig“ ist nur für ihn freigegeben und er findet die entsprechenden Werbemittel in seinem Partnerbereich. Generiert er nun einen Verkauf über ein Werbemittel, das in seinem Portal eingebunden ist, erhält er entsprechend die ihm zugewiesene Provision.
- **Möglichkeit 2:** Sie weisen das Provisionsmodell „Spezialprovision Honigportal“ nicht dem Partner, sondern direkt der Kampagne „Kooperation Honig“ zu.

6 Vorteile von affiliate to date vs Netzwerkanbietern

affiliate to date

- **Keine Startup-Kosten**
Keine Einrichtungsgebühr; kein Startguthaben; einmalige Investition in die Software, die sich schnell rentiert.
- **Mehr Gewinn**
Keinerlei Provisionen an Netzwerkanbieter; Sie erzielen bei identischem Online-Gesamtumsatz einen höheren Gewinn.
- **Perfekte Kommunikation**
Mit affiliate to date können Sie über eigene Newsletter und persönliche Nachrichten uneingeschränkt Kontakt mit Ihren Partnern aufnehmen.
- **Maximale Flexibilität**
Zahlreiche Möglichkeiten zur Realisierung individueller Kooperationen mit selbst ausgewählten Partnern und maßgeschneiderten Werbemitteln.
- **Faire, individuelle Regeln**
Mit affiliate to date bestimmen Sie die Regeln, Provisionen und Kampagnen für Ihr Partnerprogramm selbst.
- **Schutz sensibler Daten**
Externe Netzwerkanbieter haben keinen Einblick in Ihre sensiblen Unternehmensdaten; Schutz vor Datenmissbrauch.
- **Hohe Aufmerksamkeit**
Ihr mit affiliate to date realisiertes Partnerprogramm erhält die volle Aufmerksamkeit

Netzwerkanbieter

- **Hohe Startup-Kosten**
Für die Teilnahme an Partnerprogrammen werden oft hohe Einrichtungsgebühren und Startguthaben verlangt.
- **Weniger Gewinn**
Für die Teilnahme an einem externen Partnerprogramm werden Gebühren und Provisionen fällig, die bis zu 30% von Ihrem Umsatz ausmachen können.
- **Eingeschränkte Kommunikation**
Je nach den Bedingungen des externen Partnerprogramms ist keine oder nur eine beschränkte Kontaktaufnahme mit Ihren Partnern möglich.
- **Minimale Flexibilität**
Standard-Provisionen ohne Zusatzanreize; Massen-Partner von der Stange; speziellere Funktionen lassen sich nicht oder nur gegen höhere Gebühren umsetzen.
- **Starre, vorgegebene Regeln**
Ein Netzwerkanbieter schreibt Ihnen sämtliche Regeln, Provisionen, Kampagnen und mögliche Werbemittel vor.
- **Gefahr des Datenmissbrauchs**
Der Netzwerkanbieter hat Zugriff auf Ihre sensiblen Geschäftsdaten; wenig Schutz vor Datenmissbrauch.
- **Geringe Aufmerksamkeit**
Ihr Partnerprogramm erhält im Umfeld zahlreicher Wettbewerber nicht genügend Aufmerksamkeit

7 Was sagen Fachleute über affiliate to date?

affiliate to date wurde ausgiebig von 100partnerprogramme.de, einem führenden Portal zum Thema „Affiliate-Marketing“, getestet. Frank Schulze äußert sich dort wie folgt:

„Data Becker setzt mit dieser Software die „to date“-Reihe in gewohnter Qualität fort. Man spürt die langjährige Erfahrung im Affiliate-Marketing. Dadurch sind alle wichtigen Funktionen enthalten. Die Benutzerführung ist mehr als nur kundenfreundlich. Das Handbuch führt nicht nur sehr ausführlich durch die einzelnen Menüpunkte, sondern präsentiert auch Hintergrundinformationen und Tipps zum Affiliate-Marketing.“

[...]

“affiliate to date“ achtet auf viele Kleinigkeiten. So ist z.B. im Formular der persönlichen Daten ein Upload-Button für die USt-ID-Nr.-Bestätigung vorgesehen. Das bieten selbst die wenigstens Netzwerke derart komfortabel an.

Auch an die SEO-Freundlichkeit der URLs und der Administration hat Data Becker gedacht, ebenso an die Beobachtung und Änderbarkeit der Serverlast.“

[...]

„Insgesamt macht die Software einen sehr komfortablen und umfangreichen Eindruck. Trotz der zahlreichen Vorgaben bleibt noch genügend Platz für individuelle Umsetzungen, z.B. für spezielle Werbemittel oder im Design. Auch Affiliates dürfen sich auf einen professionellen Partnerbereich freuen, der sich von vielen bisheriger Standardlösungen für Inhouse-Programme positiv abhebt.“

Quelle: Frank Schulze, 100partnerprogramme.de

<http://www.100partnerprogramme.de/blog/2009/08/26/testbericht-affiliate-to-date-software-zum-start-eines-eigenen-partnerprogramms/>

8 Für wen ist affiliate to date geeignet?

affiliate to date ist insbesondere für **Onlineshopbetreiber und Anbieter von Dienstleistungen über eine Website** interessant. affiliate to date ermöglicht den effizienten Einsatz Ihres Marketingbudgets – Sie können Ihre Werbekosten minimieren und gleichzeitig Ihren Gewinn steigern.

Auch für Betreiber von Communities, Portalen oder privaten Webseiten, die den Traffic erhöhen oder neue Mitglieder gewinnen möchten, ist affiliate to date das optimale Marketing-Werkzeug.

9 Unterschiede zu anderen Affiliate-Systemen

Die Software affiliate to date ist herkömmlichen Affiliate-Systemen in folgenden Punkten überlegen:

■ Zeit und Geld sparen

Neben Startkosten (Einrichtungsgebühr, Startguthaben etc.) entfallen bei der Affiliate-Software affiliate to date auch Jahresgebühren (Werbemittelhosting, Netzwerkgebühren etc.), Kosten für Servicepakete und hohe (bis zu 30% des Umsatzes) Vermittlungs-Provisionen für Netzbetreiber. Durch das integrierte automatische Bewerbungsverfahren sparen Sie darüber hinaus Zeit bei der Auswahl geeigneter Partner.

■ Unabhängige Gestaltung

Dank der Möglichkeit, unterschiedliche Kampagnen anzulegen und Provisionsmodelle sowohl Partnern als auch Kampagnen zuzuweisen, lässt sich mit der leistungsfähigen Affiliate-Software mühelos ein öffentliches Affiliate-Partnerprogramm erstellen. Sie können aber auch individuelle Kooperationen für bestimmte Partner realisieren.

■ Vergütung nach Leistung

Mit der Affiliate-Software der neuesten Generation analysieren Sie mühelos die Performance Ihrer Partner, was eine faire Vergütung nach tatsächlich erbrachter Leistung ermöglicht. Dabei stehen Ihnen zahlreiche Möglichkeiten für die Motivation Ihrer Partner zur Verfügung. Sie können zum Beispiel flexible Sondervergütungen für das Erreichen bestimmter Umsatzziele festlegen.

■ Direkter Partnerkontakt

Zum direkten Austausch mit Ihren Partnern enthält die Affiliate-Software affiliate to date neben einem Kontaktformular ein Kommunikationsmodul für den Versand von Newslettern und persönlichen Nachrichten. Damit können Sie Ihre Partner besser an sich binden, stets auf dem Laufenden halten und zeitnah über neue Werbemittel oder bevorstehende Sonderaktionen informieren.

■ Perfekte Kostenkontrolle

Modernste Tracking-Technologie (Session-Tracking, Cookie-Tracking etc.) ist bei dieser Affiliate-Software die Basis für die sichere Zuordnung von Transaktionen (Late Conversion Tracking). Zusätzliche Kontrolle bietet die Möglichkeit, Kampagnen bei Erreichen eines festgelegten Budgets automatisch zu deaktivieren. Außerdem haben nur Sie (und kein Netzbetreiber!) Einblick in Ihre sensiblen Geschäftsdaten. Last, but not least, bietet Ihnen affiliate to date einen dreistufigen Schutz vor Manipulationsversuchen wie Klickbetrug und eine Zugriffskontrolle durch Sperrung unerwünschter IP-Adressen.

10 Funktionen im Überblick

affiliate to date bietet Ihnen eine Fülle professioneller Funktionen, die Sie bei der täglichen Arbeit mit Ihrem Partnerprogramm schnell zu schätzen wissen werden:

- **NEU:** Läuft jetzt auch in virtuellen Maschinen auf Ihrem Mac
- Modernstes, individuell anpassbares **Web 2.0-Design** für den Partner-, Besucher- und Administrationsbereich
- **WYSIWYG-Editor** für die Erstellung eigener Seiten
- **Flexibel** gestaltbares Anmeldeformular für Ihr Partnerprogramm
- Zentrale Verwaltung aller relevanten Partnerdaten
- **Ausführliches Berichtswesen** zu Kampagnen, Werbemitteln, Partnern, Webseiten und Transaktionen
- Grafische Aufbereitung von Einblendungen, Klicks, Leads, Verkäufen und Provisionen mit vielfältigen Filtermöglichkeiten
- Präzise Ermittlung von Kennzahlen wie **CTR** (Click-Through-Rate) und **STR** (Sale-Through-Rate)
- Partnerbereich mit **detaillierten Statistiken** zu Klicks, Leads, Verkäufen, Provisionen und **Sub-ID-Tracking** für die präzise Erfolgskontrolle eingebundener Werbemittel
- Provisionsverwaltung mit **frei kombinierbaren Vergütungsmodellen** (Pay Per Click, Pay per Lead, Pay per Sale, Pay per View)
- **Flexible Sondervergütungen** für das Erreichen von Zielvorgaben oder das Gewinnen neuer Partner
- Umfassendes Management von Kampagnen für die Allgemeinheit und individuellen Kooperationen mit **Rechtmanagement**, professioneller **Budgetüberwachung**, **Zeitfenstern** und **frei zuweisbaren Werbemitteln**
- Komfortable Verwaltung **beliebig vieler Werbemittel** (Textlinks, Banner, Grafiken, Flash-Animationen, Pagepeels, HTML, Layer, Pop-ups) mit übersichtlicher Zuordnung zu Kampagnen
- **Modernste Tracking-Technologie** (Session-Tracking, Cookie-Tracking etc.) für die sichere Zuordnung von Transaktionen (Late Conversion Tracking)
- **Dreistufiger Schutz vor Manipulationsversuchen** wie Klickbetrug; Zugriffskontrolle durch Sperrung unerwünschter IP-Adressen
- Flexibles Rechtmanagement für Kampagnen und Werbemittel
- **Integriertes Kommunikations-Modul** für den Versand von Newslettern an ausgewählte Partnergruppen und den Nachrichtenversand an einzelne Partner und Gruppen
- **Echtzeitstatistiken** zur Performancemessung und Erfolgskontrolle
- **Abrechnungsverwaltung** mit Berücksichtigung von Mindestauszahlungsbeträgen und Stornofristen
- Automatische Generierung und Versand steuerlich korrekter **PDF-Abrechnungen mit eigenem Logo**
- **(XML-)Export** von Abrechnungsdaten für finance to date sowie in die Formate **CSV und DTAUS**
- **Leichte Integration** in E-Commerce-Systeme wie shop to date 6.0 pro, Magento, osCommerce und xt:Commerce

11 Systemvoraussetzungen

- Windows kompatibler Hardware-PC mit Windows 2000 (SP4), XP (SP3), Vista (SP2), 7
- Freier Festplattenspeicher ca. 200 MB
- Freier Webspace mit PHP 5.2.1 (oder höher) mit GDLib 2.0 (oder höher), MySQL 4.1.18 (oder höher)
- Internet Explorer 6 (oder höher - empfohlen: Internet Explorer 8 oder Firefox 3.x)

12 Unterstützte Shopsysteme

affiliate to date ist mit allen Shopsystemen kompatibel. Unterstützt werden z. B.:

- shop to date 6.0 pro
- shop to date 5.0
- Magento
- osCommerde
- xt:Commerce

Im System werden Ihnen ausführliche Anleitungen zur Verfügung gestellt, in denen Schritt für Schritt genau erklärt wird, wie Sie affiliate to date in Ihr Shopsystem integrieren. Aber auch in hier nicht explizit aufgeführte Shopsysteme kann affiliate to date mit Hilfe einer allgemeinen Anleitung integriert werden.

13 to date-Produkte

affiliate to date arbeitet reibungslos mit dem to date-Shopsystem von Data Becker shop to date 5.0/6.0 pro zusammen. Aber auch mit anderen to date-Programmen von Data Becker ist eine Zusammenarbeit möglich.

- book to date (Buchungssystem)
- com to date (Communitysystem)
- portal to date (Portalsystem)
- web to date (Content Management System)



14 Service

Sie möchten affiliate to date in Ihr individuelles Shopsystem oder in sonstige Online-systeme integrieren und benötigen Unterstützung? Nehmen Sie [Kontakt](#) mit uns auf für ein unverbindliches Angebot!

15 Live-Demo



Testen Sie affiliate to date unverbindlich und kostenlos 30 Tage lang und überzeugen Sie sich selbst.

<http://www.todate.de/produkte/affiliatetodate/>