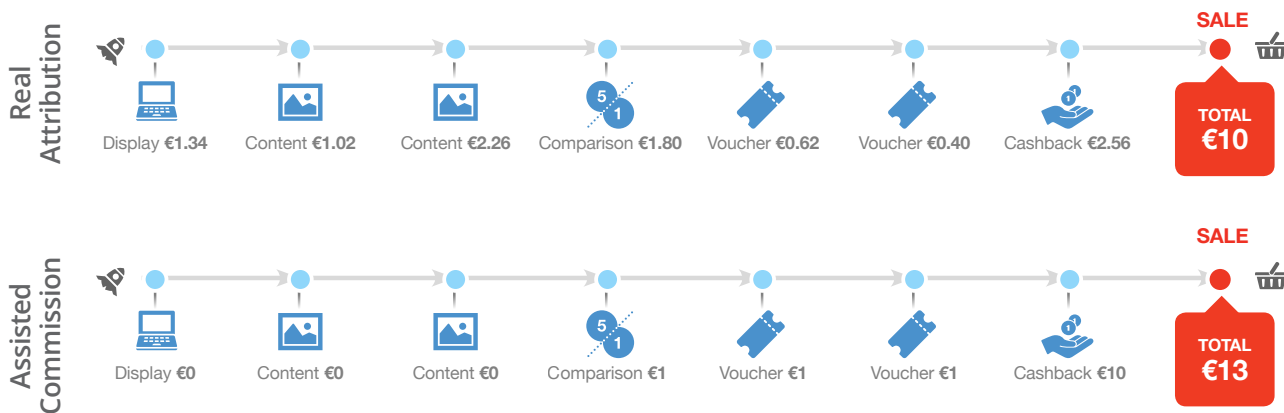


Real Attribution mallit vs avustava komissiomalli – vertailu



Monet mainostajista ovat vaihtaneet Real Attributioniin ja ovat miettineet ottavansa käyttöön myös "Avustavan mallin" missä tietyt kosketuspisteet palkitaan. Käytännössä, on suuria eroja joustavuudessa, tehokkuudessa ja ROI:ssa molemmissa malleissa. Tässä dokumentissa menemme syvemmälle kertoaksemme mitkä ovat Ohjatun mallin ja Real Attributionin erot.

Avustavan komission malleissa, mainostajat maksavat ylimääräisen komission eri tapahtuman kosketuspisteissä. Jos tapahtumassa on kolme kosketuspistettä, mainostajat palkitsevat nämä pisteet "bonuksella". Real Attribution mahdollistaa erilaisen asetelman, koska se tulkitsee jokaisen kosketuspisteen arvon tapahtumassa ja jakaa komission sen mukaisesti.



Kokonais CPO vs ylimääräiset maksut

Olemalla läpinäkyvä siitä summasta minkä haluat maksaa tapahtumasta auttaa jokaista osapuolta jotka toimivat e-kaupanalalla. Mainostajana joka tekee töitä Real Attribution avulla, sinä määrität optimaalisen hinnan per tapahtuma joka sitten jaetaan jokaisen kosketuspisteen taaten sen että julkaisija tietää kuinka paljon hän saamassa kustakin kosketuspisteestä. Jos palkitset toisia kosketuspisteitä avustavan komissio mallin avulla, sinun kokonais CPO ei ole yhtä selkeä koska joudut palkitsemaan ylimääräisiä kertoja kun kyseessä on avustavia kosketuspisteitä. Jotta julkaisijat voivat maksimoida tuottoensa tässä mallissa he alkavat tuomaan lisää liikennettä joka on huonolaatuista johtaen siihen että mainostaja maksaa korkeamman hinnan ja päätyen huonompaan ROI:in.

Palkitse vaikuttamista koko tapahtumaketjussa

Kun tutkitaan tapahtumapolkuja, me näemme erilaisia sivutyyppejä jotka kerääntyvät yhteen eri kohdissa polun varrella. Esimerkiksi, tapauksessa jossa asiakas on varaamassa omaa lomaansa, me näemme useita sisältösivustoja ja blogeja polun alkupäässä. Hintavertailu sivustot ja alennussivustot tulevat mukaan seuraavalla askeleella ja viimeisellä vaiheella asiakkaat käyvät kuponki ja cashback sivustoilla etsimässä parasta tarjousta. Käyttämällä avustavaa mallia, mainostajat eivät pysty palkitsemaan julkaisijoita jotka tuovat arvoa koko polulle koska malli palkitsee vain viimeiselle askeleelle kerääntyneitä saman tyyppisiä julkaisijoita. Tämä tarkoittaa sitä että mainostajat maksavat ylimääräistä saman tyyppisille julkaisijoille kuin se joka teki itseasiassa konversion asiakkaan kohdalla. Real Attributionin avulla kokonaiskustannus on selkeä alusta lähtien ja palkiten saman tyyppisiä julkaisijoita tasapuolisemmin säästään sinun kustannuksiasi.

Lisää arvoa

Real Attributionin avulla, mainostajat voivat palkita erilaisia sivutyyppejä tai segmenttejä heidän omalla mallilla. Antamalla painoarvoa tietyille sivutyypeille tai segmenteille, mainostajat pystyvät antamaan arvoa sinne mihin se heidän mielestä kuuluu. Tämä myös mahdollistaa sen että heidän kampanjansa vastaavat paremmin heidän omaa markkinointi suunnitelmia. Esimerkiksi, Positio-pohjainen malli nostaa brändin arvoa kun taas aika-rajoitteinen malli antaa enemmän painoarvoa konversioille. Lisäarvo- malli on mahdoton avustavan komission malleissa koska se poimii vakio määrän avustuksia huolimatta sivutyypistä, kosketuspisteiden kokonaismäärästä tai segmentistä.

Näytön voima

Julkaisijat jotka käyttävät mainosbannereita voivat olla voimakkaita työkaluja koska heidän yleisönsä usein on sama kuin sinun. Motivoimalla julkaisijoita sijoittamaan sinun mainosbannereita ja palkitsemaan mainosnäyttöistä lähtien niitä kosketuspisteinä, mainostajat voivat hyötyä niistä massiivisesti mainosnäytöissä. Avustavan komissio malli ei mahdollista pelkkien mainosnäyttöjen palkitsemista mikä tekee niistä vähemmän haluttavia mainostustapoja julkaisijoille koska mahdollisuus että se olisi viimeinen tapahtuma asiakaspolulla on pieni. Yhdistämällä mainosnäyttöjen palkitsemisen pitemmällä aikavälillä mahdollistaa paremman tuloksen julkaisijoilta jotka käyttävät mainosbannereita.

Lisää muita kanavia

Tärkeä ero Real Attributionin ja avustavan komission välillä on mahdollisuus lisätä muita kanavia. Real Attribution mahdollistaa rajattoman määrän kosketuspisteitä ja tarjoaa mahdollisuuksia jotka nostavat tulosta koko polulla, on tuottoisaa lisätä toisia kanavia laittamalla seurantalinkkejä toisten kanavien linkkeihin. Esimerkiksi, lisäämällä retargetointiin erikoistuneet sivustot, 20% lisäys tulokseen huomioitiin tapahtumien saralla julkaisijoiden kohdalla jotka olisivat jääneet huomioimatta.

	Avustettu komissionmalli	Real Attribution
Palkitse useita kosketuspisteitä	Kyllä	Kyllä
Hinta per tapahtuma	Lisämaksuja viimeisen klikin komissiolle	Kiinteä CPO, ei lisäkustannuksia
# Kosketuspisteistä	Rajoitettu	Rajaton
Palkitse koko asiakaspolku	Rajoitettu	Kyllä
Anna painoarvoa erilaisille sivutyypeille	Ei, kaikki tasa-arvoisia	Kyllä, kustomoidussa mallissa
Anna painoarvoa eri segmenteille	Ei, kaikki tasa-arvoisia	Kyllä, kustomoidussa mallissa
Lisää näyttökerrat	Ei	Kyllä, kaikille tai valituille julkaisijoille
Attribuutio ikkunan kustomointi	Ei, riippuvainen # kosketuspisteistä	Kyllä, yhteen vuoteen asti
Lisää muita online kanavia	Ei	Kyllä