

# Conversion Path Tracking

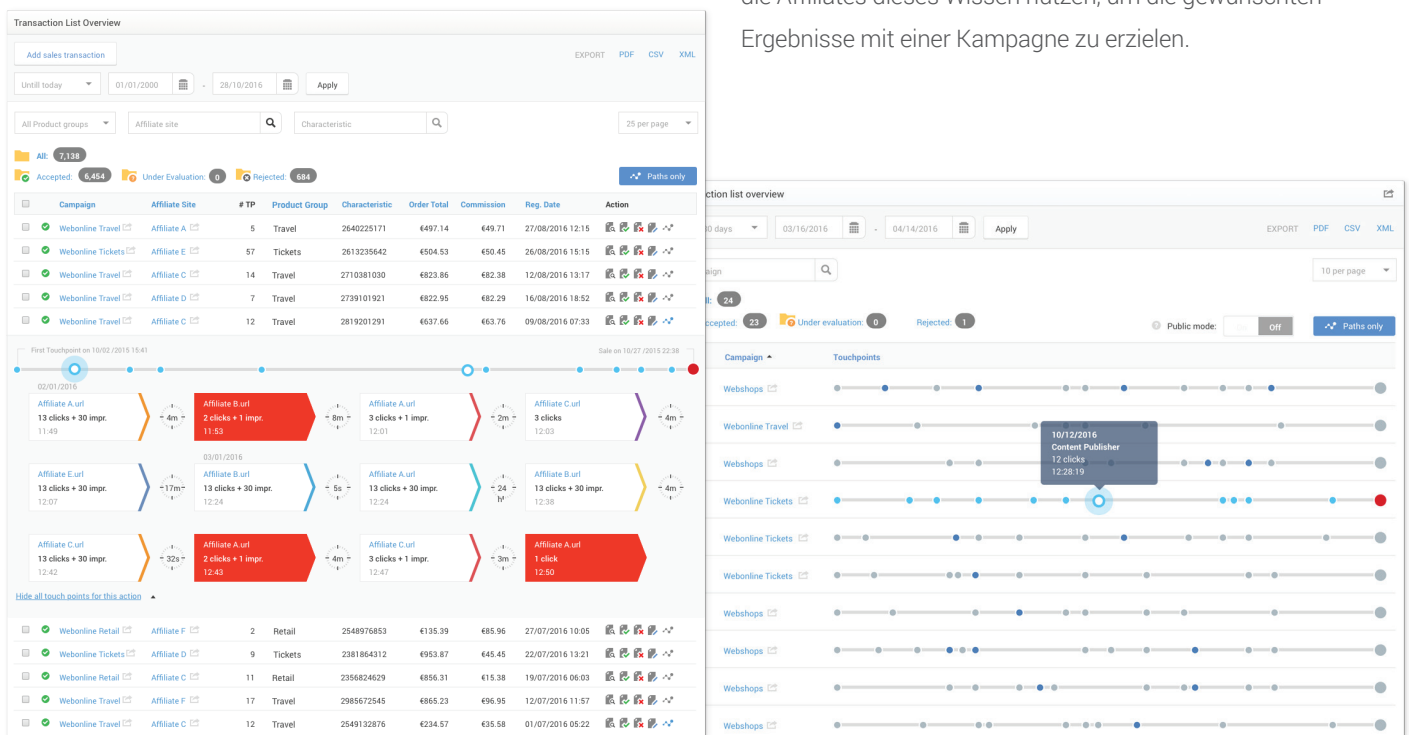
Zu verstehen, wie die Customer Journey funktioniert und wie Ihre Affiliates diese mit aktiver Bewerbung der Kampagne beeinflussen können, kann anfangs eine Herausforderung darstellen. Nehmen Sie sich Zeit und versuchen Sie genau zu analysieren, welche Interaktionen Ihr Kunde auf der Affiliateseite getätigt hat, bevor er ein Produkt letztendlich gekauft oder ein Lead erzeugt hat. Hierbei spielt es keine Rolle, ob die Affiliateseiten Blogs oder Vergleichsseiten sind und ob sie Mobile oder Desktop performen, Sie haben die Möglichkeit den gesamten Weg aller Interaktionen nachzuvollziehen und anschließend die Affiliates noch besser agieren zu lassen, um Ihre Verkaufsziele zu erreichen.

## Wie Conversion Path Tracking funktioniert

Konsumenten benutzen verschiedene Kanäle bis Sie einen Kauf tätigen und die Affiliates sind imstande, auf diese Bedürfnisse zu reagieren. Von daher nutzen Affiliates effektiv zugeschnittene Methoden, um mit den Kunden zu interagieren und alle wichtigen Faktoren, die zum Kauf nötig sind, zu erfassen.

In einer Branche, wo das Last Click Model überwiegend angewendet wird, müssen die Affiliates sich bemühen, diese Position in der Customer Journey zu erhalten. However, more than 95% of all affiliate transactions involves more than one affiliate promoting your campaign. Im Normalfall ist es so, dass der Affiliate, der den letzten Klick für sich verzeichnen konnte, die Provision erhält und in Ihrer Übersicht bei den Transaktionen erscheint.

Conversion Path Tracking bringt Veränderungen in dieses Modell und liefert Merchants sowie Affiliates eine vollständige Einsicht über alle Touch Points, die bei der jeweiligen Transaktion beteiligt waren. Diese transparente Einsicht gibt Usern eine detaillierte Einsicht über die Positionen und Einnahmen, die es Merchants und Affiliates gleichermaßen ermöglicht, ihre Strategien zu optimieren und einen Mehrwert zu erhalten. Während die Merchants eine Menge Details darüber erhalten, welche Affiliates bei den Transaktionen involviert sind und welche Rolle sie in der Customer Journey spielen, können die Affiliates dieses Wissen nutzen, um die gewünschten Ergebnisse mit einer Kampagne zu erzielen.



The screenshot displays the TradeTracker.com interface, divided into two main sections. The top section, 'Transaction List Overview', features a table with columns for Campaign, Affiliate Site, # TP, Product Group, Characteristic, Order Total, Commission, Reg. Date, and Action. Below the table is a timeline visualization showing the customer journey from 02/01/2016 to 10/27/2016, with touchpoints for various affiliates (A, B, C, D, E, F) and their respective metrics (clicks and impressions). The bottom section, 'Conversion list overview', shows a similar table and a detailed timeline for a specific transaction on 10/12/2016, highlighting the role of a 'Content Publisher' with 19 clicks and 12:28:19 of time spent.

## Verwenden Sie Conversion Path Tracking zu Ihrem Vorteil!

Die Kunden interagieren während des Bestellprozesses mit verschiedenen Kanälen. Die Affiliates sind anhand dessen in der Lage, die Wünsche und Bedürfnisse des Verbrauchers zu verstehen und haben auf diese Weise die Möglichkeit, alle wichtigen Kauffaktoren zu erfassen, um diese ideal auf den Verbraucher zuzuschneiden.

### Werbekunden

Conversion Path Tracking hilft dabei, Affiliates zu identifizieren, deren Rolle in der Conversion Path häufig übersehen wird.

Durch die Optimierung des Vergütungsmodells für die einzelnen Affiliates ist es möglich, mehr Traffic zu erzeugen, welcher sich direkt oder auch indirekt auf die Ergebnisse der Sales auswirken wird.

### Publisher

Erlangen Sie Einsicht auf die Beteiligung aller relevanten Affiliates auf dem Weg zur Bestellung Ihrer Kunden und vergleichen Sie. Erfahren Sie, wie Sie sich von der Konkurrenz abheben können, um mit einer gezielten Optimierung Ihrer Kampagne optimale Ergebnisse erzielen zu können.

Conversion path affiliate site report - TradeTracker UK

This month 01/09/2016 - 30/09/2016 Apply EXPORT PDF CSV XML

Affiliate site 25 per page

My Reports

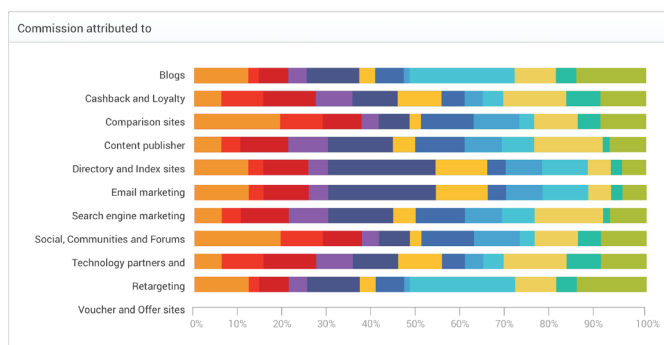
Affiliate site	Conversion path interaction (total)				Path length											Action										
	# First	# Assist	# Last	# Involved	Position distribution																					
Name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10+																
Business.webshops.com	38	43	820	901	[Bar chart showing path length distribution]											563	140	45	22	24	8	6	12	4	77	
Webshops.com	31	32	133	196	[Bar chart showing path length distribution]											80	14	15	3	14	1	4	7	1	57	
E-Book offers	46	64	76	186	[Bar chart showing path length distribution]											32	8	18	17	6	16	2	7	4	76	
Online.webshops.com	15	57	57	129	[Bar chart showing path length distribution]											29	9	15	5	5	1	3	2	2	58	
The Mobile Specialist	15	47	56	118	[Bar chart showing path length distribution]											25	13	11	6	6	6	2	4	1	44	
Merchandise.webshops.com	6	38	32	76	[Bar chart showing path length distribution]											15	5	4	5	3	3	2	1	2	36	
DVD Shop	0	38	31	69	[Bar chart showing path length distribution]											9	3	4	5	7	2	1	2	0	34	
<b>Total</b>	<b>877</b>	<b>4,873</b>	<b>1,007</b>	<b>6,757</b>																						

### Conversion Path affiliate site report

Die Position aktiver Affiliates bietet wertvolle Einblicke in die Art ihrer Interaktion mit den Verbrauchern. Durch die Bestimmung der Standorttypen, kann dementsprechend die Sichtbarkeit erweitert werden, was sich positiv auf die Steigerung der Conversions auswirkt.

### Commission attributed to

Mit einem anspruchsvollen und gut informierten Kunden wird die Anzahl an Touch Points, die letztendlich zu einer Transaktion führen, steigen. Zu wissen, an welcher Stelle der Affiliate Touch Points im Bestellprozess nachweist, ermöglicht die Entwicklung eines optimalen Provisionsmodells zur Festigung der Zusammenarbeit zwischen Händler und Affiliate.



## Sind Sie bereit sich der Revolution anzuschließen?

+49 40 370 883 00

info.de@tradetracker.com

Germany

Uhlandstraße 26

22087 Hamburg

Germany