

Konversiopolun Seuranta

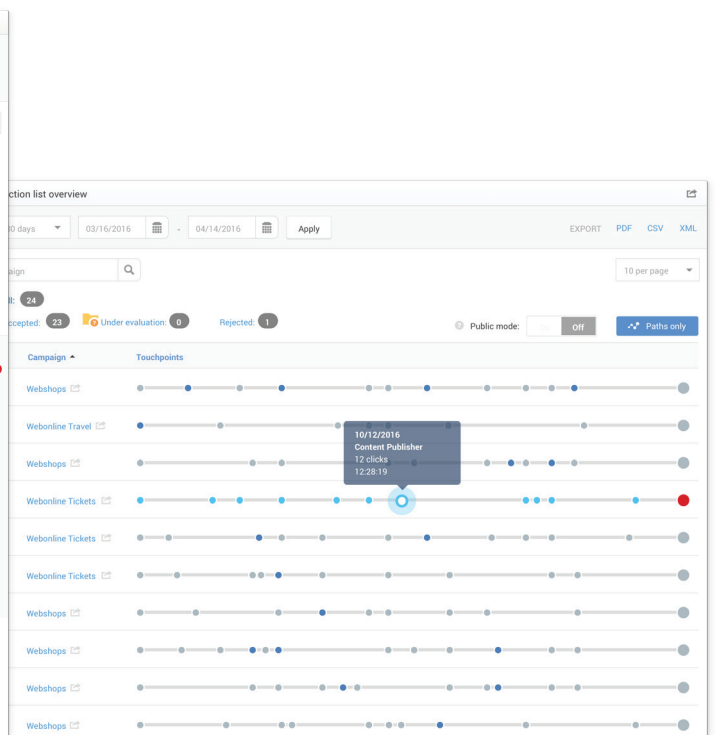
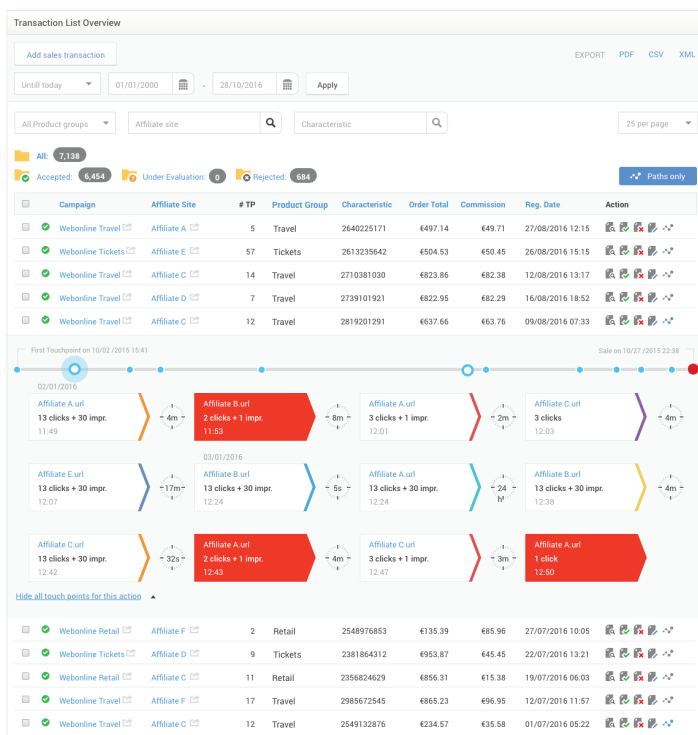
Voi olla haastavaa hahmottaa kuluttajan kulkema polku ja julkaisijoiden vaikutus siihen. Pehdy siihen, miten julkaisijat vaikuttavat kuluttajan käytökseen ennen lopullista ostoksen tekemistä. Riippumatta julkaisijasivuston tyyppistä tai kuluttajan laitteesta, pystyt analysoimaan kuluttajan ostopolun kokonaisuudessaan kehittääksesi sivustoasi.

Näin konversiopolun seuranta (CPT) toimii

Kuluttajat joutuvat tekemisiin monien eri tahojen kanssa ennen ostoksen tekemistä. Julkaisijat ymmärtävät kuluttajien tarpeet ja siksi ovat luoneet toimivia tapoja vaikuttaa positiivisesti kuluttajien ostokäyttäytymiseen.

Markkinoilla vallitsee yleisesti "Last Click Counts" –periaate ja julkaisijat tekevät työtänsä tätä silmälläpitäen. Tästä huolimatta 95% kaikista tapahtumista myynnin tai liidin syntyyn on vaikuttamassa enemmän kuin yksi julkaisija. Tyypillisesti ainoastaan viimeisen klikin tuonut julkaisija palkitaan komissiolla ja näkyy raporteissa.

Konversiopolun seuranta (Conversion Path Tracking) muuttaa tämän täysin ja luo sekä mainostajille että julkaisijoille mahdollisuuden tutkia koko ostopolkua. Tämä läpinäkyvä lähestymistapa antaa molemmille osapuolille paremman kokonaiskuvan asemoitumisestaan ja mahdollistaa toiminnan optimoimisen. Mainostaja ymmärtää paremmin eri julkaisijoiden roolin ostotapahtumassa ja julkaisijat voivat parantaa suoritustaan saavuttaakseen haluttuja tuloksia.



Käytä konversiopolun seuranta hyväksesi

Forbrugere interagerer med flere kanaler før et køb foretages, hvoraf de succesfulde publishers er gode til at fange deres behov undervejs. Derfor har publishers skræddersyet forskellige måder at interagere med forbrugerne på, og kender til nøglefaktorerne til den endelig købsbeslutning.

Mainostajat

Konversiopolun seuranta auttaa mainostajia löytämään ja tunnistamaan julkaisijat, jotka vaikuttavat ostotapahtuman syntyyn, mutta usein jätetään huomioimatta. Ottamalla mukaan tällaiset julkaisijat komissionmalliin, liikennemäärä ja myynnit tulevat kasvamaan.

Julkaisijat

Hanki tietoa muista julkaisijoista, jotka vaikuttavat sinun konversioihisi. Vertaa saavutuksiasi muihin ja erotu kilpailijoista optimoimalla toimintaasi.

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

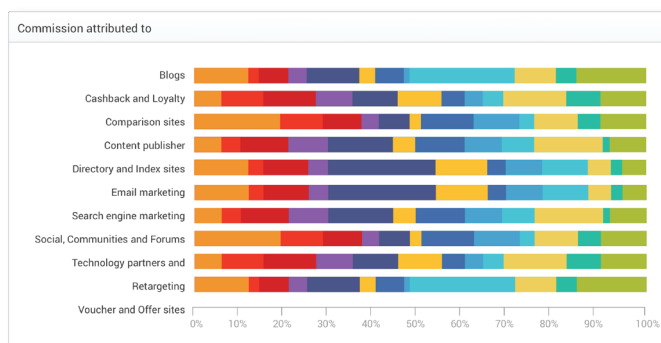
Affiliate site	Conversion path interaction (total)				Path length											Action										
	# First	# Assist	# Last	# Involved	Position distribution																					
Name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10+																
Business.webshops.com	38	43	820	901												563	140	45	22	24	8	6	12	4	77	
Webshops.com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

Conversion Path affiliate site report

The position of active affiliates provides valuable insights to their type of interaction with the consumer. Consequently, this can be translated to the added value for specific site types and where merchants want to extend their visibility to increase conversions.

Commission attributed to

With an increasingly discerning and well-informed consumer, the number of touch points involved in a transaction will continue to rise. Being able to pinpoint affiliates based on their position in the path to purchase allows for better tailoring of commission models to secure the merchant-affiliate relationship.



Oletko valmis liittymään vallankumokseen?

+358 50 359 8923

info.fi@tradetracker.com

Finland

Bulevardi 14, 3. krs

00120 Helsinki

Finland