



# Real Attribution

Real Attribution von TradeTracker ist ein bahnbrechender Ansatz für die service industrie.

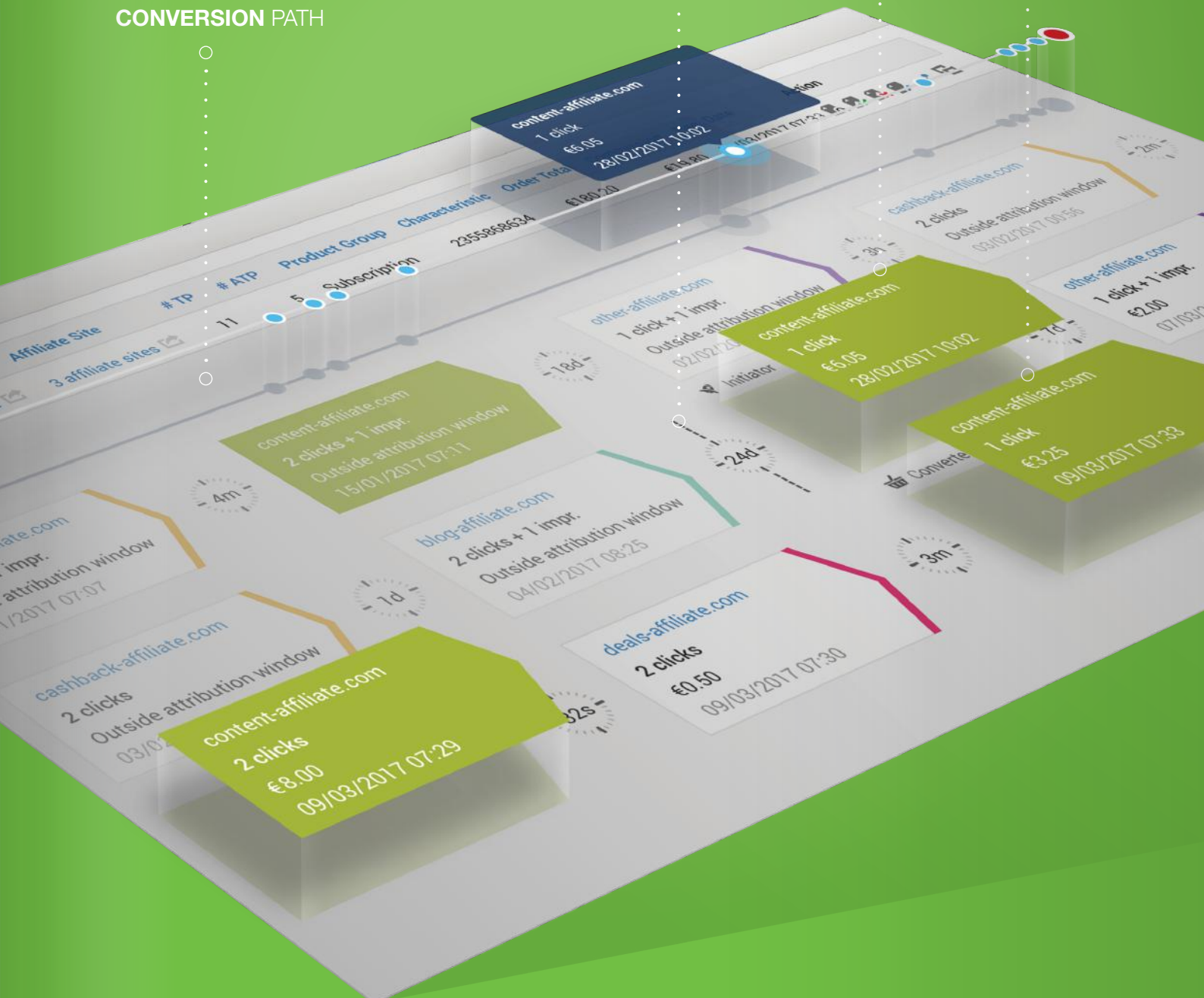


 INITIATOR

START **ATTRIBUTION WINDOW**

 CONVERTER

**CONVERSION PATH**



# Real Attribution



Die Performance Marketing Branche wurde lange vom berühmten Last Click dominiert, bei dem der letzte Touch Point vergütet und der Conversion Path vernachlässigt wurde. Das Missverhältnis zwischen Aktivität, Wert und Vergütung blieb bis jetzt ungelöst.

**Die Real Attribution von TradeTracker ist ein bahnbrechender Ansatz für das Affiliate Marketing** und motiviert Affiliates mithilfe von fairen Vergütungen, Mehrwert, Transparenz und Ergebnissen. Real Attribution ist die Innovation des Affiliate Marketings!

## Wert nach Attribution

Real Attribution wurde konzipiert, um Advertisern die volle Kontrolle über die Optimierung von Kampagnen zu geben und Affiliates innerhalb der Customer Journey belohnen zu können; ganz gleich, ob initiiert, assistiert oder konvertiert. Mit den fünf Attribution Modellen und der benutzerdefinierten Lösung wird Advertisern die Möglichkeit gewährt, Elemente gegeneinander abzuwiegen sowie die Ergebnisse in attraktiveren Kampagnen zu vervielfachen und die Affiliates angemessen zu vergüten.

## Warum Real Attribution?

### ✓ Faire verteilung

Alle Affiliates erhalten eine faire Vergütung für ihre geleistete Werbemaßnahme. Affiliates arbeiten ständig daran Transaktionen zu generieren. Mit der Real Attribution wird gewährleistet, dass Sie einen starken ROI für jede Werbemaßnahme erzielen.

### ✓ Performance steigern

Dank der Attribution erhöht sich der ROI der Affiliates und es wird mehr Traffic weitergeleitet und somit mehr Transaktionen generiert.

### ✓ Mehrwert

Sie haben die volle Kontrolle, das Affiliate-Budget zwischen spezifischen Webseitentypen, Kategorien und Positionen aufzuteilen, um Ihre Strategie durch die Feinabstimmung Ihres Modells zu erfüllen, so dass Affiliates dazu inspiriert werden, einen Mehrwert für Ihre Kampagne zu schaffen.

### ✓ Volle ransparenz

Erweitern Sie Ihr Attribution Modell, indem Sie verschiedene Elemente aufnehmen, ohne die Transparenz auf Affiliate- oder Advertiser-Seite zu veröffentlichen. Es gibt keine versteckten Informationen, zusätzliche Kosten oder Überraschungen.



# Vergütung nach Performance



## Mehr Umsatz, neue Kanäle

Performance Marketing ist geprägt von der Beteiligung und Entlohnung des Affiliates, wobei die Vergütung des Affiliates bislang nach dem marktüblichen Last Click erfolgte. Bis heute.

Die Zuordnung von Provisionen auf mehreren Touch Points erschafft ein revolutionäres Branding im Affiliate Marketing, in der alle beteiligten Affiliates in der Customer Journey für Provisionen in Frage kommen. Affiliates können signifikante Werbemaßnahmen in allen Stufen des Purchase Funnel nutzen, was zu einer erhöhten Markensichtbarkeit führt. Zusätzlich wird eine neue Customer Journey und Transaktionen initiiert. Es ermöglicht somit Advertisern auf ein neues Verbraucherpool zuzugreifen, während Ausgaben optimiert werden.

Das Marketingbudget wird oftmals in E-Mail, Display, Social Media, Suchmaschinen usw. investiert. Allerdings besteht hier die Benachteiligung, nicht pro Conversion vergüten zu können – nicht für die wirklich entstandene Performance. Es wird Zeit das Budget neu zu definieren und in die wahre performancebasierte Werbemaßnahme zu investieren.

Der Zugriff auf mehrere Online Marketing Kanäle verringert das Risiko des investierten Budgets und verbessert den Umsatz deutlich.

## Affiliates zum Greifen nahe

Es ist der Traum eines jeden Advertisers: Die größten und einflussreichsten Affiliates bewerben die eigene Marke, ohne die Investition von Werbekostenzuschläge (WKZ) oder zu hoch angesetzte CPM Raten. Das Attribution Modell ermöglicht diesen Traum.

Große Media Agenturen streben nach optimalen Resultaten pro Besucher. Mit dem neuen Attribution Modell wird dieses Streben erfüllt.

Impressionen- oder Post-View-Kampagnen können nahtlos in Provisionsmodelle integriert werden, welches die Lösung eines ständig unter Beobachtung stehenden eCPMs gewährt. Es ermöglicht Affiliates in mehr Media Werbeflächen und Inventar für solche attraktiven Kampagnen zu investieren.

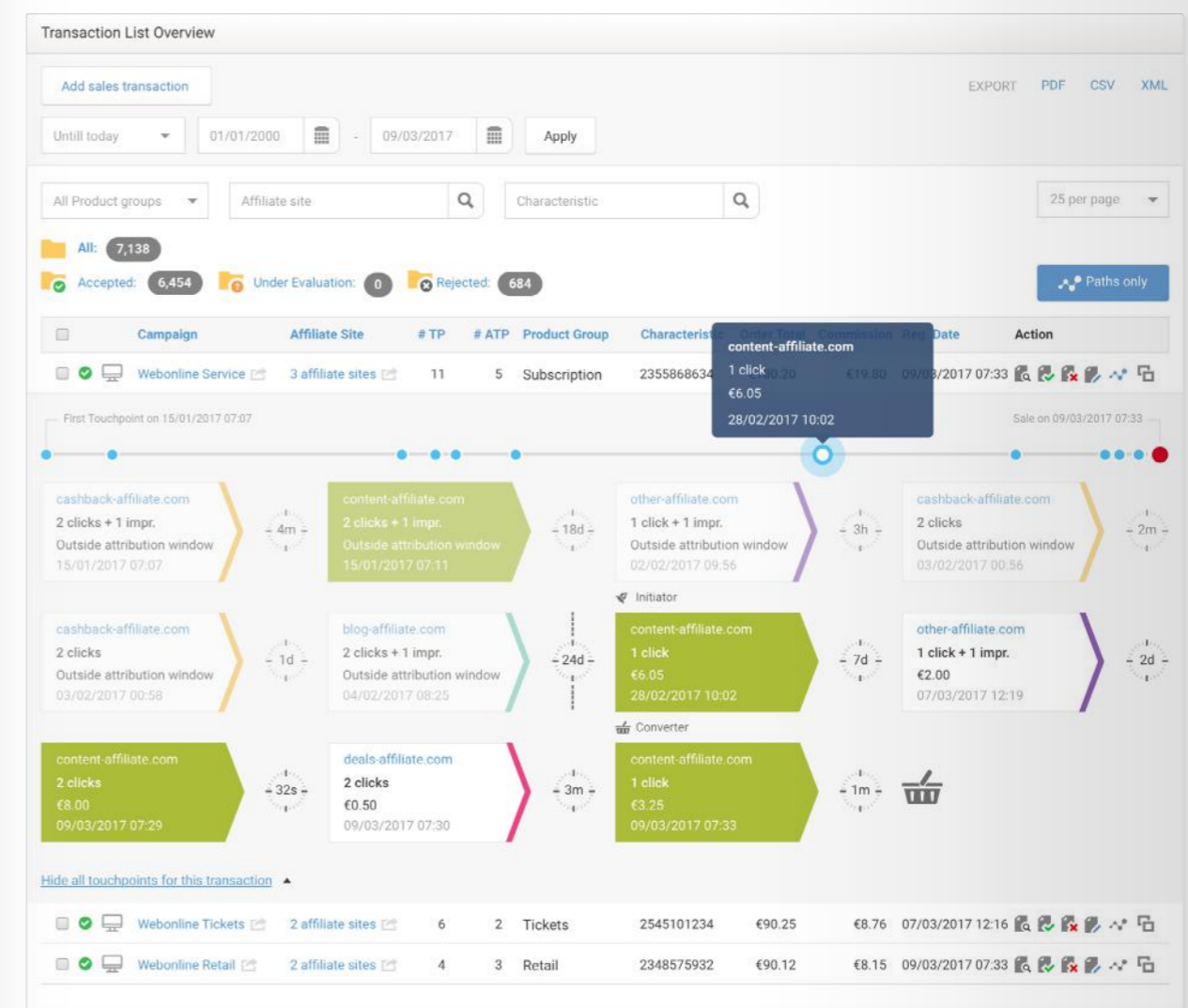
Affiliates verdienen ihre Provisionen, während Advertiser sie, basierend auf der Performance, vergüten – wenn Transaktionen abgeschlossen werden. Dies öffnet Türen für neue Kooperationen mit den größten Affiliates, welche bis heute nur mit CPM, CPC oder WKZ Modellen gearbeitet haben.

Für jeden Affiliate, egal wie groß der Traffic des Affiliates ist, ist Attribution die Antwort auf den „Last Click – Wettbewerb“ und schafft neue Ertragsströme für den Affiliate und Advertiser gleichermaßen. Das ist die Zukunft im Performance Marketing.

## Verschiedene Kanäle einbeziehen

Die Richtlinien für Deduplikation werden in das Attribution Modell einbezogen. Jeder Touch Point in der Customer Journey hat einen Wert. Demzufolge sollte es möglich sein, Anteile der Provision zuzuordnen und zu entlohnen; egal, um welche Art von Kanal es sich hierbei handelt.

Erhalten Sie unschätzbare Insights darüber, wie verschiedene Kanäle in der Customer Journey interagieren. Beziehen Sie Newsletter oder Paid Search mit in die Customer Journey mit ein und vergüten Sie diese Fair.



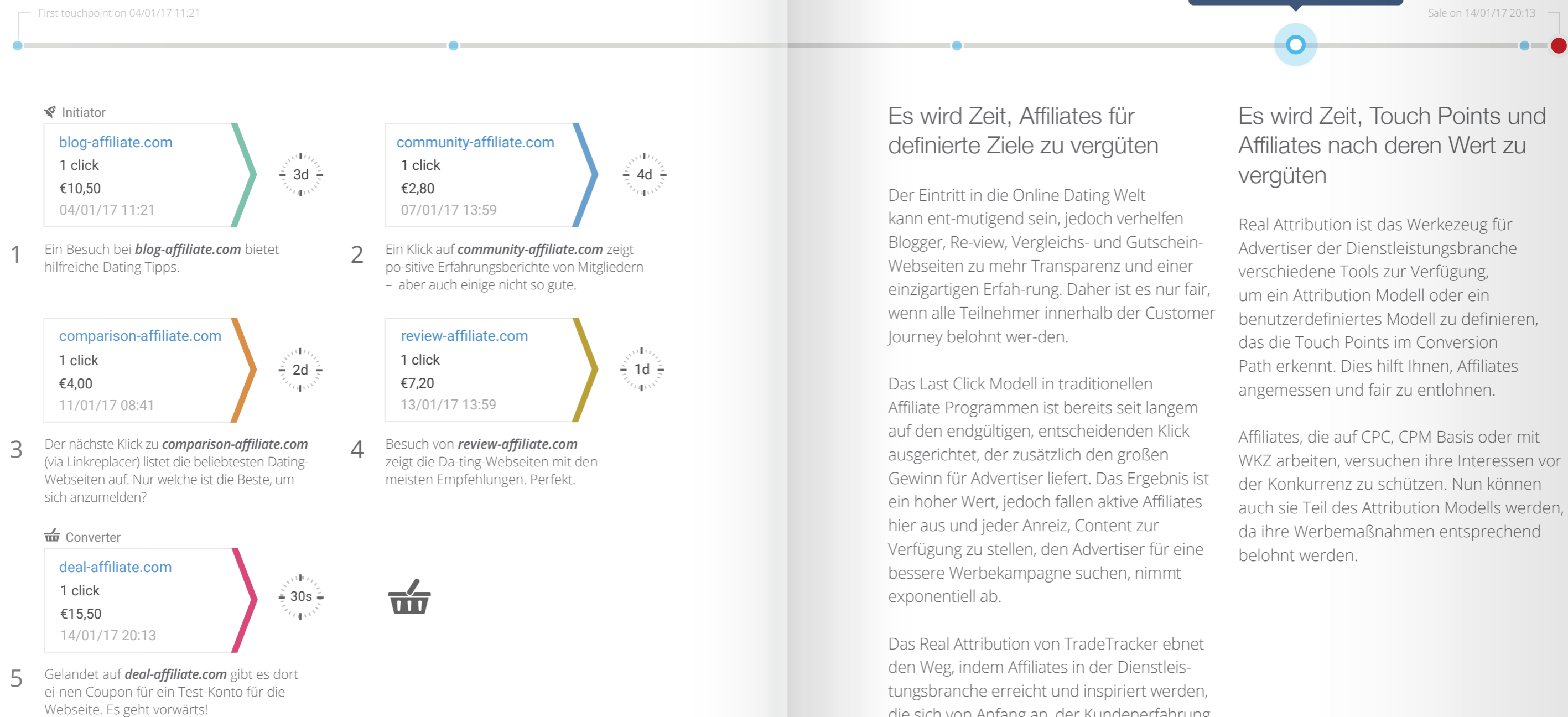
Real Attribution mit dem intuitivsten Interface



# Kompetenter Service



Betrachten wir ein klassisches Szenario in der Dating-Welt: Es ist Zeit zu daten, aber wie und wo fangen Sie am Besten an? Welches ist das beste Datingportal und bieten sie eine Testphase an? Finden Sie das alles jetzt heraus!



1 Ein Besuch bei **blog-affiliate.com** bietet hilfreiche Dating Tipps.

2 Ein Klick auf **community-affiliate.com** zeigt po-sitive Erfahrungsberichte von Mitgliedern – aber auch einige nicht so gute.

3 Der nächste Klick zu **comparison-affiliate.com** (via Linkreplacer) listet die beliebtesten Dating-Webseiten auf. Nur welche ist die Beste, um sich anzumelden?

4 Besuch von **review-affiliate.com** zeigt die Da-ting-Webseiten mit den meisten Empfehlungen. Perfekt.

5 Gelandet auf **deal-affiliate.com** gibt es dort ei-nen Coupon für ein Test-Konto für die Webseite. Es geht vorwärts!

## Es wird Zeit, Affiliates für definierte Ziele zu vergüten

Der Eintritt in die Online Dating Welt kann ent-mutigend sein, jedoch verhelfen Blogger, Re-view, Vergleichs- und Gutschein-Webseiten zu mehr Transparenz und einer einzigartigen Erfah-rung. Daher ist es nur fair, wenn alle Teilnehmer innerhalb der Customer Journey belohnt wer-den.

Das Last Click Modell in traditionellen Affiliate Programmen ist bereits seit langem auf den endgültigen, entscheidenden Klick ausgerichtet, der zusätzlich den großen Gewinn für Advertiser liefert. Das Ergebnis ist ein hoher Wert, jedoch fallen aktive Affiliates hier aus und jeder Anreiz, Content zur Verfügung zu stellen, den Advertiser für eine bessere Werbekampagne suchen, nimmt exponentiell ab.

Das Real Attribution von TradeTracker ebnet den Weg, indem Affiliates in der Dienstleis-tungsbranche erreicht und inspiriert werden, die sich von Anfang an, der Kundenerfahrung widmeten.

## Es wird Zeit, Touch Points und Affiliates nach deren Wert zu vergüten

Real Attribution ist das Werkzeug für Advertiser der Dienstleistungsbranche verschiedene Tools zur Verfügung, um ein Attribution Modell oder ein benutzerdefiniertes Modell zu definieren, das die Touch Points im Conversion Path erkennt. Dies hilft Ihnen, Affiliates angemessen und fair zu entlohnen.

Affiliates, die auf CPC, CPM Basis oder mit WKZ arbeiten, versuchen ihre Interessen vor der Konkurrenz zu schützen. Nun können auch sie Teil des Attribution Modells werden, da ihre Werbemaßnahmen entsprechend belohnt werden.



# Wertorientierte Attribution Modelle



## Mehr Leistung für Ihre Dienstleistung

Unsere Insights zeigen, dass Advertiser aus dieser Branche am Meisten von unserem linearen Modell profitieren, da Upper Funnel-Affiliates ihre Kampagnen bewerben können, ohne dabei Provisionen einbüßen zu müssen. Dagegen ist das Time-Decay-Modell für die Leadgenerierung ideal. Diese Erkenntnisse helfen Advertisern gezielt, die besten Affiliates für ihre Kampagnen auszuwählen und Modelle zu implementieren, die den Traffic und die Transaktionen exponentiell steigern.

### Linear

Dieses Modell funktioniert am Besten bei der Bewerbung von Produkten, bei denen z. B. Gutscheincodes nicht effektiv sind und damit zu einem längeren Orientierungsprozess führen. Kunden, die z. B. nach Dienstleistungen recherchieren, neigen dazu nach Informationen zu suchen und Anbieter zu vergleichen, bevor sie über eine Affiliate-Webseite mit dem Fokus auf den Last Click, konvertieren. Affiliates können nun auf einen neuen Pool an Möglichkeiten zurückgreifen, um ihren Traffic zu monetarisieren.

### Time Decay

Perfekt für impulsbezogene Advertiser in der Dienstleistungsbranche. Obwohl der Traffic hier zwar in der Regel recht kurzlebig ist, konnten wir eine Vielzahl an Touch Points in 89% der Transaktionen aufzeichnen. Die Vergütung des Last Clicks erhöhte zusätzlich den Traffic um bis zu 198%, während konvertierende Affiliates einen Anstieg der Transaktionen aufwiesen - dank der unterstützenden Klicks, die den Kunden weiterleiteten.

### Benutzerdefiniert

Neben Deal-Closern sind viele Nischen-Affiliates über verschiedene Marktsegmente aktiv. Mit Hilfe des benutzerdefinierten Modells können Affiliates nach bestimmten Kriterien gewichtet werden. Dies ermöglicht Advertisern nach bestimmten Modellen zu optimieren, um gezielt Nischen-Affiliates anzusprechen und diese durch Mehrwerte, wie Umsatzsteigerung und Geschäftswert, an sich zu binden.

## Weitere nützliche Modelle

### Last Touchpoint

Der traditionelle, letzte Touch Point erhält die gesamte Provision. Das Modell bleibt flexibel durch die Möglichkeit, Ausnahmen für bestimmte Webseiten-Typen festzulegen.

### First Touchpoint

Der erste Touch Point erhält die gesamte Provision. Das Modell ist vor allem dann nützlich, wenn man mehr Traffic und Branding von Affiliates mit einer breiten Reichweite erhalten möchte und geeignet für Marken mit aufkommendem Markenwert.

### Position Based

Es ist ein nützliches Modell, wenn Affiliates vergütet werden sollen, die Ihren Kunden die Marke vorstellen und den letzten Anstoß für den Kauf geben. Es werden 40% der Provision für den Initiator, 40% für den Converter und 20% zwischen den Assists aufgeteilt - das passende Modell für Kampagnen, die einen längeren Entscheidungsprozess auslösen.

### Ausnahmen

Jedes Attribution Modell ermöglicht das Hinzufügen von Ausnahmen. Wollen Sie bestimmten Affiliates oder Webseiten-Typen noch immer einen fixen Anteil der Provision gewähren? Fügen Sie einfach eine Ausnahme für diese Affiliates hinzu, ohne Transparenz zu verlieren.



# Starten Sie noch heute



## 1 Setzen Sie Ihre Ziele und definieren Sie Ihr Modell

Der erste Schritt beim Start des Attribution Modells ist das Definieren Ihrer Ziele. Ist Branding ein primärer Aspekt Ihrer Affiliate Strategie? Dann gewichten Sie die Touch Points der Initiator Ihrer Conversion. Legen Sie Ihren Fokus auf Traffic von bestimmten Webseiten-Typen? Dann stufen Sie die Wichtigkeit der jeweiligen Affiliates höher ein, die in diese Webseiten-Typ Kategorie fallen und gewichten diese dementsprechend im Attribution Modell. In Zusammenarbeit mit Ihrem Account Manager können Sie das Attribution Modell kreieren, welches Ihren Zielen perfekt entspricht.

## 2 Kommunizieren Sie und erreichen somit Ihre Affiliate Base

Sobald Ihr Modell definiert wurde und bereit ist für den Start, sollten Sie Ihre Affiliates darüber informieren. Die Affiliates, die Sie als wichtig erachten, werden einen erhöhten ROI feststellen – also stellen Sie sicher, dass die Affiliates Ihrer Kampagne Ihnen die besten Chancen auf Erfolg sichern. Mit Hilfe des Conversion Path Reports können Sie den Einfluss, den Ihr neues Modell haben wird, hochrechnen; Ihre Prognose kann dann dazu genutzt werden, bestimmte Affiliates anzusprechen und ihnen zu zeigen, dass das Attribution Modell ein erhöhtes Einkommen liefern wird.

## 3 Optimieren Sie Ihre Kampagnen

Das Interface und die Reports von TradeTracker zeigen Ihnen genau an, wie das neue Attribution Modell die Rollen der verschiedenen Affiliates umwandelt und wie ihre zusätzlichen Einnahmen die Kampagnenergebnisse erhöhen. Das Attribution Modell kann jederzeit verbessert werden, mit Hilfe von spannenden neuen Elementen, wie das Hinzufügen von CPC oder CPM Komponenten für ausgewählte Affiliates, so dass die Performance Ihrer Kampagne maximiert wird.

## Bereit für die Revolution?

Wollen Sie Ihre Performance Marketing Insights kontrollieren? Wollen Sie die Ergebnisse Ihrer Affiliates im Kaufprozess optimieren und die Werte der Touch Points messen und auswerten? Möchten Sie eine klare Affiliatevergütung vom ersten Kontakt bis zum finalen Klick? Das Warten hat ein Ende.

Besuchen Sie noch heute  
[www.real-attribution.com](http://www.real-attribution.com).

Real Attribution von TradeTracker.

## Kontaktieren Sie uns heute

TradeTracker Deutschland  
Eichhornstraße 3  
10785 Berlin  
Germany

+49 40 87407525  
[attribution@tradetracker.com](mailto:attribution@tradetracker.com)



