



# Real Attribution

TradeTrackers Real Attribution is een revolutionaire aanpak voor de shopping branche.



 INITIATOR

START **ATTRIBUTION WINDOW**

 CONVERTER

**CONVERSION PATH**





# Real Attribution



Bij performance marketing draait alles om die veel besproken laatste klik. De commissies worden alleen toegekend aan het laatste touchpoint. Wat in het nadeel is voor de diverse publishers die een bijdrage hebben geleverd aan de uiteindelijke aankoop en niet worden beloond voor hun inspanningen. Dit is nu verleden tijd.

**TradeTrackers Real Attribution is de nieuwe aanpak voor Affiliate Marketing** en zorgt voor ongekende resultaten. Het motiveert alle publishers met een eerlijke beloning, transparantie en top resultaten. De revolutie binnen Affiliate Marketing start NU!

## Geattribueerde waarde

Real Attribution is ontwikkeld om adverteerders de volledige controle te geven over hun campagnes. Het zorgt voor optimale resultaten met een eerlijke commissie voor alle publishers in het conversiepad. Of ze nu initiator, assist of converter zijn. Door een van de vijf attributiemodellen of een custom model in te stellen, kan de adverteerder bepalen welke waarde hij toekent aan welk touchpoint.

## Waarom TradeTrackers Real Attribution?

### ✓ Eerlijk delen

Waardeer alle publishers die zich inzetten voor een transactie. Ze investeren veel in het genereren van transacties en Real Attribution verzekert ze van een gezonde ROI.

### ✓ Meer resultaat

Dankzij attributie stijgt de ROI van publishers, waardoor zij meer verkeer en dus conversies naar uw campagnes sturen.

### ✓ Toegevoegde waarde

Stel uw eigen model samen en krijg de volledige controle om uw affiliate-budgetten in te delen naar verschillende typen websites, categorieën en posities. Zo inspireert u publishers om waarde toe te voegen op punten waar u dat wilt.

### ✓ Volledige transparantie

Optimaliseer uw attributiemodel zoveel u wilt door verschillende elementen toe te voegen, zonder dat het effect heeft op de transparantie van de publisher of adverteerder. Geen achtergehouden informatie, extra kosten of verrassingen.



# Elk Kanaal Betaald Naar Performance



## Meer bereik en betere resultaten

In het 'oude' Performance Marketing model zijn alle pijlen gericht op het belonen van het laatste touchpoint. Tot nu!

Door het verdelen van de commissie over meerdere touchpoints in het affiliate kanaal, ontstaan er nieuwe kansen. Publishers worden meer gestimuleerd om bij te dragen aan de promotie van uw campagnes, waardoor uw zichtbaarheid fors stijgt en uw transacties aanzienlijk toenemen. Als adverteerder krijgt u toegang tot een nieuwe klantenpool, met als resultaat meer waarde voor uw geld.

Marketingbudgetten worden vooral besteed aan e-mail, display, social en search. Voor deze kanalen is het niet mogelijk om per conversie af te rekenen en dat is juist wat performance marketing zo interessant maakt. Het is tijd om uw marketing budget te investeren in performance advertising.

Meer media kanalen, minder risico en verhoogde revenues.

## Snel toegang tot elke publisher

Promoot uw merk via de grootste content publishers en mediabedrijven ter wereld zonder een vast bedrag te betalen of een CPM -tarief. Dat is de droom van elke marketeer. Met attributie wordt deze droom werkelijkheid.

Attributie voldoet aan de eisen van 'mediahuizen' om altijd te streven naar het hoogst haalbare resultaat per bezoeker.

Content publishers streven naar een zo hoog mogelijk resultaat per bezoeker, maar hun eCPM staat continu onder druk. TradeTrackers Real Attribution biedt de oplossing. Impressie of post-view campagnes worden naadloos geïntegreerd in onze attributie commissie modellen.

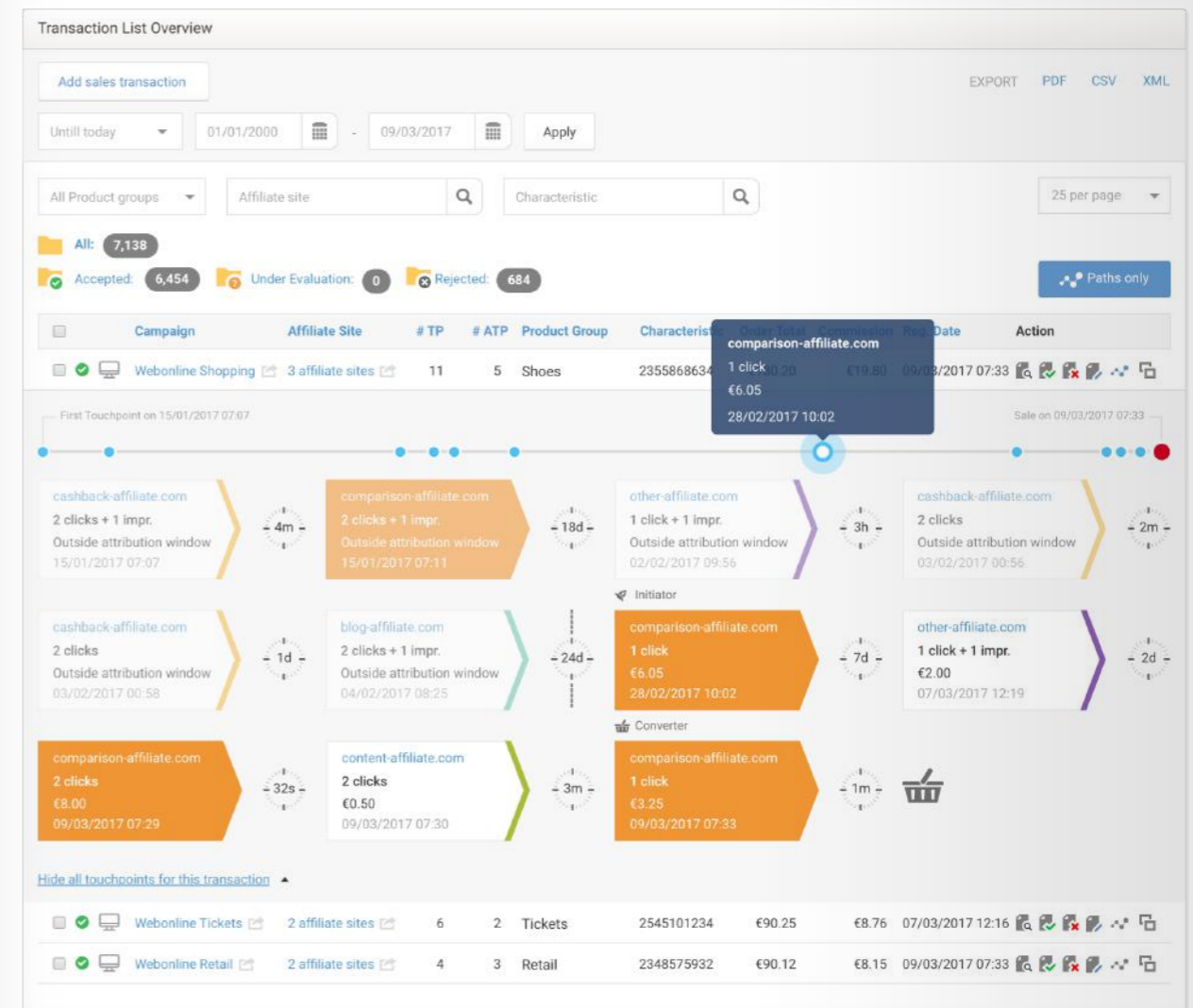
Wanneer een transactie heeft plaatsgevonden, vergoeden adverteerders die gebruik maken van Real Attribution aan alle (content) publishers die een rol gespeeld hebben bij het realiseren van de transactie. Dit opent deuren voor samenwerking met grote (content) publishers die, tot op heden, alleen werkten op basis van CPM, CPC of modellen met een vast tarief.

Attributie is hét antwoord op de 'laatste-klik-competitie'. Dit is de toekomst van performance marketing!

## Neem diverse advertising kanalen op

Met attributie vereenvoudigt u uw ontdubbelingsbeleid. Elk touchpoint in de customer journey heeft zijn waarde. Daardoor is het mogelijk om delen van commissies toe te kennen en uit te keren aan ieder kanaal, betaald of van uzelf.

Neem bijvoorbeeld uw eigen nieuwsbrief of paid search op. Waardeer additionele inspanningen van een publisher door hun touchpoints mee te nemen en geef ze een fair share in de totale commissieverdeling.



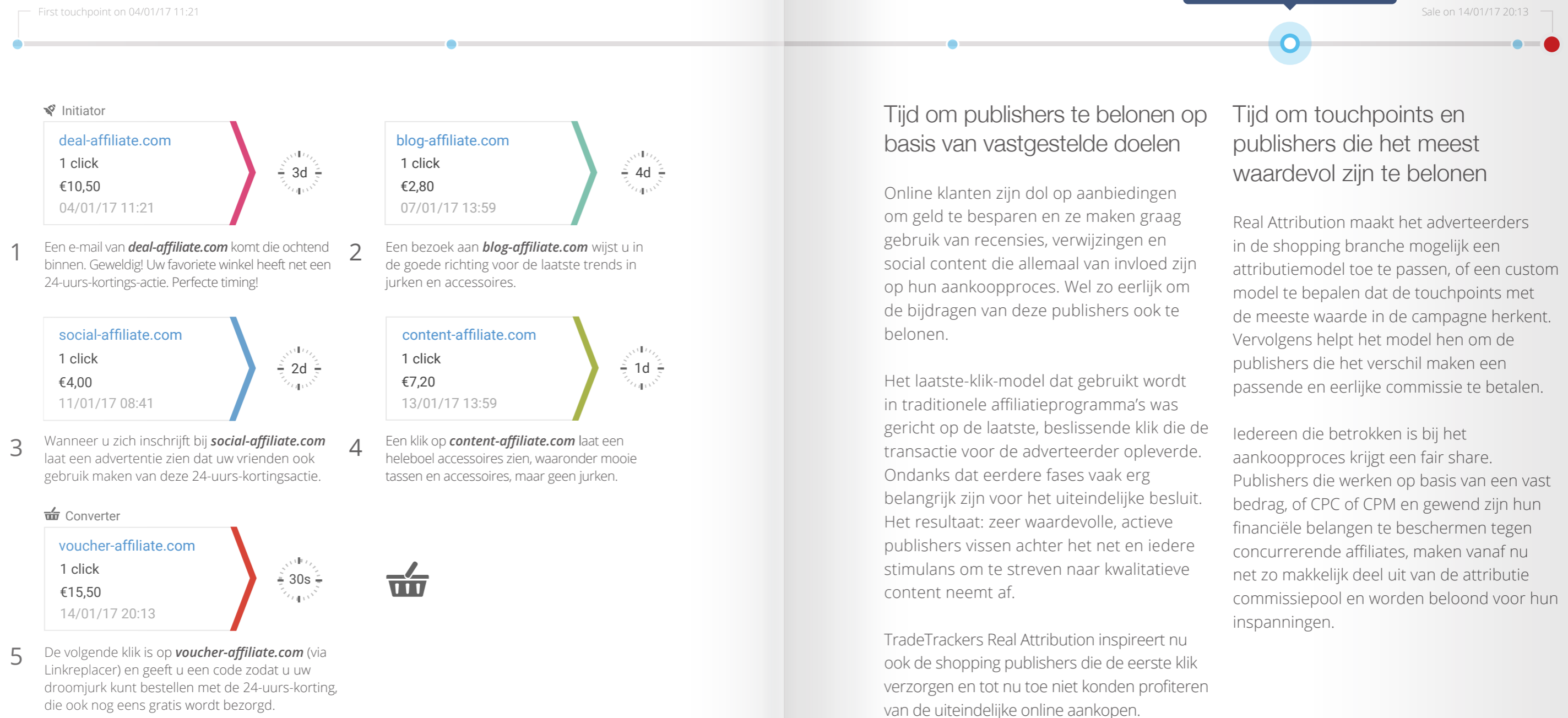
Real Attribution met de meest overzichtelijke interface



# Hoogste tijd voor Shopping



Er komt een uitnodiging voor een fantastisch feest. Wat spannend, maar wat trekt u aan? Niet weer die oude jurk – tijd om wat nieuws te kopen. Laten we winkelen...



## Tijd om publishers te belonen op basis van vastgestelde doelen

Online klanten zijn dol op aanbiedingen om geld te besparen en ze maken graag gebruik van recensies, verwijzingen en social content die allemaal van invloed zijn op hun aankoopproces. Wel zo eerlijk om de bijdragen van deze publishers ook te belonen.

Het laatste-klik-model dat gebruikt wordt in traditionele affiliatieprogramma's was gericht op de laatste, beslissende klik die de transactie voor de adverteerder opleverde. Ondanks dat eerdere fases vaak erg belangrijk zijn voor het uiteindelijke besluit. Het resultaat: zeer waardevolle, actieve publishers vissen achter het net en iedere stimulans om te streven naar kwalitatieve content neemt af.

TradeTrackers Real Attribution inspireert nu ook de shopping publishers die de eerste klik verzorgen en tot nu toe niet konden profiteren van de uiteindelijke online aankopen.

## Tijd om touchpoints en publishers die het meest waardevol zijn te belonen

Real Attribution maakt het adverteerders in de shopping branche mogelijk een attributiemodel toe te passen, of een custom model te bepalen dat de touchpoints met de meeste waarde in de campagne herkent. Vervolgens helpt het model hen om de publishers die het verschil maken een passende en eerlijke commissie te betalen.

Iedereen die betrokken is bij het aankoopproces krijgt een fair share. Publishers die werken op basis van een vast bedrag, of CPC of CPM en gewend zijn hun financiële belangen te beschermen tegen concurrerende affiliates, maken vanaf nu net zo makkelijk deel uit van de attributie commissiepool en worden beloond voor hun inspanningen.



# Real Attribution Modellen



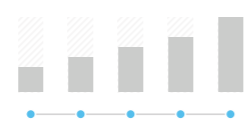
## Blaas uw shopping campagnes nieuw leven in

Gebaseerd op onze path-tracking inzichten, hebben shopping adverteerders geprofiteerd van onze customised betalings- of hybride modellen. Door initiators op de juiste manier in te zetten zijn de impressies over de hele linie verdriedubbeld en is de verkoop met meer dan 25% gestegen. Ook is er een aanzienlijke verhoging van de naamsbekendheid. Tijd om van het laatste-klik-model over te stappen naar een value-based model.

### Positie gebaseerd

 Het 40-20-40 vergoedingsmodel is de beste manier om shopping publishers te laten focussen op de start, oftewel de eerste-klik van de klantcyclus. Publishers die betrokken zijn bij het aankoopproces worden ook gestimuleerd om conversies te genereren door de beste koop of meeste korting aan te bieden. Kleinere merken hebben profijt bij dit model, met name als het om hun naamsbekendheid gaat.

### Time Decay

 Hier worden publishers beter beloond als hun touchpoints dichterbij de daadwerkelijke conversie zitten. Perfect voor winkelaanbieders in nichemarkten zoals luxe artikelen waar de focus eerder ligt op niche content, dan op de beste aanbieding.

### Custom

 Een custom model in combinatie met een time-decay model is een aantrekkelijk model voor online shops die waarde willen toekennen aan content sites, blogs en social sites als aanjager van conversie gedreven sites, zoals kortingscode sites. Beïnvloeding van dit proces is een cruciaal pluspunt van deze strategie en we zagen de verkoop met 35% stijgen.

## Andere nuttige modellen

### Laatste klik

 Het traditionele, laatste-touchpoint-krijgt-alles-model. Volledig te personaliseren door uitzonderingen te maken voor specifieke sites.

### Eerste klik

 Vice versa: eerste-touchpoint-krijgt-alles. Zeer bruikbaar wanneer je wilt focussen op het genereren van meer verkeer en meer naamsbekendheid bij publishers met een vast bereik. Een geweldige strategie voor opkomende merken.

### Lineair

 Wilt u een model dat al uw publishers gelijk beloont? Binnen het lineaire model krijgen alle touchpoints eenzelfde deel. Ideaal wanneer uw campagne gefocust is op het verkrijgen van zoveel mogelijk waarde uit al uw publishers in iedere fase van de customer journey.

### Exceptions

Ieder attributiemodel heeft de mogelijkheid om uitzonderingen (exceptions) op de regel toe te passen. Wilt u nog steeds specifieke publishers of typen sites een vast aandeel van de commissie geven? Voeg simpelweg een exception toe, zonder daarbij transparantie kwijt te raken.



# Let's get started



## 1 Bepaal uw doelen en uw model

De eerste stap bij het lanceren van het attributiemodel is het bepalen van uw doelen. Is naamsbekendheid een primair onderdeel van uw strategie? Voeg dan meer waarde toe aan de eerste touchpoints van uw conversie. Ligt uw focus op het verkrijgen van meer verkeer van specifieke sites? Verhoog dan de relatieve waarde van de publishers die tot deze sites behoren. Samen met uw accountmanager kunt u een attributiemodel ontwerpen dat perfect aansluit op uw specifieke doelen en doelstellingen.

## 2 Communiceer en bereik uw publishers

Zorg ervoor dat uw publishers op de hoogte zijn wanneer u uw attributiemodel bepaald hebt en klaar is voor gebruik. Publishers die u belangrijk vindt, zien hun ROI snel toenemen. Zorg dat zij klaar staan om van uw campagne een succes te maken. Door TradeTrackers conversiepad rapportage te gebruiken, krijgt u inzichtelijk wat de impact van uw model is. Door de statistieken te delen met specifieke publishers, wordt duidelijk wat het attributie model hen extra oplevert.

## 3 Optimaliseer uw campagnes

De interface en rapportages van TradeTracker laten u precies zien hoe het nieuwe attributiemodel de rollen van uw verschillende publishers verandert en heel belangrijk, hoe hun extra inkomsten de campagne resultaten verhogen. Met TradeTracker optimaliseert u uw attributiemodel met nieuwe elementen, zoals de mogelijkheid om CPC- of CPM-componenten toe te voegen aan geselecteerde publishers voor maximaal effect van uw campagne.

## Join the Revolution

Wilt u heldere inzichten van uw campagnes? En de resultaten van uw publishers in het aankoopproces optimaliseren? Wilt u deze gebruiken om de waarde van touchpoints te meten en evalueren? En wilt u glasheldere commissies voor publishers, van de eerste tot de laatste klik? Wacht niet langer.

Bezoek [www.real-attribution.com](http://www.real-attribution.com) vandaag nog.

De revolutie binnen Affiliate Marketing start NU!

## Neem vandaag nog contact met ons op

TradeTracker Netherlands  
De Strubbenweg 7  
1327 GA Almere  
The Netherlands

+31 88 8585 585  
[attribution@tradetracker.com](mailto:attribution@tradetracker.com)



