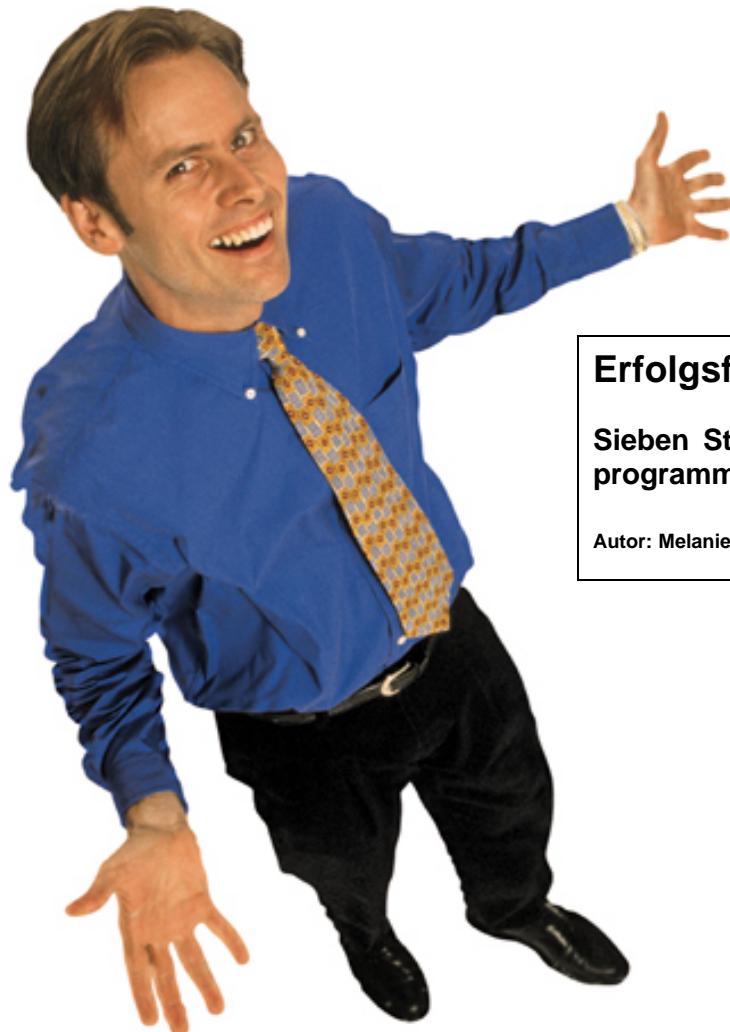




Linking Business with Markets



Erfolgsfaktoren im Affiliate Marketing

Sieben Strategien für ein erfolgreiches Partnerprogramm

Autor: Melanie Tamblé, ADENION GmbH

1. Einleitung

Affiliate Marketing spielt eine zunehmend wichtige Rolle im Marketing-Mix von eBusiness-Unternehmen und ist zu einem der Hauptziele einer erfolgreichen E-Commerce-Strategie geworden. Unternehmen, die es schaffen, ein erfolgreiches Affiliate Programm zu betreiben, bauen auf diese Weise nicht nur hervorragende Vertriebskanäle im Internet auf, sondern können Wettbewerbsvorteile generieren und ihrem Online-Business zu enormem Wachstum verhelfen.

Dieser Beitrag gibt eine kurze Einführung ins Thema und erläutert sieben Erfolgsstrategien für den Aufbau und das Management eines erfolgreichen Affiliate Programms.

Affiliate Programme (auch Partnerprogramme) schaffen die Basis für eine neuartige Form des kooperativen Vertriebs und der Zusammenarbeit von Unternehmen im Internet. E-Business-Unternehmen bauen mit Hilfe eines Affiliate Programms ein „virtuelles Vertriebsnetzwerk“ mit Partnern auf, die ihre Produkte und Dienstleistungen auf ihren Websites mit anbieten und verkaufen. Im Gegensatz zu traditioneller Online-Werbung werden die Partner direkt in den tatsächlichen Vermarktungs- und Verkaufsprozess einbezogen. Diese Form des kooperativen Marketings schafft völlig neue Möglichkeiten für Co-Branding und Cross-Selling Strategien.

Affiliate Marketing stützt sich auf die Tatsache, dass sich Internet-Nutzer primär auf Websites bewegen, die ihren spezifischen Interessen entsprechen, das sind Content- und Community-Websites. Affiliate Programme bringen die Produkte und Dienstleistungen dorthin, wo interessierte Besucher bereits sind. Auf den context- oder zielgruppenrelevanten Partner-Websites wird durch die Integration eines „Partner-Angebotes“ ein neues Impuls-Kaufverhalten am „Point-of-Interest“ ausgelöst.

Ein Beispiel: ein Wein-Händler möchte sein Sortiment einem größeren potentiellen Kundensegment anbieten. Mit Hilfe eines Affiliate Programms akquiriert er Partner-Websites, die ergänzende Produkte und Dienstleistungen anbieten oder eine ähnliche Zielgruppe ansprechen, z.B. Content-Websites mit Gourmet-Rezepten und Restaurantführern, Delikatessen-Shops, Zigarren- und Spirituosen-Anbieter, Anbieter von Schlemmer-Reisen in Weingebiete etc. Der

Anbieter kann auf diese Weise seine Produkte auf vielen weiteren Websites anbieten. Anstatt die Kunden mit teuren Werbemaßnahmen auf den eigenen Online-Shop zu locken, bringt das Affiliate Programm die Angebote dorthin, wo potentielle Zielgruppen bereits sind. Die Wahrscheinlichkeit, Interessenten in tatsächliche Kunden zu wandeln ist in einer context- und communityorientierten Umgebung wesentlich höher, als in einem einzelnen Shop.

Der wesentliche Erfolg der Affiliate Programme beruht auf dem „Empfehlungsprinzip“ der Partner-Werbung. Ähnlich der Mund-zu-Mund-Propaganda in der klassischen Marketing-Strategie, wirkt bei einem Affiliate Programm die „Maus-zu-Maus-Empfehlung“ als verkaufsunterstützender Faktor.

Ein Gourmet-Führer kann sein eigenes Web-Angebot erweitern und attraktiver gestalten. Er bietet seinen Kunden einen erweiterten Service an, ohne dafür selbst in Infrastruktur, Logistik und Procurement zu investieren. Zudem profitiert der Partner von seiner „Empfehlung“, denn für jede Weinbestellung über den Partnerlink erhält er eine Provision.

Art und Höhe der Provision sind zwischen Programmbetreiber und Partner individuell vereinbar. Pay-per-Click (pro Klick), Pay-per-Lead (pro Interessent/Download/Abonnent, etc.) und Pay-per-Sale (pro Verkauf) sind die gängigsten Varianten eines Partnerprogramms.

Die Vorteile für Unternehmen, ein Affiliate Programm in die Online-Marketing-Strategie zu integrieren, liegen auf der Hand. Die Kundenakquisition ist mit einem Affiliate Programm gegenüber den traditionellen Online-Werbeformen wesentlich kostengünstiger und effizienter. Bei gut geführten Partnerprogrammen liegen die Klick-Raten bis zu 6mal höher als bei klassischer Banner-Werbung. Der Website Traffic lässt sich mit einem Partnerprogramm um das 10fache steigern. Erfolgsbeispiele aus den USA zeigen, dass Umsatzsteigerungen bis zu 60% möglich sind. [Jupiter Communications](#) prognostizieren für 2002, dass 25% der Online-Umsätze über Affiliate Websites generiert werden. In Deutschland sind ähnliche Entwicklungen zu erwarten.

2. Sieben Erfolgsstrategien zum Affiliate Marketing

Ein Affiliate Programm eignet sich für alle Unternehmen und Websitebetreiber, die nach einer effizienten Möglichkeit suchen, neue Interessenten, Kunden oder Mitglieder zu gewinnen. Dies sind in erster Linie Commerce-Sites, aber auch Anbieter von Informationen, wie z.B. Portale, Suchmaschinen, Webverzeichnisse sowie Online-Communities. Partnerprogramme bieten jedem Unternehmen die Möglichkeit, durch die Verknüpfung mit kleinen und großen Partner-Websites das Internet in eine organisierte Commerce-Gemeinschaft zu verwandeln.

Affiliate Marketing funktioniert jedoch nur wirklich erfolgreich, wenn sich eine Win-Win Situation für Anbieter und Partner ergibt. Unternehmen, die ein Affiliate Programm als kostengünstigen Ersatz für Bannerwerbung nutzen, verschenken mindestens 80% des Marketing-Potentials.

Hier die sieben wichtigsten Faktoren für den Aufbau eines profitablen und erfolgreichen Affiliate Programms:

1. Am Anfang steht das Ziel

Ohne Ziel kommt man nirgends an. Dies gilt auch für die Einführung eines Affiliate Programms. Je genauer Sie definieren, was Sie mit Ihrem Affiliate Programm erreichen möchten (qualitativ und quantitativ), welche Zielgruppen Sie darüber ansprechen, welche Partner Sie gewinnen und welche flankierenden Maßnahmen Sie einsetzen möchten, desto genauer können Sie später Ihren Erfolg messen und Ihre Strategien ggf. ändern oder optimieren.

Wenn Sie sich nicht sicher sind, was Sie mit einem Affiliate Programm erreichen können, schauen Sie sich bestehenden Programme an, die Ihrer Wettbewerber, aber auch die anderer Branchen. Affiliate Programm Verzeichnisse liefern einen guten Überblick über den Markt. Vergleichen Sie, welche Provisionen gezahlt werden, welche Betreuungskonzepte vorhanden sind, welche Werbemedien zur Verfügung gestellt werden und welche Partner an welchen Programm teilnehmen. Werfen Sie einen Blick in Diskussionsforen der Partner. Schauen Sie sich erfolgreiche Partnerwebsites an. Sie werden sehr schnell einen Eindruck davon erhalten, was gut und was weniger gut läuft. Nehmen Sie diese Erkenntnisse als Planungsgrundlage für Ihr eigenes Programm.

Ein sorgfältig geplantes und gut betreutes Partnerprogramm kann Ihrem Unternehmen einen großen Zustrom an neuen prospektiven Besuchern, Mitgliedern und Kunden bringen und Ihrem Online-Business zu enormem Wachstum verhelfen.

2. Konzentration auf die richtigen Partner

Beim Affiliate Marketing kommt es nicht auf die Quantität, sondern auf die Qualität der Partner an. Was nützen Ihnen Tausende kleiner Websites, die nur einen Banner auf ihrer Website platzieren? Ein Affiliate Programm kann die schlechten Klickraten der Bannerwerbung nicht verbessern, wenn es die gleichen Methoden anwendet. Die Integration von Produkten und Dienstleistungen in den Kontext themen- oder zielgruppenorientierter Websites ist der Schlüssel zum Erfolg Ihres Affiliate Programms.

Die Wahl Ihrer Partner ist abhängig von den Produkten und Dienstleistungen, die Sie anbieten und von den Zielen, die Sie für Ihr Programm definiert haben. Niemand kennt Ihre Zielgruppen und die Bedürfnisse Ihrer Kunden und Besucher besser als Sie. Niemand weiß besser als Sie, welche Produkte und Dienstleistungen am besten zu Ihren Angeboten passen und sich daher gut für Cross-Selling Strategien eignen.

Suchen Sie Partner-Websites, die ähnliche Zielgruppen adressieren und ergänzende Themen und Inhalte anbieten. Neben High Traffic Websites (= mit hohem Besucheraufkommen), können vor allem Nischen-Websites mit sehr speziellen Angeboten und Zielgruppen interessante Partner sein.

Nutzen Sie Suchmaschinen und Verzeichnisse für die Partnerakquisition. Versetzen Sie sich in die Position Ihrer Kunden. Geben Sie Suchbegriffe ein, die Ihre Kunden eingeben würden, um nach kontextrelevanten Inhalten zu Ihren Angeboten zu suchen. Konzentrieren Sie sich vor allem auf Websites, die bei den relevanten Suchbegriffen auf den oberen Plätzen stehen. Auf diese Weise haben Sie eine Gewähr dafür, dass diese Websites von Ihrer Zielgruppe gefunden werden.

Die wichtigen Affiliate Partner, die Ihnen wirklich Traffic und Umsatz bringen können, sollten Sie persönlich zu Ihrem Programm einladen. Nur motivierte und überzeugte Partner werden langfristig signifikante Umsätze erwirtschaften.

Die Teilnahme an einem Affiliate Programm ist zwar kostenlos, bedeutet aber für den Partner, wertvolle Werbefläche auf seiner Website zur Verfügung zu stellen und Arbeit in die Präsentation

und die Vermarktung Ihrer Angebote zu stecken. Geben Sie Ihren Partnern einen guten Grund für dieses Investment und es wird sich vielfach auszahlen.

Der erste Platz für die Bekanntmachung Ihres Affiliate Programms ist Ihre Homepage. Nutzen Sie Ihr Programm, um bestehende Kunden, Mitglieder und Besucher zu Ihren Partnern zu machen. Wer könnte Ihre Produkte und Dienstleistungen besser bewerben, als Ihre zufriedenen Kunden? Kunden, die als Partner an Ihren Produkten mitverdienen, werden Ihnen auch langfristig als Kunden erhalten bleiben. Ein Affiliate Programm kann somit gleichzeitig eine profitable Kundenbindungsmaßnahme sein.

3. Sparen Sie nicht mit Provisionen

Ihre Partner geben Ihnen das wertvollste Gut im Internet: Sie bringen Ihnen qualifizierte Besucher und prospektive Neukunden zu denkbar geringen Kosten!

„Wer mit Peanuts bezahlt, braucht sich nicht wundern, wenn er lauter kleine Äffchen dafür bekommt“. Diese humorige Weisheit gilt auch für Ihr Affiliate Programm. Affiliate Marketing ist nur erfolgreich, wenn beide Parteien profitieren. Eine Vergütung mit 2% für ein Buch oder eine CD, kann zwar unter Umständen viele kleine Websites, nicht aber wichtige Kooperationspartner dazu motivieren, Ihnen wertvolle Werbefläche auf ihrer Website zur Verfügung zu stellen.

Entwickeln Sie ein Premium Programm für Ihre wichtigen Partner oder für die Partner, die Ihnen die meisten Umsätze bringen. Bieten Sie Ihren Premium Partnern höhere Provisionen, Sonderprämien oder Bonuspunkte. Oder, entwickeln Sie ein gestuftes Provisionsmodell nach Umsatzvolumen. So schaffen Sie einen zusätzlichen Anreiz für alle Partner.

Halten Sie bei der Kalkulation der Provisionen immer die Folgegeschäfte im Auge. Je großzügiger Sie Ihre Vertriebspartner entlohen, desto motivierter werden sie sein, Ihre Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen.

Vergüten Sie Ihre Partner nicht nur für Direktverkäufe. Die wenigsten Besucher kaufen direkt beim ersten Besuch einer Website, viele sogar erst beim dritten oder vierten Besuch. Ein Affiliate Programm, welches nur Direktverkäufe vergütet, kann dazu führen, dass Ihre Partner Ihnen zwar wertvolle Kunden bringen, in den meisten Fällen jedoch leer ausgehen. Affiliate Marketing ist jedoch nur erfolgreich, wenn beide Partner gewinnen.

4. Unterstützen Sie Ihre Partner

Würden Sie im normalen Business Ihre Vertriebsleute ohne die besten Verkaufstechniken und Marketing-Materialien zum Kunden ziehen lassen? Ihre Affiliate Partner sind Ihre virtuellen Vertriebspartner!

Statistiken zeigen, dass im Schnitt etwa nur 10-20% der Partner eines Affiliate Programms wirklich aktiv sind. Laut einer Untersuchung von Revenews im Oktober 2000 sind 59% der Affiliates mit der Betreuung unzufrieden. 41% der Affiliates gaben an, sich schon zu Programmen angemeldet, jedoch niemals einen Link auf ihre Website gesetzt zu haben.

Machen Sie es Ihren Partnern einfach. Geben Sie Ihren Partnern alle Informationen zu Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten, die sie benötigen. Stellen Sie Ihren Partnern verschiedene Werbemedien und Linkoptionen zur Verfügung, die sie den Gegebenheiten ihrer Website anpassen können. Motivieren Sie Ihre Partner dazu, persönliche Empfehlungen oder Erfahrungsberichte zu ergänzen. Aktuelle Informationen, nützliche Tools und wertvolle Ressourcen, Praxistipps und Erfolgsbeispiele sind eine gute Basis, um Vertrauen und Motivation für die Teilnahme zu erzeugen.

Ein erfolgreiches Affiliate Programm ist das effizienteste Marketing-Instrument, das das Internet zu bieten hat. Je besser Sie Ihre Partner unterstützen, desto eher werden sie Ihre Angebote aktiv einbinden und desto erfolgreicher wird Ihr Geschäft sein. Ihre Partner stärken Ihren Ruf, machen Werbung für Sie und empfehlen Ihre Angebote einer großen potentiellen Kundenschar weiter. Ihre Partner vergrößern Ihre Bekanntheit, Ihre Reichweite und Ihren Umsatz zu denkbar geringen Kosten!

5. Pflegen Sie Ihre Partnerbeziehungen

„Zusammenkommen ist ein Anfang.

Zusammenbleiben ist ein Fortschritt.

Zusammenarbeiten ist Erfolg.“

(Henry Ford)

Eine persönliche Beziehung zu den Partnern ist der Schüssel zum Erfolg Ihres Affiliate Programms.

Laut einer Untersuchung von Affiliate Marketing Consultant Joel Gehman, kümmern sich nur etwa 8% der Unternehmen, die ein Affiliate Programm betreiben, tatsächlich um ihre Partner. Etwa 43% antworten noch nicht einmal auf die Anmeldung eines neuen Partners. Von den 57% der Unternehmen, die eine Begrüßungs-E-Mail verfassen, geben nur etwa 5% einen Ansprechpartner mit vollständiger Email-Adresse und Telefonnummer an. Nur etwa 7% der Unternehmen antworten auf Anfragen von Affiliates (Quelle: AffiliateHandbook.com). Ein erschreckendes Ergebnis, bedenkt man das Potential, das in einem gut geführten Affiliate Programm steckt.

Ein gutes Partnerprogramm zeichnet sich durch eine professionelle Partnerbetreuung aus. Durch die Zuteilung eines dezidierten Ansprechpartners mit Namen, Email und einer Telefonnummer setzen Sie deutliche Zeichen dafür, wie ernst es Ihnen mit der Partnerschaft ist.

Der kontinuierliche Dialog mit Ihren Partnern ist ein wesentliches Element für den Erfolg Ihres Affiliate Programms. Eine regelmäßige E-Mail-Kommunikation und ein Partner-Newsletter sind gute Möglichkeiten, um mit Ihren Partnern im Dialog zu bleiben und sie von Zeit zu Zeit mit wichtigen Informationen über Ihr Programm und Ihre Angebote zu versorgen.

Halten Sie vor allem Ihre besten Partner im Auge und versuchen Sie diese langfristig an Ihr Unternehmen zu binden. Prämien oder ein Special Bonus für Ihre 10-20 Top Performer kostet Sie weniger, als 10-20 neue Top Performer zu finden. Sie zahlen doch auch Prämien an Ihre besten Vertriebsmitarbeiter, oder?

6. Testen und Optimieren Sie Ihre Affiliate Strategien regelmäßig

Affiliate Programme läuten eine neue Ära des Online-Marketings ein: das sogenannte Performance-Marketing. Da die Transaktionen über die Partner-Websites vom ersten Besuch bis zum Verkauf registriert werden, bietet dies gleichzeitig eine hervorragende Möglichkeit, Ihre Marketing-Maßnahmen direkt messbar und besser steuerbar zu machen.

Eine gute Affiliate Technologie bietet nicht nur eine Klick- und Verkaufsregistrierung, sondern darüber hinaus Auswertungen von Click-through Raten und Conversion Raten, also eine Übersicht über das Verhältnis von Besuchern zu tatsächlichen Kunden, sowie eine Analyse der Werbeeffizienz einzelner Werbemedien und Partner.

Eine durchdachte Partnerstrategie und ein ausgeklügeltes Vergütungsmodell ermöglichen es, die Leistungen eines jeden Partners zu kontrollieren, Marketingmedien zu optimieren und Provisionen entsprechend motivierend einzusetzen und zu steuern.

Nutzen Sie diese Auswertungsmöglichkeiten für eine kontinuierliche Erfolgskontrolle. Testen, überprüfen und optimieren Sie Ihre Strategien regelmäßig.

7. Die richtige Technologie

Für die technische Umsetzung eines Affiliate Programms gibt es verschiedene Optionen: Sie können eine eigene Software entwickeln oder projektieren, Sie können eine sogenannte ASP-Software-Lösung (gehostete Technologie) einsetzen oder einen Netzwerk-Provider (Affiliate Network Provider) wählen, der Ihnen die Technologie innerhalb eines Partnerprogramm-Netzwerks bereitstellt.

Welche Lösung für Ihr Unternehmen die richtige ist, hängt von den Zielen ab, die Sie mit Ihrem Affiliate Programm verfolgen.

Ein Netzwerk-Provider bietet Ihnen den Vorteil auf einen bestehenden Partnerpool zuzugreifen. Der Nachteil dabei ist, dass diese Partner nicht Ihnen, sondern dem Netzwerk-Provider „gehören“. Alle Partner, die Sie durch eigene Akquisitionsmaßnahmen (z.B. durch einen Link auf Ihrer Website) gewinnen, werden automatisch Mitglieder des Netzwerks und stehen auch anderen Anbietern, schlimmstenfalls Ihrer Konkurrenz, zur Verfügung.

Wenn Sie sich auf qualifizierte Partner konzentrieren oder bestehende Kunden, Kooperationspartner und Community-Mitglieder in Ihr Affiliate Programm einbinden möchten, sollten Sie eine eigene oder eine individuell gehostete Softwarelösung in Erwägung ziehen.

Viele Unternehmen gehen beide Wege. Sie setzen für Ihre qualifizierten Partner eine eigene Lösung ein und nehmen zusätzlich an einem oder mehreren Netzwerken teil, um auch die kleineren Websites anzusprechen.

Grundsätzlich sollte Ihnen eine Softwarelösung eine automatisierte Unterstützung für die wesentlichen administrativen Aufgaben der Partnerbetreuung bieten, von der Partneranmeldung über die Bereitstellung der Affiliate Links bis hin zu übersichtlichen Auswertungen und Statistiken. Sie sollten Ihren Partnern nicht nur Banner, sondern eine Vielzahl von unterschiedlichen Linkoptionen, z.B. Textlinks für die Email- und Newsletter-Kommunikation, Produktlinks und dynamische Links bis hin zu ganzen Webpages zur Verfügung stellen können. Die Technologie sollte Ihnen auch größtmögliche Flexibilität bei der Erstellung unterschiedlicher Partnerkategorien, individueller Provisionsmodelle und Vergütungszeiträume geben. Je mehr



Automatismen und Komfort Ihnen die Technologie bietet, desto weniger müssen Sie sich um technische und administrative Details kümmern.

Zeit sollten Sie nicht in die Technologie, sondern ausschließlich in die Beziehung zu Ihren Partnern investieren.

Weitere Tipps und Hilfestellungen, ein umfassendes Ressourcenverzeichnis, sowie eine ausführliche Planungsgrundlage für Ihr Affiliate Programm bietet Ihnen der [ADENION Leitfaden „Affiliate Networks – Virtuelle Allianzen“](#).

<<http://www.adenion.de>>

3. Über ADENION

Die ADENION GmbH ist ein auf Affiliate Marketing Solutions spezialisiertes Unternehmen und bietet Technologie- und Marketing-Dienstleistungen für den Aufbau und das Management von virtuellen Vertriebsnetzwerken im Internet (Partnerprogramme, Affiliate Networks).

Mit professionellen Technologie- und Service-Leistungen bieten wir kompetente Unterstützung für e-Business-Unternehmen, die ein eigenes Partner-Netzwerk aufbauen und langfristig erfolgreich managen möchten.

ADENION bietet Ihnen ein komplettes Outsourcing Ihres Affiliate Marketings an, welches Ihnen jedoch gleichzeitig ein sehr hohes Maß an Individualisierung und Integration in Ihre bestehende E-Business- und E-Marketing-Strategien ermöglicht. Wir nennen das auch "Private Hosting". Die komplette technische und administrative Betreuung des Systems wird von ADENION übernommen. Trotzdem erhalten Sie bei uns ein individuelles System, welches Ihren spezifischen Anforderungen angepasst wird und Ihnen so ermöglicht, auch Ihre strategischen Kooperationspartner vollständig in eine einheitliche Affiliate Marketing Strategie zu integrieren und sehr individuell zu betrachten - Gleichzeitig reduzieren Sie die administrativen Prozesse für alle Partnerschaften auf ein Minimum.

Affiliate Marketing als Business Herausforderung

Wir begreifen Affiliate Marketing nicht als Technologie- sondern als Business-Herausforderung. Unser oberstes Ziel ist es daher, unsere Kunden und Partner bestmöglich darin zu unterstützen, das Potential des Affiliate Marketings in einen profitablen Geschäftserfolg zu verwandeln. Aus diesem Grunde haben wir u.a. das Partnerportal Travado (<http://www.travado.net>) (für die Touristikbranche) und das ADENION Affiliate Marketing Center (<http://www.affiliate-marketing-center.de>) als Informations- und Kooperationsplattform aufgebaut, über welches wir unsere Kunden unterstützen, qualifizierte Affiliate Partnerschaften zu bilden und Affiliate Partner zu aktivieren.

Darüber hinaus haben wir Kooperationen mit professionellen Partner-Verzeichnissen, Business-Foren und Intermediären aufgebaut, über die wir unsere Kunden weitläufig bei der Kunden- und Partnerbindung über Affiliate Marketing unterstützen.

Internationale Kooperationen

Durch die Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern auf internationaler Ebene und vielen verschiedenen Branchen, können wir Ihnen ein breites Spektrum an Erfahrung und Marketing-Expertise für den Aufbau und die erfolgreiche Umsetzung Ihres Affiliate Programs zur Verfügung stellen.

Das von uns eingesetzte Affiliate System wird bereits seit über 3 Jahren weltweit erfolgreich auf dem Markt eingesetzt. Ein deutsches Beispiel-Projekt ist das größte Touristik-Partnernetzwerk Travado <<http://www.travado.net>> mit über 150 Buchungsmaschinen und Angeboten von fast allen namhaften Veranstaltern.

Eine multilinguale Version für die Märkte Österreich, England, Spanien, Italien und Schweden ist derzeit bei unserem Kunden BetandWin.com AG <<http://www.betandwin.com>> in Österreich im Einsatz.

Referenzprojekte in Deutschland finden Sie u.a. bei ProMarkt, Kaufhof und der Touristikbörse.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf – wir beraten Sie gerne:

ADENION GmbH

Technologiezentrum Glehn (TZG)
Hauptstrasse 76,
41352 Korschenbroich

Fon: +49 (0)2182 - 8244-0,
Fax: +49 (0)2182 - 8244-20
E-Mail : info@adenion.de
<http://www.adenion.de>