Real Attribution

TradeTracker's Real Attribution er en game changer inden for rejse industrien.

Real Attribution

Performance marketing-industrien har længe været domineret af den berømte sidste klik-model, hvor belønningen indfanges af sidste touchpoint, mens andre publishers' bidrag til konverteringen overses. Der har været en ubalance mellem performance, værdi og belønning. Indtil nu.

TradeTracker's Real Attribution er en game changer inden for affiliate marketing, og det motiverer publishers med fair belønninger, merværdi, gennemsigtighed og resultater som ingen andre. Real Attribution er den hellige gral inden for affiliate marketing - og det er her nu.

Tilskrevet værdi

Real Attribution er designet til at give annoncører fuld kontrol ved optimering af deres kampagner ved at belønne alle publishers involveret i konverteringsstien. Uanset om de er initiator, assist eller converter. Fem solide attribution-modeller og en tilpasset løsning giver annoncører mulighed for at afveje hvilke elementer, der tæller, i forhold til at optimere resultater for mere inspirerende og attraktive kampagner og for at belønne publishers hensigtsmæssigt.

Hvorfor benytte TradeTracker's Real Attribution?

✔ Fair belønning

Giv dine publishers en fair belønning for deres promotions. De arbejder hårdt på at generere transaktioner, og Real Attribution sikrer, at de får en sund ROI på hver eneste kampagne.

✔ Forbedrede resultater

Ved hjælp af Real Attribution forbedres dine publishers' ROI, hvilket fører til, at de vil dirigere mere trafik og flere transaktioner til dine kampagner.

✔ Tilført værdi

Du har fuld kontrol, når det kommer til at fordele dine affiliate-budgetter mellem bestemte sidetyper, kategorier og positioner. Du kan på denne måde komme i mål med dine strategier ved at finjustere din model, så dine publishers inspireres til at tilføre værdi, hvor du har brug for det.

✔ Fuld gennemsigtighed

Ved at indarbejde forskellige elementer kan du forbedre din attribution-model lige så meget, som du ønsker, uden at gå på kompromis med gennemsigtigheden på hverken publisherens eller annoncørens sider. Der er ingen skjulte oplysninger, ekstra gebyrer eller overraskelser.

Alle kanaler betalt på performance

Flere indtægter, nye kanaler

Performance marketing går ud på at aflønne publishers' involvering på baggrund af performance, men som markedet fungerer, er det normalt sidste klik, der får al kommissionen.
Indtil i dag.

Ved at fordele kommissionen på flere touchpoints skaber det banebrydende muligheder for brandeksponering, mens enhver involveret publisher bliver berettiget til kommission. Dine publishers tilskyndes på denne måde til at optimere deres promotions i alle stadier af købsfasen, hvilket øger brandsynligheden betydeligt og kan skabe nye kunderejser og -transaktioner. Det giver annoncørerne mulighed for at få adgang til en ny gruppe af kunder, samtidig med at udgifterne til marketing optimeres.

Marketingbudgettet bliver ofte brugt på e-mail, display, social, søgning og meget andet. Men den fælles ulempe ved denne tilgang er den manglende mulighed for at betale per konvertering – den egentlige performance. Det er på tide at omdefinere budgetfordelingen og investere i ægte performance-baseret reklame.

Få adgang til flere kanaler, reducér risikoen i forbindelse med budgetudgifter, og forbedr din indtjening betydeligt.

Nye publishers lige ved hånden

At få sit brand promoveret af verdens største publishers uden at skulle betale hverken faste gebyrer eller høje CPM-priser er enhver marketingkoordinatirs drøm. Det er nu muligt med Real Attribution.

Mediehusene stræber altid efter optimale resultater per besøgende, og for dem kan Real Attribution opfylde behovet for altid at generere indkomst.

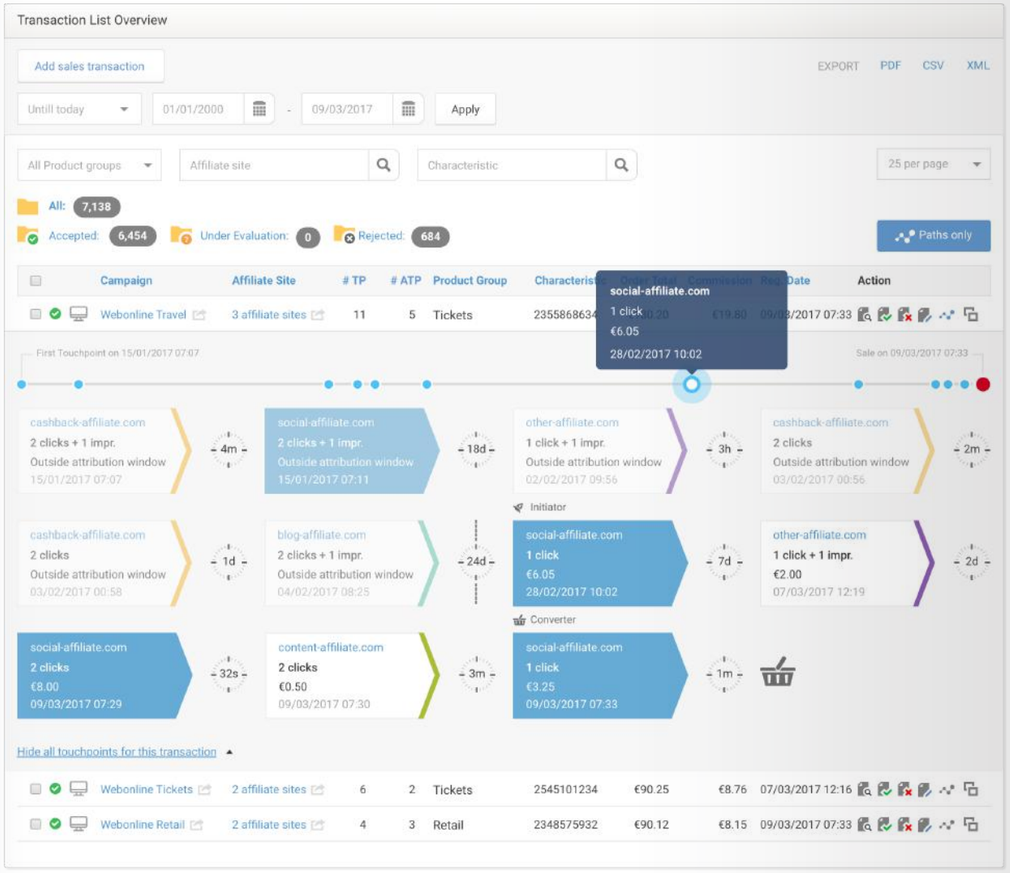
Visnings- eller post view-kampagner kan integreres i kommissionsmodellerne, hvilket løser problemet med, at eCPM altid er under pres. Det giver publishers mulighed for at dedikere medieplads og ressource til sådanne attraktive kampagner.
Dine publishers får deres kommission, mens annoncører aflønnes på baggrund af performance - når transaktionerne er afsluttet. Dette åbner dørene op for et fornyet samarbejde med de største publishers, der indtil i dag kun har arbejdet med CPM-, CPC-modeller eller fixed fees.

For enhver publisher, uanset størrelse, er Real Attribution svaret på "sidste klik"-konkurrencen, og det skaber nye indtægtsstrømme for både publisher og annoncør. Det er fremtiden inden for performance marketing.

Inkludér flere kanaler

Med Real Attribution kan deduplikering forenkles. Hvert touchpoint under konverteringsstien har værdi, og derfor bør det være muligt at tildele fraktioner af kommissionen og belønne disse touchpoints uanset kanal, eller om det er betalt eller ejet.

Få uvurderlig indsigt i, hvordan de mange kanaler interagerer gennem kunderejsen. Inkludér proprietære nyhedsbreve eller betalt søgning på kunderejsen og belø n publishers yderligere promotions ved at inkludere deres touchpoints og giv dem en fair andel af den samlede disponible kommission.



Real Attribution med den mest intuitive brugerflade

Det er tid til at rejse

Her er et typisk scenarie, når familieferien skal planlægges: Skal vi på den helt store road trip i år, eller skal vi hellere holde to ferier? Skiferie eller storbyferie? Beslutninger, beslutninger...

Initiator

content-affiliate.com
1 click
€10,50
04/01/17 11:21

3d

news-affiliate.com
1 click + 4 impr.
€2,80
07/01/17 13:59

4d

1 Et besøg på ***content-affiliate.com*** viser, at skoleferien falder tidligt i år; En fire ugers road trip i USA i juli er den bedste løsning. Men østkyst eller vestkyst?

2 Et klik videre på ***news-affiliate.com*** hjælper dem til at beslutte sig for østkysten.

retargeting-affiliate.com
1 click
€4,00
11/01/17 08:41

24d

comparison-affiliate.com
1 click
€7,20
04/02/17 09:43

12d

3 Heldigvis viser et besøg på ***retargeting-affiliate.com***, at – ja – juli er den bedste måned at tage afsted.

4 Et klik på ***comparison-affiliate.com*** producerer en liste over annoncører, der tilbyder road trips i USA i juli. Fantastisk.

Converter

review-affiliate.com
1 click
€15,50
16/02/17 12:32

30s

5 Så mange valg, men ***review-affiliate.com*** bekræfter det hotel, der bedst passer til alle familiemedlemmers behov.

Det er tid til at belønne dine publishers for definerede mål

Det er tydeligt, hvordan hver publisher i denne typiske kunderejse spiller en rolle med deres bidrag fra den oprindelige orienteringsfase frem til det øjeblik, hvor ferien bookes. Det er kun retfærdigt, at deres indsats belønnes.

Sidste klik-modellen, der anvendes i traditionelle affiliate-programmer, har længe været rettet mod det endelige, afgørende klik, der giver den store gevinst for annoncøren - på trods af at de tidlige faser ofte er af afgørende værdi for beslutningen. Resultatet: de aktive publishers, der skaber stor værdi, går glip af deres belønning mindskes eksponentielt. Nu kan publishers levere den indholdstype, som annoncører søger for at kunne levere bedre kvalitetskampagner.

TradeTracker's Real Attribution-model åbner nye døre i forhold til at nå og inspirere de publishers i rejsebranchen, der indtil videre er blevet overset ved sidste klik-modellen.

Det er tid til at anerkende touchpoints og de publishers, der tilføjer mest værdi

Real Attribution giver rejsebranchens annoncører værktøjerne til at vælge en bestemt attribution-model eller selv definere en skræddersyet model, som anerkender de touchpoints på kampagnekonverteringsstien, der har tilføjet mest værdi. Det hjælper dem med at belønne de publishers, der gør en forskel, på en hensigtsmæssig og retfærdig facon.

Faktisk får alle involverede i beslutningsprocessen en mulighed. Publishers, der arbejder med fixed fee, CPC eller CPM, er vant til at beskytte deres økonomiske interesser mod konkurrerende affiliates, men de kan nu indgå i denne attribution-model med fornyet kraft, da deres promotions nu vil blive belønnet for deres performance.

Værdifokuserede attribution-modeller

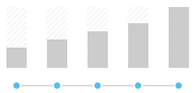
Puster nyt liv i rejseindustriens performance-kampagner

Efter grundig research har TradeTracker defineret tre attribution-modeller, der er designet til at puste nyt liv i rejseindustriens performance-kampagner. Skiftet væk fra sidste klik-modellen mod mere værdifokuserede modeller sikrer integritet, resultater og belønninger – og det åbner nye spændende døre for annoncører.

Lineær

Kommissionen fordeles ligeligt mellem alle touchpoints på konverteringsstien, hvilket skaber en stigning i eCPC for de mest inspirerende, destinationsfokuserede og indholdsskabende publishers på mere end 85%. Publishers fangede kundernes opmærksomhed tidligt og dirigerede trafik, der tilfredsstillede kundens efterspørgsel i beslutningsprocessen. Fra små, rejserelaterede indholdsbaserede publishers til store, metasøgningsfokuserede publishers, forbedres performance en hver gang.

Tidsforfald



Denne model belønner publishers i højere grad, hvis deres touchpoints ligger tættere på konverteringen, og det har konsekvent vist sig at være den mest egnede model for rejseannoncører med fokus på de mindre forskelligartede og mere prisfølsomme produkter som fly og hoteller. Denne model leverede den højeste værdi for annoncører, for eksempel rejsearrangører, med en bred vifte af rejseprodukter.

Skræddersyet

Annoncører med produkter med mere konkurrencedygtige priser opnår bemærkelsesværdige resultater, når der lægges højere vægt på deal-sider, voucher-sider og cashback-sider sammen med vores lineære attribution-model. Annoncører med oversøiske rejsedestinationer fungerer godt med en positionsbaseret model kombineret med øget vægtning for bloggere, indholdsbaserede websites og rejserelaterede publishers. Når anmeldelsessider blev vægtet højere, oplevede hotelkampagnerne en volumenstigning.

Andre brugbare modeller

Sidste klik

Den traditionelle sidste-touchpoint-får-det-hele-model. Kan nemt tilpasses ved at bruge undtagelser for bestemte typer sider.

Første klik

Her er det lige omvendt: første touchpoint får det hele. En brugbar model, når du ønsker at fokusere på at genere mere trafik og omtale fra publishers med stor rækkevidde. En rigtig god strategi for brands med spirende brand-værdi.

Positionsbaseret

En brugbar model, hvis du både sætter pris på publishers, der introducerer dine kunder til dit brand, og de, som giver det sidste skub. Der er 40% kommission til initiatoren, 40% til converteren og 20% delt mellem assists. Egner sig godt til kampagner med en længerevarende beslutningsproces.

Undtagelser til reglen

Du har mulighed for at tilføje undtagelser til enhver af attribution-modellerne. Vil du stadig gerne kunne give specifikke publishers eller specifikke typer sider en fast andel af kommissionen? Du kan nemt tilføje en undtagelse gældende for disse publishers uden at give køb på gennemsigtigheden.

Kom godt i gang

1 Sæt dine mål og definér din model

Det første trin, når du lancerer din attribution-model, er at definere dine mål. Er branding et primært aspekt af din affiliate-strategi? I det tilfælde kan du lægge vægt på de touchpoints, der udgjorde startpunktet af din konvertering. Er dit fokus at få mere trafik fra bestemte typer af websites? Så skal du blot øge den relative betydning af publishers, der falder inden for denne type website-kategori, ved at øge deres vægtning i attribution-modellen. I samarbejde med din account manager kan du definere attribution-modellen, så den passer perfekt til dine mål og målsætninger.

2 Tag kontakt til din publisher-base

Når du har defineret din model og er klar til lancering, skal du sikre dig, at dine publishers er informeret. De, som du anser som vigtige, vil hurtigt opleve et øget ROI – så vær sikker på, at de er klar til at give din kampagne de bedste betingelser for succes. Ved at bruge TradeTracker's konverteringsstirapport kan du beregne den virkning, din nye model vil have; Dine beregninger kan derefter bruges, når du henvender dig til bestemte affiliates, hvor du kan demonstrere de øgede indtægter, som din attribution-model vil bringe dem.

3 Optimér dine kampagner

TradeTracker's brugerflade og rapporter viser dig præcis, hvordan den nye attribution-model omdanner rollerne hos dine forskellige publishers og, helt afgørende, hvordan deres ekstra indtjening hæver dine kampagneresultater. TradeTracker giver dig mulighed for at forbedre din attribution-model med spændende nye elementer, såsom mulighed for at tilføje en CPC- eller CPM-komponent til udvalgte publishers, så du virkelig kan maksimere din kampagnes effektivitet.

Klar til at blive en del af revolutionen?

Har du brug for at tage kontrol over dine performance marketing-indsigter? Vil du optimere resultater fra dine affiliates under købsprocessen, der virkelig tæller, og bruge dem til at måle og evaluere et touchpoints værdi? Ønsker du gennemsigtig belønning af dine affiliates fra første til sidste klik? Så behøver du ikke vente længere.

Besøg **www.real-attribution.com** i dag.

Real Attribution fra TradeTracker.
Endelig er belønningen her.

Kontakt os i dag

TradeTracker Denmark
Danneskiold-Samsøes Allé 41
1434 København K
Denmark

+45 70 60 59 98
attribution@tradetracker.com

TradeTracker.com®
performance marketing

TradeTracker.com®
performance marketing