

LetsGetChecked wächst um 1,896%, und übertrifft seine Ziele um 62% YoY

Situation

Das Startup wollte
um 1,170% in nur
einem Jahr
wachsen

Das 2019 gegründete Unternehmen LetsGetChecked hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, neue Kunden zu gewinnen und das Transaktionsvolumen jeden Monat um 26% zu steigern, was zusammengenommen ein unglaubliches jährliches Wachstum von 1.170% ergeben würde.

LetsGetChecked erkannte, dass die größte Wachstumschance in der Anwerbung neuer Partner lag - besonders im Home Testing Vertical. Um ihr jährliches Wachstumsziel zu erreichen, mussten sie 500 zusätzliche Partner onboarden. Um qualitativ hochwertige neue Partner zu gewinnen, musste LetsGetChecked seine Partner für die ersten Transaktionen bezahlen.

LetsGetChecked wollte sein Zahlungsmodell überarbeiten, um sicherzustellen, dass Partner, die tatsächlich für einen Sales gesorgt haben, gut und auf dem gleichen Niveau wie ihre firmeninternen Kampagnen vergütet wurden.

Über LetsGetChecked



LetsGetChecked bietet persönliche Gesundheitstests an, die bequem und privat in den eigenen vier Wänden durchgeführt werden können. Ihr Ziel ist es, die Menschen dabei zu unterstützen, sich aktiv um ihre Gesundheit zu kümmern, um ein längeres und glücklicheres Leben zu führen. Durch die Kombination von Gesundheitsdaten und Diagnoseergebnissen bietet LetsGetChecked umfassende Einblicke in den Gesundheitszustand, die eine bessere Entscheidungsfindung im Gesundheitswesen ermöglichen.

“Ich kann die Partnership Cloud wirklich nur jedem ans Herz legen. Wir waren in der Lage, neue Partnerschaften zu finden, die wir brauchten, um unsere Ziele zu übertreffen, und zwar mit Hilfe des Marketplace und der Discovery Tools. Es besteht kein Zweifel, dass Impact und sein engagiertes Team maßgeblich zum Wachstum von LetsGetChecked beigetragen haben - wir sind gespannt, was die Zukunft bringt!”



Laura Young
Affiliate Manager
LetsGetChecked

Lösung

Einsatz einer ausgeklügelten Discovery-Strategie, um neue Partner ausfindig zu machen, und Neukalibrierung der Zahlungsstruktur, um Partner entsprechend ihrem Beitrag zu vergüten

LetsGetChecked und Impact arbeiteten zusammen, um potenzielle Partner im Home Testing Vertical zu finden und zu kontaktieren. Dabei wurden die Automation- und Keyword-Integrationen der Partnership Cloud (PC) sowie die zahlreichen E-Mail-Workflows genutzt.

Durch die Suche nach potenziellen Kunden anhand von Keywords, um Influencer, Gesundheitswebsites und Publikationen zu finden, die relevante Gesundheitsthemen behandeln, und durch die Verwendung zahlreicher E-Mail-Workflows konnte LetsGetChecked innerhalb weniger Stunden Hunderte von Partnern erreichen. Sie segmentierten ihre E-Mails nach Partnerkategorie und planten Follow-up-E-Mails, um die Antwortquote zu erhöhen.

Durch die Kontaktaufnahme mit Hunderten von potenziellen Partnern konnte LetsGetChecked seine niedrige Rücklaufquote umkehren und innerhalb von ein bis zwei Tagen eine Reihe neuer Möglichkeiten eröffnen. Sie fügten der Partnership Cloud jeden Abend etwa 30 neue Keywords hinzu und genehmigten und kennzeichneten neue potenzielle Partner am nächsten Morgen.

Diese neuen potenziellen Partner wurden in den automatisierten E-Mail-Funnel von LetsGetChecked aufgenommen, der jeden Tag unglaubliche 500 Outreach-E-Mails versendet. LetsGetChecked hat auch die Anwerbung von Partnern vollständig automatisiert, so dass potenzielle Partner eine Anwerbungs-E-Mail erhalten und dem Partnerprogramm sofort beitreten können, ohne überprüft zu werden.



Lösung

(Forts.)

Dadurch stieg die Zahl der potenziellen Kunden, und die Akquisition hochwertiger Partner wurde beschleunigt.

Durch das Insight-Reporting der Partnership Cloud erkannte LetsGetChecked, dass ihr Zahlungsmodell Partner übermäßig belohnte, wenn andere Kanäle in den Kauf-Funnel involviert waren. Anhand dieser Informationen unternahm LetsGetChecked zwei Schritte:

1. Änderung der Zahlungsstruktur und Senkung der Provisionsausschüttung auf 10% für Partner, die eine mehrstufige Purchase Journey (z. B. Gutschein-Websites) konsequent abschließen. Dadurch konnte LetsGetChecked **ein erhebliches Budget freisetzen**, um Partner zu belohnen, die einen Verkauf einleiteten und neue Kunden gewannen.
2. Identifizierung von Partnern (Introducer), die Kunden erbracht haben, und Erhöhung ihrer Auszahlung, **um mehr Verkäufe bei der ersten Kontaktaufnahme zu fördern**. Dadurch erhöhte sich das Verkaufsvolumen von LetsGetChecked, was auch den Affiliates zugute kam. Obwohl ihre Ausschüttung auf 10% zurückging, führte das hohe Verkaufsvolumen, das von den Introducern verursacht wurde, zu **einem Anstieg des gesamten Traffic**.

Da LetsGetChecked mehr als 35 Produkte mit unterschiedlichen Preispunkten anbietet, wurden außerdem benutzerdefinierte Auszahlungsgruppen verwendet, um sicherzustellen, dass jeder Partner den maximalen Betrag auf der Grundlage des AOV und des erwarteten ROAS erhält.

Die Partner, die als Introducer fungierten, brachten neue Kunden durch bezahlte soziale und PPC-Kampagnen auf die LetsGetChecked-Website.

LetsGetChecked konnte durch Partnerschaften mit bekannten Gesundheitspublikationen und durch die Skalierung ihrer Influencer-Kampagnen ein erhebliches Volumen erzielen.

“Seit der Umstellung auf die Impact-Plattform ist unsere Affiliate-Plattform seit Anfang 2019 um 700% gewachsen, und wir konnten bis Ende 2019 jeden Monat um weitere 26% wachsen. Dieses schnelle Wachstum hat dazu geführt, dass wir schnell neue Vertragsstufen aufsteigen mussten, aber das Team hat auch dies zu einem nahtlosen Prozess gemacht!

Der Onboarding-Prozess bei Impact verlief reibungslos. Außerdem hat uns das Impact-Team einen großen Vorsprung verschafft, indem es uns alle seine leistungsstärksten Partner in unseren wichtigsten Regionen geschickt hat - und sie stellen uns weiterhin neue Möglichkeiten vor”



Laura Young
Affiliate Manager
LetsGetChecked

Lösung

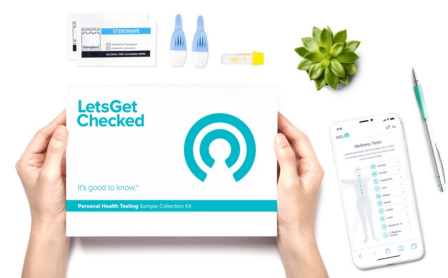
(Forts.)

LetsGetChecked nutzte die Gruppenfunktion bei den Auszahlungen, um seine Partner zu segmentieren und ihnen je nach ihrer Rolle in der Customer Journey unterschiedliche Provisionen zuzuweisen, was zu einem höheren ROAS führte.

Ergebnis

**Außerordentliches
Umsatzwachstum
übertrifft alle Ziele**

LetsGetChecked verzeichnete 2019 ein beträchtliches Wachstum, wobei das Partnerprogramm von Q1 auf Q2 um 287% und in Q3 um weitere 375% wuchs. Sie **steigerten ihr Partnerprogramm beim Umsatz um 1.896% und beim Verkaufsvolumen um 3.692%**. Durch die Beschaffung neuer Partner im Health Vertical, die für Native/Search/Paid Social/SEO und Influencer-Traffic sorgten, übertraf LetsGetChecked konsequent seine monatlichen Wachstumsziele von 26%.





1,896%

Anstieg des Umsatzes YoY

726%

% des angestrebten
Umsatzwachstums YoY

736

Ist die Anzahl der in einem Jahr
mit der Partnership Cloud
angeworbenen Partner

Ergebnis

(Forts.)

Durch die Lösung von Impact konnte LetsGetChecked mehr Partner mit hohem ROAS gewinnen und die Kontrolle über den Gesamt-ROAS zurückgewinnen, der von Q3 auf Q4 um 36% stieg.

LetsGetChecked kontaktierte fast 8.000 potenzielle durch Integrationen qualifizierte Partner, die relevante Influencer und Websites in wichtigen geografischen Gebieten ausfindig machten. Insbesondere nutzte LetsGetChecked die Partnership Cloud-Funktion "hat gesponserte Beiträge", um Partner auszuschließen, die zuvor nicht als professionelle Influencer gearbeitet hatten, um eine hohe Qualität zu gewährleisten. Insgesamt erreichten sie 736 Partner, 47% mehr als die angestrebten 500.

Ein zentraler Erfolgsaspekt von LetsGetChecked war die Tatsache, dass jeder Partner sowohl als Mensch als auch als Unternehmen oder Website behandelt wurde, während gleichzeitig automatisierte Such- und Kontaktaufnahme-Tools eingesetzt wurden. Sie investierten die gesparte Zeit in die Menschen und Unternehmen, um für beide Seiten vorteilhafte Partnerschaften zu schaffen, in denen eine Kultur der Unterstützung für eine leistungsfähige Gesundheitsversorgung in jede Interaktion eingebettet ist.

Willst Du Ergebnisse wie LetsGetChecked erzielen? | Kontaktiere grow@impact.com