

# HI AFFILIATE-MARKETER! PARTNERSCHAFTEN SIND DEINE ZUKUNFT! UND DAS SIND DIE GRÜNDE

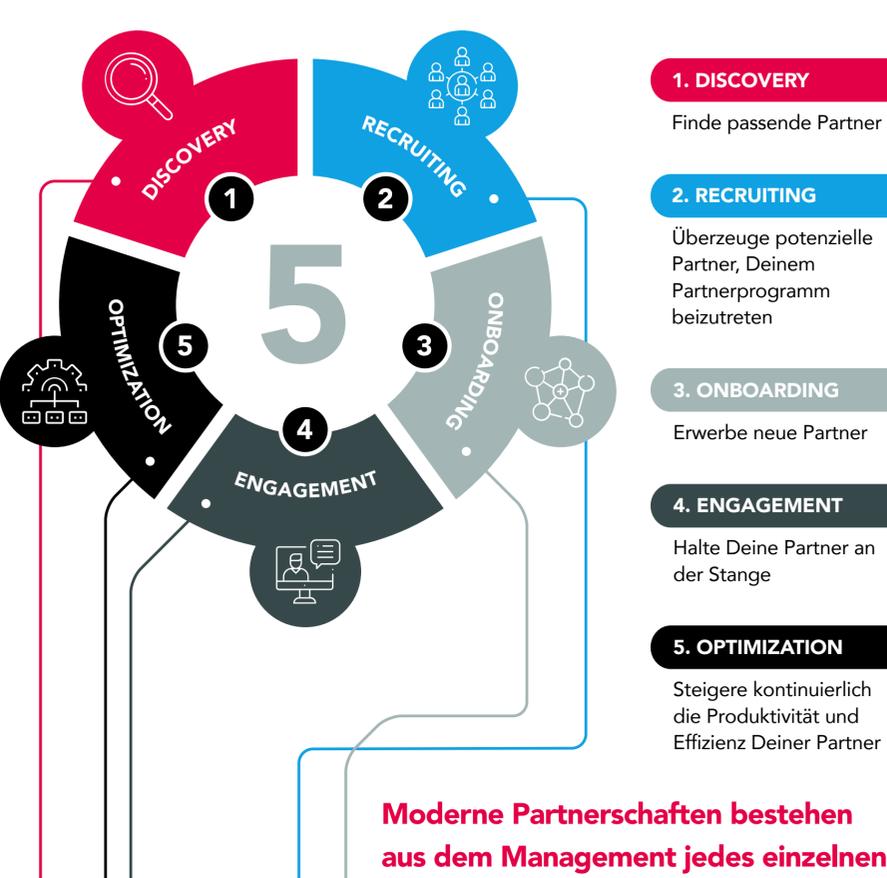
**Wenn Du beim traditionellen Affiliate-Marketing bleibst, schöpfst Du Dein Potenzial nicht voll aus. Progressive Unternehmen nutzen den leistungsstarken Partnerkanal.**

**2.3X**  
MEHR  
UMSATZWACHSTUM

Unternehmen mit einem reifen Partnerprogramm verzeichnen ein 2,3-mal höheres Wachstum des Umsatzes durch Partnerschaften im Vergleich zu Unternehmen mit einem geringen Reifegrad des Partnerprogramms.\*

Performance-Partnerschaften eröffnen eine neuartige Welt der Umsatzmöglichkeiten, in der Social Influencer, strategische B2B-Partnerschaften, Markenbotschafter, CSR-Programme und Partner mit Mehrwert zusammenarbeiten, um Dein Wachstum zu unterstützen.

impact.com's Partnership Cloud automatisiert den gesamten Partner-Lifecycle für jede Art von Performance-Partnerschaft



**Moderne Partnerschaften bestehen aus dem Management jedes einzelnen Elements des Partner-Lifecycle**



### 1 Phase 1: Späte 90er

FRÜHES AFFILIATE-MARKETING

**ZIEL** NACH MENGE SKALIEREN. Affiliates = Publisher, die kostenlos für Deine Produkte und Dienstleistungen werben (und dafür einen Teil des Verkaufspreises erhalten)

<b>DISCOVERY RECRUITMENT</b>	<b>ONBOARDING ENGAGEMENT</b>	<b>OPTIMIZATION</b>
------------------------------	------------------------------	---------------------

**GIEßKANNENPRINZIP**  
CPA-basierte (Cost-per-Action) Zahlungen erforderten, dass ein weites Netz ausgeworfen und so viele Partner wie möglich gefangen wurden

**SET IT AND FORGET IT**  
Advertiser erwarben Partner und ließen sie ihr Ding machen - "Plug and Play"

**ONE SIZE FITS ALL**  
Die begrenzte Flexibilität bewirkte, dass das Programmvolumen die einzige Messgröße war. Mehr Affiliates = mehr Volumen

**ERGEBNIS** **ÜBERLADENE AFFILIATE-PROGRAMME.** Große Mengen unproduktiver Partner verstopfen das System oder begehen Attribution-Fraud

### 2 Phase 2: Mitte der 2000er

MODERNES AFFILIATE-MARKETING

**ZIEL** DURCH ENGEN FOKUS SKALIEREN: Die größten Affiliate-Partner bedienen und den Rest ignorieren

<b>DISCOVERY RECRUITMENT</b>	<b>ONBOARDING ENGAGEMENT</b>	<b>OPTIMIZATION</b>
------------------------------	------------------------------	---------------------

**ENTTÄUSCHT**  
90% des Umsatzes stammen von 10% der Affiliates (Top 20)

**FOKUS AUF DEN TOP 20**  
Long-Tail wurde gestrichen oder an die Netzwerke übergeben

**UNTERTEILUNG**  
Über die, Treue-, Cashback-, Deal- und Rewards-Websites

**ERGEBNIS** Top-heavy Partnerprogramme waren zu sehr auf einige wenige Werbekategorien angewiesen, was die Wachstumsmöglichkeiten einschränkte und den Erhalt von günstigen Konditionen verringerte

### 3 Phase 3: Mitte der 2010er Jahre

PARTNERSHIP AUTOMATION

**ZIEL** SKALIERT ZUSAMMENARBEIT. Nutze die Technologie, um Programme ständig zu erweitern und mit skalierbaren Engagement-Strategien über das gesamte Spektrum der Partner zu vereinen

<b>DISCOVERY RECRUITMENT</b>	<b>ONBOARDING ENGAGEMENT</b>	<b>OPTIMIZATION</b>
------------------------------	------------------------------	---------------------

**STRATEGISCH**  
Konzentriere Dich auf die skalierbare Anwerbung und Schaffung produktiver Partner

**UMFANGREICH**  
Nutze gesteuerte E-Mail- und Drip-Kampagnen, um Partner zu pflegen und sie auf den Weg der Produktivitätssteigerung zu bringen

**PERSONALISIERT**  
Nutze die Stärken der Partner und schaffe entsprechende Anreize

**ERGEBNIS** Automation und Anpassung geben Dir die Kontrolle über den Weg zu nachhaltigem Wachstum; Technologie bietet die Möglichkeit, datengesteuerte Entscheidungen zu treffen, um den Fokus auf die wertvollsten Partnerschaften zu setzen

**ZUSAMMENFASSUNG**

Die Trial-and-Error-Prozesse des Affiliate-Marketings haben uns zwar weit gebracht - aber damit Partnerprogramme erfolgreich sind, müssen wir anfangen, diese Partner als Teamkollegen und nicht als Affiliates zu betrachten.

\*Quelle: Eine Auftragsstudie, durchgeführt von Forrester Consulting im Auftrag von impact.com, April 2019.

Möchtest Du Deine Performance-Partnerschaften besser rekrutieren, engagieren und optimieren?

We would love to help.  
Kontaktiere uns über [sales@impact.com](mailto:sales@impact.com)