

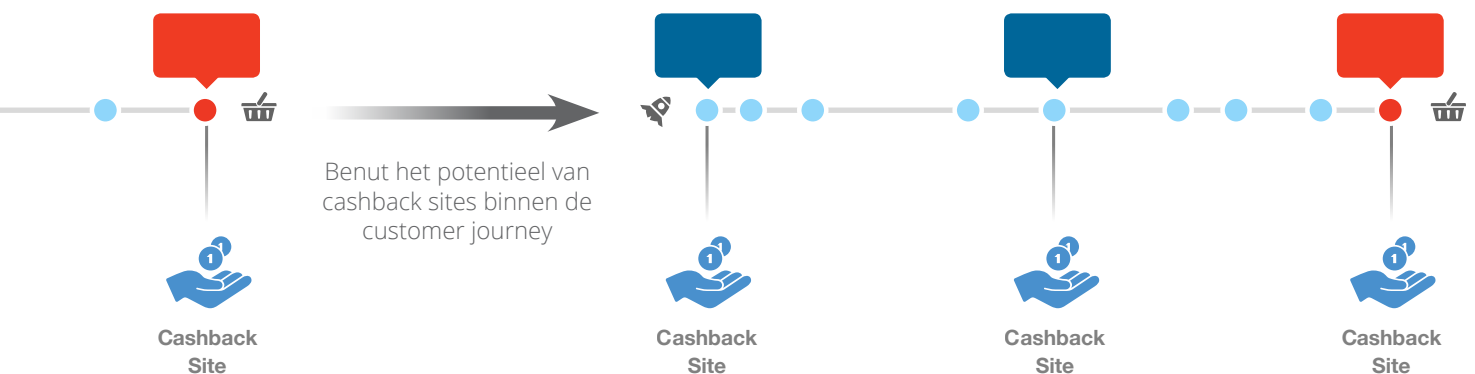


# Real Attribution: een nieuwe benadering voor cashback publishers

Sinds de introductie van Real Attribution heeft TradeTracker gemerkt dat cashback publishers hun businessmodel aanpassen aan de nieuwe wijze van vergoeden volgens het attributiemodel. Dat leidt niet alleen tot meer touchpoints, maar maakt cashback publishers minder afhankelijk van vaste vergoedingen en verhoogt bovendien het totale aantal conversies. Als publishers hun inkomen op basis van resultaat willen verhogen, moeten ze investeren in het genereren van initiating en assisting touchpoints. Publishers die dit doen, verwerven een voorsprong op de concurrentie omdat ze de klant aanspreken in alle stadia van de customer journey.

## Cashback publishers kiezen voor Real Attribution

In het last click model richtten publishers zich met name op de laatste click omdat die inkomsten garandeerde. Cashback publishers beheersen dit model tot in de puntjes. Zij voegen waarde toe door (een deel van) hun opbrengst met hun leden te delen als deze winkelen op hun website. Publishers in de cashback sector besloten hun aandacht te verleggen naar de beste cashback deal voor hun leden. Zo verhoogden ze hun waarde nog verder ten opzichte van andere cashback sites. TradeTracker signaleerde dat door dit model de rol van cashback publishers veranderde van oorspronkelijk initiating en assisting naar converterend. Naarmate hun converterende rol groter werd, kwam minder nadruk te liggen op de potentiële toegevoegde waarde die hun uitgebreide platforms konden bieden in alle fasen van de funnel.



# Toegevoegde waarde levert cashback publishers meer op

Als de commissie over alle touchpoints binnen een conversiepad wordt verdeeld, worden publishers niet alleen beloond voor het genereren van het laatste touchpoint. Zij worden aangemoedigd meer traffic te genereren in alle stadia van de funnel die leidt tot het uiteindelijke koopbesluit voor een bepaald product. Concreet betekent dit dat cashback sites, vaak met directe toegang tot een enorme pool van potentiële klanten, nu in staat zijn het last click model te verlaten en zich meer te richten op de eerdere fasen van het conversiepad. Omdat de leden meestal worden beloond op basis van hun converterende touchpoint, kan mede dankzij de initiating of assisting touchpoints de marge stijgen. Dit schept nog meer ruimte om te investeren in relevante touchpoints hogerop in de funnel, wat leidt tot een opwaartse spiraal. Deze extra inkomensstromen kunnen worden gebruikt om leden een hogere cashback te verstrekken, waardoor de conversieratio nog verder toeneemt.

## Meer opbrengst door het opwaarderen van de activiteiten binnen cashback sites

Door in het beloningsmodel over te stappen van last click naar attributie, concurreren cashback publishers niet langer met andere typen publishers. De opbrengst gaat niet langer naar één publisher, maar de commissie wordt verdeeld over alle touchpoints die betrokken zijn bij een conversie, waardoor de aandacht verschuift van concurrentie naar samenwerking. Het gevolg is dat cashback publishers gaan investeren in meer kanalen om touchpoints te genereren. Door hun inspanningen op kanalen als Facebook, Twitter en e-mail te verhogen, zorgen cashback publishers voor naamsbekendheid in de campagnes waarin ze actief zijn. Daarnaast merkt TradeTracker dat de strategieën meer om hoogwaardige content gaan draaien. Content die hun leden inspireert en informeert over producten en adverteerders. Zo worden nog meer relevante touchpoints gegenereerd.

TradeTracker heeft gesignaleerd dat sinds de introductie van Real Attribution een groot aantal cashback publishers wordt toegelaten tot campagnes waaruit zij in het klassieke last click model werden geweerd. Zo creëren zij ook extra inkomsten voor adverteerders. In de afgelopen periode hebben adverteerders de conversieratio van hun campagnes aanzienlijk zien toenemen omdat cashback publishers nu hun toegevoegde waarde in alle fasen van het besluitvormingsproces moeten aantonen. Net als alle andere publishers dat moeten.

Haal alles uit uw campagne en stap over op Real Attribution. Uw affilatenetwerk wordt hierdoor groter en veelzijdiger.



Join the revolution!

E [attribution@tradetracker.com](mailto:attribution@tradetracker.com)

T +32 50 310 150

