

3. NOVEMBER 2020 9:45 - 10:15 UHR

# Hybrides Partnermarketing

Die richtige Kombination von  
Private + Public Netzwerken

Ingenious  Technologies

Christian Kleinsorge

Founder Executive Board Member

\* The \*  
**DIGITAL BASH**  
AFFILIATE MARKETING  
CONFERENCE  
★ AFFILIATE  
CONFERENCE



01

## Marktsituation DACH

verschiedene  
Geschäftsmodelle

03

## Hybrid Partner Marketing

Best Practise Szenario

05

## Ausblick

Wie wird sich Partner  
Marketing entwickeln

02

## Merchants/Partners Sicht

Bedeutung für die  
verschiedenen Akteure

04

## Technologie Stack

wesentlichen Elemente

06

## Zusammenfassung

wesentlichen  
Erfolgsfaktoren

# AGENDA

Gibt es überhaupt richtigen Wettbewerb im  
Partner/Affiliate Marketing ?

# Marktsituation in DACH

# Geschäftsmodelle & Zielstellungen

## SaaS Plattform

Fokus **Technologie, Innovation, Daten**  
Eigene Partner, Verträge, AGB's

**Trennung** v. Technologie & Service

**Basis** für Tracking - Attribution  
& Daten Sammlung

**Finanzprozesse** autom.o. als  
Service

**Ziele:** Enabling, Wachstum durch  
Events, Effizienz, Offenheit  
Return on Ad-Spend

## Public Network

Fokus auf **Ausgaben/Kommissionen**  
(CPx X % von der Provision/Umsatz)

**Kopplung** von Technik und Service

**Netzwerkeffekte:**  
Publisher, Transaktionsdaten  
Fraud anfällig

**Finanzprozesse** als Full-Service

**Ziele:** Wachstum durch mehr  
Ausgaben, Märkte, Marktanteile  
Peer Group Daten Nutzung  
Geschäftsbesorger für Partner

## Private Network Anbieter

Fokus auf Ausgaben (Modell x % von  
der Provision o. Flat Fee o. Clicks)

**Kopplung** von Technik und Services,  
oder **Trennung**

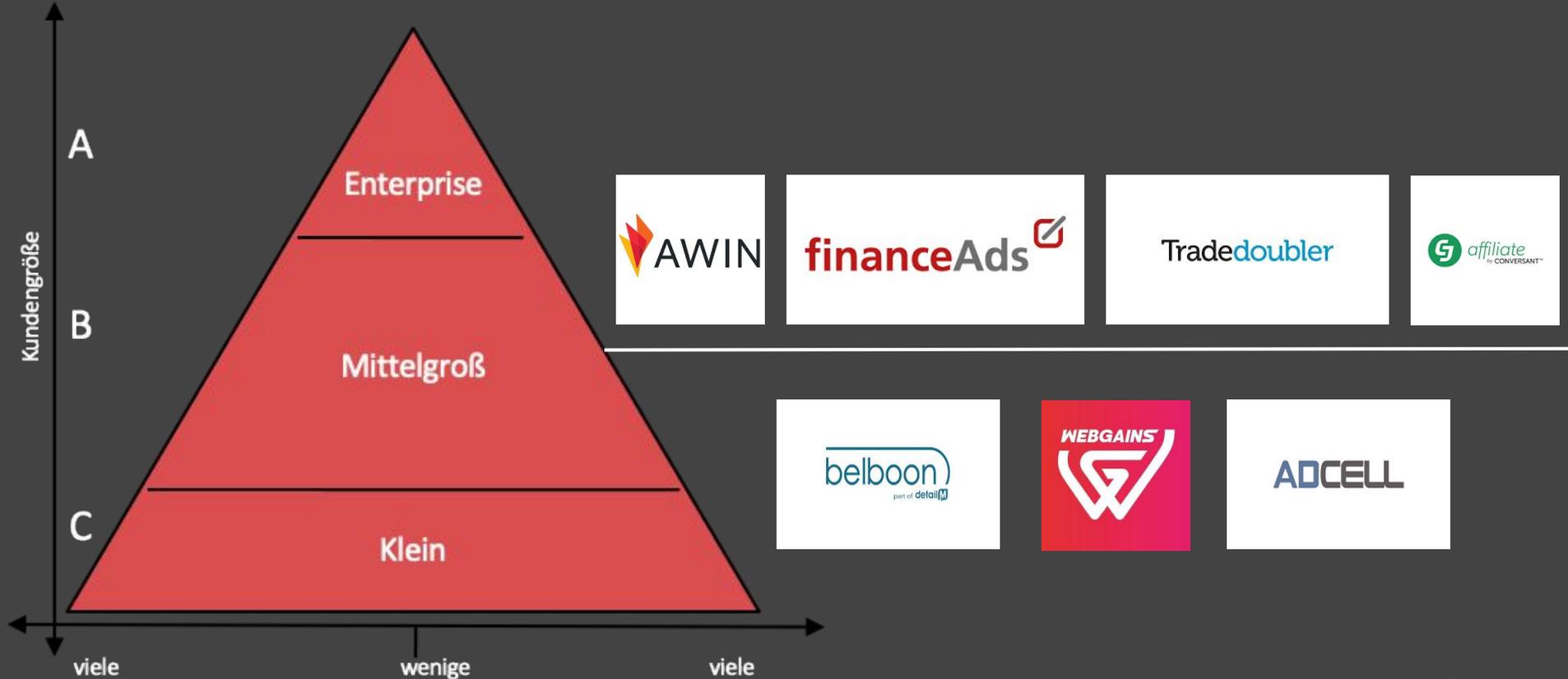
**Netzwerkeffekte**  
Publisher je nach Anbieter, wenig  
oper. Erfahrung in DACH

**Finanzprozesse** als Full-Service  
oder selbst

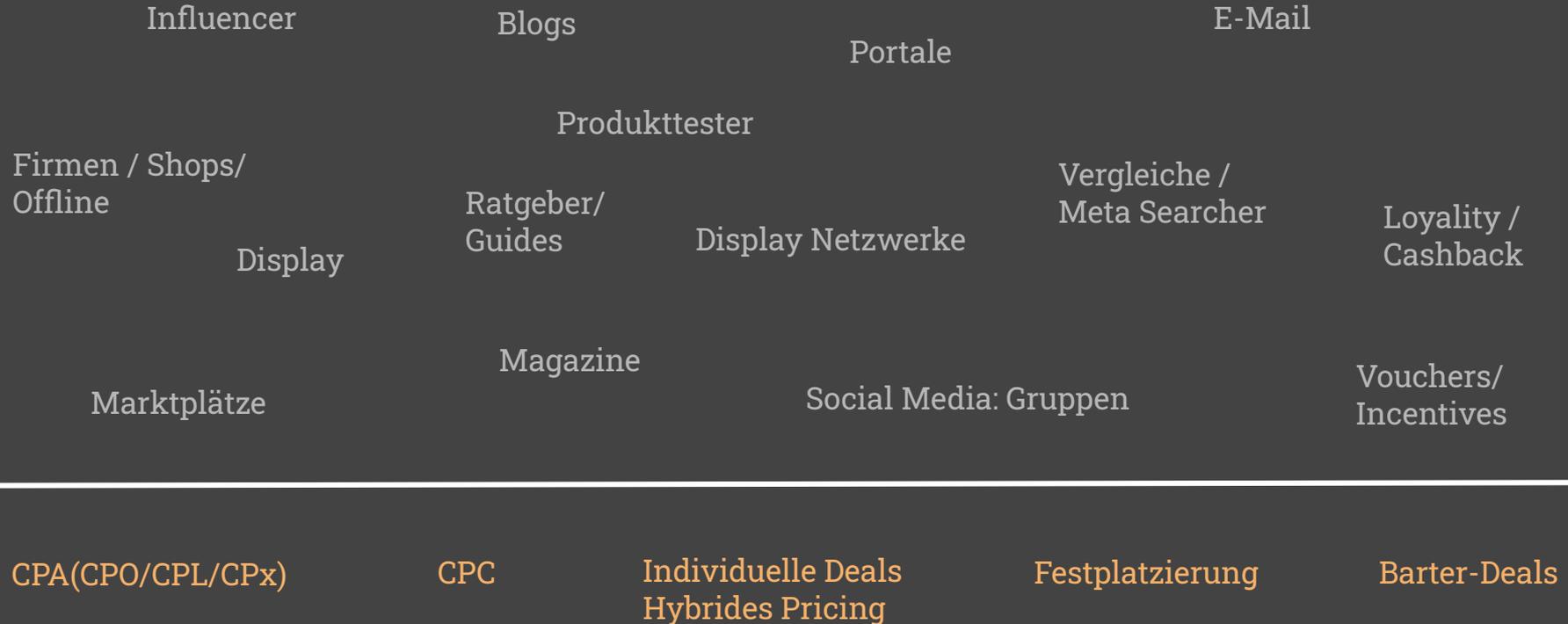
**Ziele:** Wachstum je nach  
Preismodell oder Kunde, Service ?  
Peer Group Daten Nutzung  
Lokale Firmen, "Bastel Lösungen"

# Wichtige Public Networks in DACH

(Es kommt auf die eigene **Größenordnung**, **Industrie** und **Relevanz** an)



# Partner – Landschaft (komplex & vielfältig)



Den eigenen richtigen Weg finden  
die richtigen Partnerschaften selbst  
managen

# Aus Sicht des Merchants/ Partners

# ES GIBT NUR BESCHRÄNKTEN WETTBEWERB IN DACH (im Enterprise & mittelgroßen Segment)

- Beherrschende Netzwerke verhalten sich entsprechend (vergleichbar GAFA)
- Die Technologie Entwicklung der letzten 4 Jahre ist an ihnen vorbei gegangen
- Partner/Affiliate Marketing ist für viele strategisch und wichtig geworden
- Die Vielfalt der verschiedenen Partner-Geschäftsmodelle ist enorm und niemand ist wirklich führend in allen Bereichen
- Publisher/Partner sind z. Teil von Netzwerken abhängig
- Es gibt großen Bedarf an Neutralität (Beratung und Technologie)



# Weitere wichtige **Faktoren** (kommerzielle Kontrolle)

- **Keine** Exklusivitäten bei **Public Networks (Publisher Klauseln)**  
Lange **Vertragslaufzeiten** (Login Effekte - agile Reaktion auf Marktveränderungen)
- **Interessenkonflikte** offenlegen lassen (Kick-Back Agreements etc.)
- **Formulierung** der eigenen **Partner Ziele/KPI's & Strategie**
- **Zugang/Einfluss/Verständnis** - interner Technologie- bzw. Projektressource
- **Langfristige Planung** unter Beachtung der Saisonalitäten (z.B. Black Friday, Jahresendgeschäft etc. etc.) nicht zögern - parallelisieren
- **Datensilos** intern **aufbrechen** - Data Lake, Attribution, Zugehörigkeit des Partner Marketings (Marketing vs. Vertrieb)

So machen es die besten

# Hybrid Partner Marketing Best Practice

# Hybrid Partner Marketing

Was Enterprise und mittelgroße Kunden benötigen



Wachstum



Premium Service



Fokus

# WELCHE PARTNERSCHAFTEN WO ABBILDEN?

## Premium Netzwerk

strategische Partner  
individuelle Partnerschaften  
Hybride Preis-Modelle



## Public Network

klassische Affiliate-Modelle  
CPO Abrechnung  
mittlere & kleine Standard Partner

- Kombination aus Private & Public - ist das Mittel der Wahl
- Pareto Prinzip (20%/80%) anwenden
- Eine neutrale Technologie Plattform für alle Märkte, ein Public Network per Markt

# SMARTE KOMMISSIONEN IM PREMIUM NETZWERK

- Individuelle Conversion-Typen (Lead, Sale, AppInstall, Registration, ...)
- Individuelle Kommerzielle Kategorien
- Kombination aus Fix + Prozentual, Capping
- Ändern von Provisionen ohne Beteiligung der Plattform
- Mischen von CPM, CPC, CPA - Deals für die optimale Risikoverteilung
- Shop-Kategorie und Produkt/SKU-Level Bepreisung, Basket-Bepreisung
- Smarte, automatisierte Bonus-Regeln



**Ziel :** die *richtige* Höhe von **Provisionen** an den richtigen **Partner** !

Die richtige Basis schaffen  
Relevante Partnerschaften  
direkt anbinden

# Technologie Stack/Basis

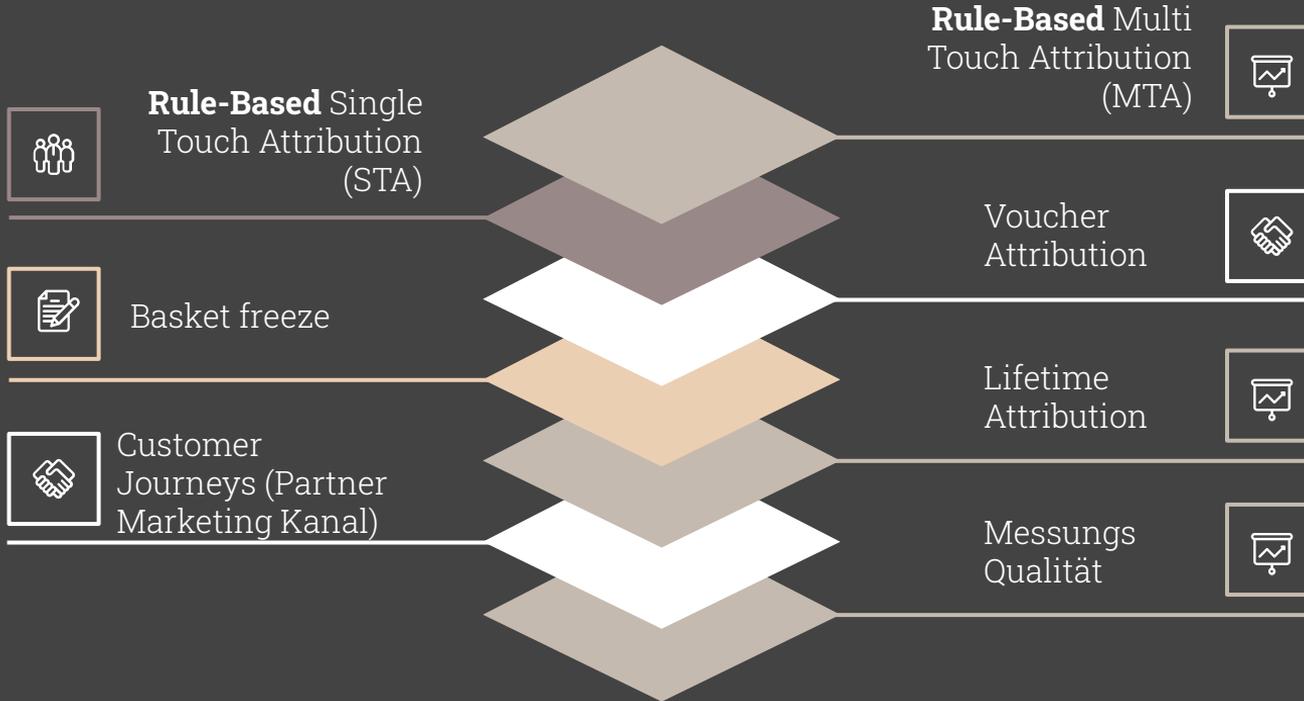
# TRACKING-QUALITÄT: **KOMBINATION** VON MAßNAHMEN (Bis zu 50 % Datenqualität verbessern)

- First-Party (Sub-Domain, DNS, Proxy)
  - JavaScript (sog. Master Tags) ist ungenügend!
- Click-Id (auch externe Ids nutzen)
- Customer-Ids
- HTTP Meta-Data
- Serverseitiges Tracking (Click, Page Impressions, Conversions)
- In-App Tracking



Verfügbarkeit von 99,9 % - wichtig und relevant

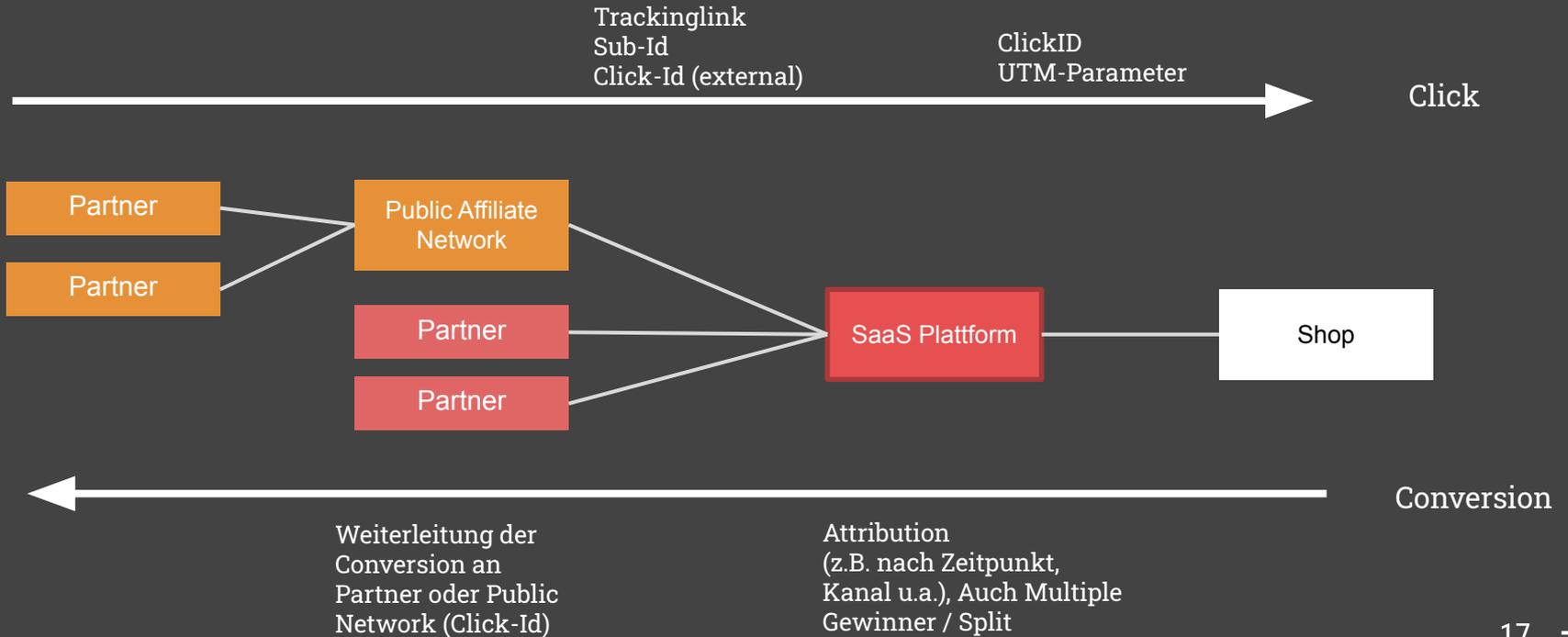
# VORTEILE EINER EIGENEN ZENTRALEN TRACKING-BASIS NUTZEN



Eigene transparente Spielregeln - bedeutet Kontrolle

# VORTEILE EINER EIGENEN ZENTRALEN TRACKING-BASIS NUTZEN

## (KONSOLIDIERUNG DES TRACKINGS)



# DATEN KONSOLIDIEREN

## SaaS Plattform

- Stammdaten
- Ad Impression / Clicks
- Conversions
- Payments
- Daten sammeln/sortieren

Zentrale  
Datenplattform  
schaffen !

- Zentrale Auswertung
- Identifikation von Top-Performern anhand weiterer KPI's
- Optimierung der Attribution
- Hinzufügen eigener Datenpunkte

## Public Network

- Stammdaten
- Ad Impression / Clicks
- Conversions
- Payments
- Transaktionen

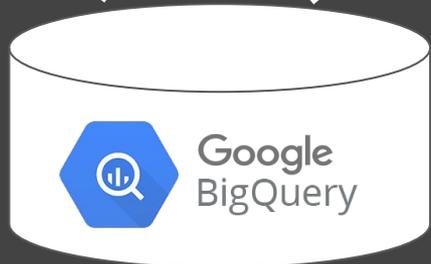
Eigene Bewertung  
der Performance !

# DATA WAREHOUSE AS A SERVICE

- **Event-Basierte** Architektur.
- **Data Lake** um Daten in Googles BigQuery verfügbar zu machen
- **BI-Tool** (Tableau, Microsoft Power BI, DataStudio, Looker, ...) zur Visualisierung
  - **Als Service** von Ingenious für mittlere Kunden
  - **Eigenes BI** nutzen für Enterprise Kunden



Plattform



Quo Vadis ?

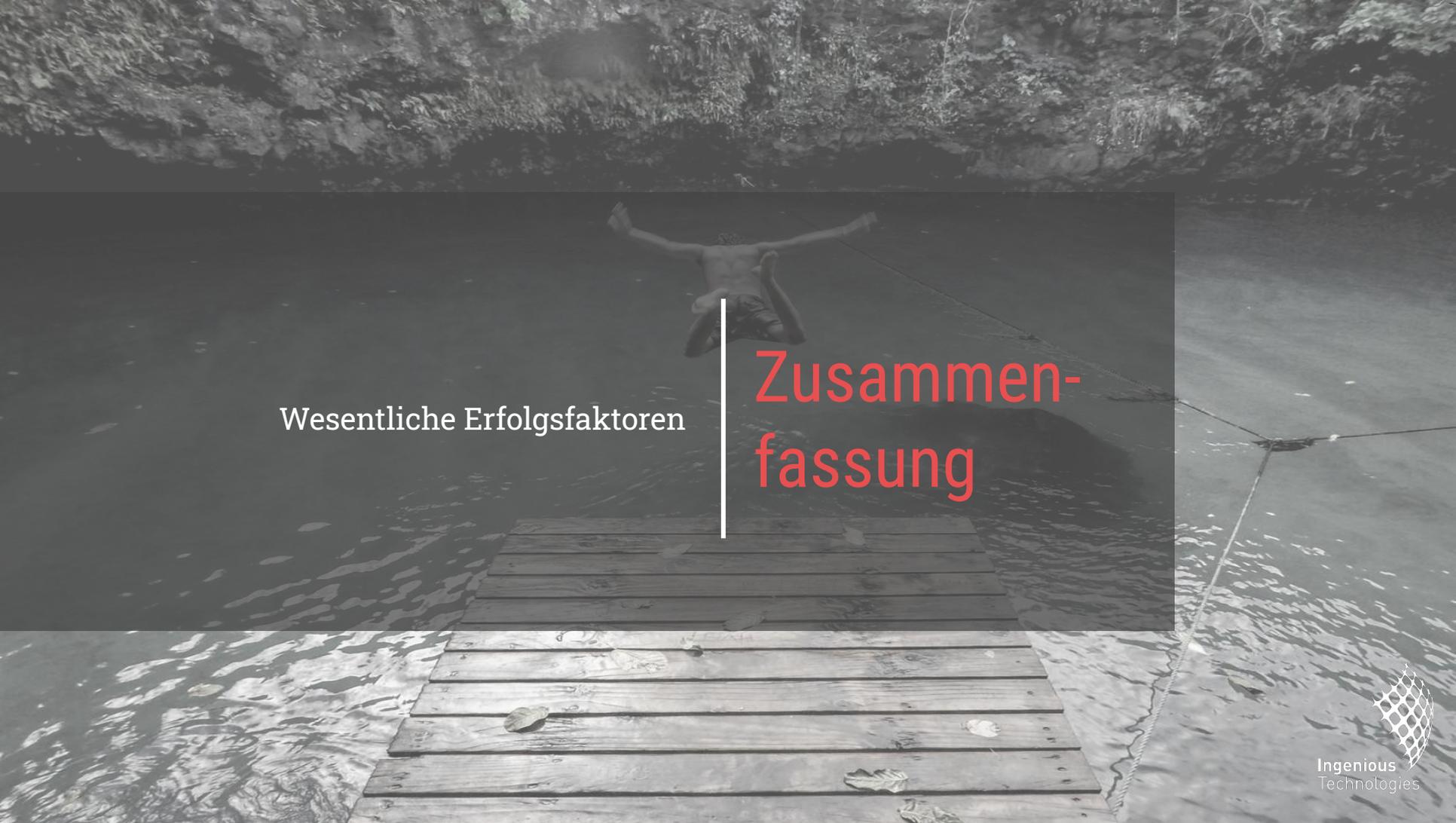
# Ausblick und Potentiale



# Ausblick auf die Trends

- Partner Marketing wird immer strategischer -  
Niemand mit Relevanz kann sich dem verschließen
- Partner Marketing wird mehr Anteile an den Gesamtausgaben des Online Marketings bekommen
- Hybrid Partner Marketing wird Marktstandard - im Affiliate Business
- Beschleunigte Konsolidierung/Spezialisierung der Affiliate Netzwerke
- Weitere Internationalisierung des Wettbewerbs
- Technologie Skills werden überlebenswichtig
- Serverseitiges Tracking



A black and white photograph of a person rappelling down a rope into a river. The person is in the center, with arms outstretched. In the foreground, a wooden dock made of planks extends into the water. The background shows a rocky bank with some vegetation.

Wesentliche Erfolgsfaktoren

Zusammen-  
fassung

# Wesentliche Erfolgsfaktoren

- Gemeinsame Tracking Basis für alle meine Partnerschaften schaffen
  - (Datenqualität - Daten Souveränität -Daten Anreicherung)
  - Sequenzielle Vorgehensweise, Parallelisierung
- Langfristig planen und strategische Zielsetzungen für Partner formulieren
- Abhängigkeiten stückweise reduzieren
- Eigene Entscheidungen treffen und sofort beginnen

VIELEN DANK FÜR DIE  
TEILNAHME !



Christian Kleinsorge

IHR HABT SICHER  
FRAGEN?



“Ich entwickle Geschäftsmodelle und Wachstumsstrategien im  
Partner/Performance Marketing die Kunden und Partner  
Mehrwerte generieren seit > 15 Jahren

**Expertengespräch vereinbaren**

[christian@i19s.com](mailto:christian@i19s.com) | +49 170 5751810 | [LinkedIn](#)