

ATTRIBUTIONSMODELL.

Darauf kannst du zählen.

Inhaltsverzeichnis

Inhoudsopgave	2
Einleitung	3
1. Unterschied zwischen dem Last-Click Modell und dem Attributionsmodell	4
1.1 Last-click Modell	4
1.2 Coolblue Attributions Modell	4
2. Anteil an der Customer Journey	5
Vergütung	5
Einblick in deine Ergebnisse	6
Gut zu wissen	7
Fragen?	7

Einleitung

Bei Coolblue verwenden wir ein Vergütungsmodell für Publisher, das anders funktioniert als das weitverbreitete Last-Click-Modell. Unser Attributionsmodell berücksichtigt den Beitrag eines Publishers entlang der gesamten Customer Journey und ermittelt auf dieser Grundlage die Vergütung.

In diesem Handbuch erklären wir, wie das Modell funktioniert und worin es sich vom bekannten Last-Click-Modell unterscheidet. Außerdem zeigen wir, wie du Einblick in deine erzielten Ergebnisse erhältst.

Solltest du nach dem Lesen des Handouts noch Fragen haben, kannst du diese gerne an affiliate@coolblue.de senden.

1. Unterschied zwischen dem Last-Click Modell und dem Attributionsmodell

1.1 Last-click Modell

Im bisherigen Vergütungsmodell hast du nur dann eine Vergütung erhalten, wenn du den Besucher über den letzten Kanal zu Coolblue weitergeleitet hast. Dies wird als Last-Click-Vergütung bezeichnet.

Wenn nach deinem Beitrag noch ein Klick über einen anderen Publisher oder einen anderen Werbekanal erfolgte, beispielsweise über Google Ads, Google Shopping oder Social Media, hast du keine Vergütung erhalten – obwohl du nachweislich einen Mehrwert innerhalb der Customer Journey geschaffen hattest. Das empfanden wir als nicht fair.



Abbildung 1. Bei einer Customer Journey, an der mehrere Kanäle beteiligt waren – in diesem Beispiel war der Affiliate-Kanal zweimal vertreten –, erhielt ausschließlich der Publisher eine Provision, der den Besucher zuletzt zu Coolblue weitergeleitet hatte.

1.2 Coolblue Attributions Modell

Im Vergütungsmodell von Coolblue wird allen Kanälen ein Wert zugeordnet, die zur Customer Journey beitragen. Du musst also nicht der letzte Kanal sein, der den Besucher zu Coolblue weiterleitet, um vergütet zu werden. Jeder relevante Beitrag wird berücksichtigt, sodass du bei einer Beteiligung an der Customer Journey immer eine Vergütung erhältst.



Abbildung 2. Alle Publisher, die an der Customer Journey beteiligt waren, erhalten eine Vergütung für ihren jeweiligen Beitrag.

Du teilst dir die Vergütung mit den anderen Kanälen, die zum Verkauf beigetragen haben. Dadurch kann die Vergütung für einen einzelnen Sale etwas niedriger ausfallen, als du es aus dem Last-Click-Modell gewohnt bist. Da du nun jedoch auch als mitwirkender Kanal vergütet wirst, erhältst du in der Praxis deutlich häufiger eine Vergütung. Dadurch entsteht ein wesentlich faireres Modell.

2. Anteil an der Customer Journey

Für deine Vergütung als Publisher ist der Anteil an der Customer Journey, der dir zugeordnet wird, besonders wichtig. Je größer dein Anteil ist, desto höher fällt deine Vergütung aus.

Um den Wert der einzelnen Touchpoints zu bestimmen, verwenden wir ein neuronales Netzwerk. Dieses Modell lernt sowohl aus Customer Journeys, die zu einer Conversion führen, als auch aus solchen, die nicht konvertieren. Dabei berücksichtigt es alle Kontaktpunkte, deren Reihenfolge sowie den Zeitpunkt, zu dem sie stattfinden. So können wir den Einfluss jedes einzelnen Kanals wesentlich realistischer bewerten.

Vergütung

Im bisherigen Modell hast du einen festgelegten Provisionssatz auf den Bestellwert erhalten.

Beispiel: Beim Verkauf eines Laptops im Wert von 750 € ohne Mehrwertsteuer hast du 6 % Provision auf den Bestellwert erhalten. Das entspricht einer Vergütung von 45 €.

Vergütung = 0,06 x € 750
Vergütung = € 45



Im neuen Modell erhältst du weiterhin einen Provisionssatz auf den Bestellwert. Dieser wird jedoch mit dem Anteil multipliziert, der dir an der Customer Journey zugeordnet wurde.

Vergütung = 0,06 x Anteil an der Customer Journey x € 750

Beträgt dein Anteil an der Customer Journey beispielsweise 25 %, erhältst du für diesen Touchpoint eine Vergütung von 11,25 €:

Vergütung = 0,06 x 0,25 x € 750

Vergütung = € 11,25

Das unterscheidet sich möglicherweise von dem Modell, das du bisher gewohnt warst, bietet jedoch einige Vorteile. Wenn du innerhalb derselben Customer Journey mehrfach beteiligt warst, erhältst du auch für mehrere Touchpoints eine Vergütung. Außerdem kannst du künftig auch dann eine Vergütung erhalten, wenn du nicht den Last Click geliefert hast.

Einblick in deine Ergebnisse

Über die Awin-Reports kannst du wie gewohnt einsehen, welche Vergütungen du erzielt hast. Möchtest du weitere Informationen zu den einzelnen Bestellungen und zur Zusammensetzung der Provision erhalten, rufe den Report auf Transaktionsebene auf.

Logge dich dafür in dein Awin-Konto ein. Wähle in der Menüleiste „Reports“ und anschließend „Transaktionen“ aus. Hier kannst du einen vordefinierten Zeitraum auswählen, beispielsweise heute, Woche, Monat oder Jahr, oder einen individuellen Zeitraum festlegen. Klicke anschließend auf „Report erstellen“, um eine Liste der Transaktionen aus dem ausgewählten Zeitraum anzuzeigen.

Um die detaillierten Informationen zu den Transaktionen einzusehen, musst du die Transaktionsübersicht herunterladen. Klicke dafür auf „Optionen“ und wähle je nach Bedarf „CSV exportieren“ oder „Excel exportieren“ aus.

Wenn du die Datei in Excel oder einem anderen Tabellenkalkulationsprogramm öffnest, findest du in der Spalte „custom_parameters“ drei Variablen:

- den Anteil des Touchpoints an der Customer Journey, dargestellt als Dezimalzahl. Ein Anteil von 1,00 entspricht 100 %;
- das Datum und die Uhrzeit der Bestellung;
- den ursprünglichen Bestellwert der Bestellung.

Gut zu wissen

Nachfolgend findest du weitere wichtige Informationen, die bisher noch nicht in diesem Handout erläutert wurden.

Cookie Laufzeit

Die Cookie Laufzeit beträgt 28 Tage.

Conversions werden nicht in Echtzeit angezeigt

Da unser umfangreiches Attributionsmodell Daten aus verschiedenen Quellen zusammenführen muss, dauert die Verarbeitung künftig etwas länger. Die Conversions werden daher nicht in Echtzeit in deinem Konto angezeigt, sondern einen Tag später gegen 13.00 Uhr.

Die Klicks sind weiterhin in Echtzeit einsehbar.

Fragen?

Solltest du nach dem Lesen dieses Handouts noch Fragen zum Attributionsmodell, zum Awin-System oder zu deinen eigenen Ergebnissen haben, kannst du dich per E-Mail an affiliate@coolblue.de wenden.