

Conversion Path Tracking

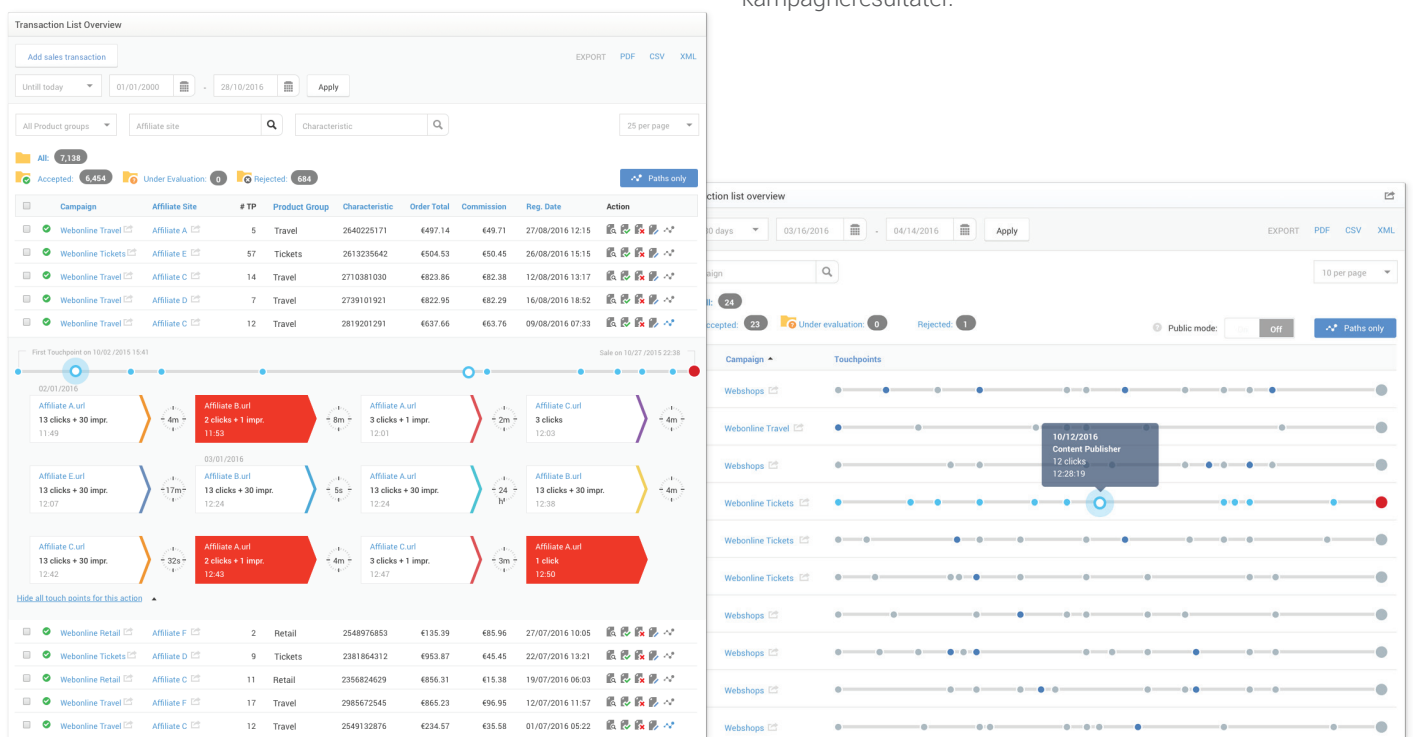
Det kan være udfordrende at få en fuld forståelse for, hvordan dine kunder er havnet på din side samt hvordan det bliver influeret ved at affiliates aktivt promoverer for din kampagne. Tag et dyk ned i konverteringsstien og analysér dine kunders interaktioner med dine affiliates før de foretager et køb eller genererer et lead. Uanset hvilken kanal, som disse affiliates bruger – fra blogs til sammenligningssider, på mobile enheder eller stationære, vil du kunne få den komplette konverteringssti og influere affiliates til bedre at opnå dine mål.

Hvordan Conversion Path Tracking virker

Forbrugere interagerer med flere kanaler før et køb foretages, hvoraf de succesfulde publishers er gode til at fange deres behov undervejs. Derfor har publishers skræddersyet forskellige måder at interagere med forbrugerne på, og kender til nøglefaktorerne til den endelige købsbeslutning.

I et marked, hvor sidste-klik-tæller-modellen hovedsageligt er brugt, gør publishers en rigtig stor indsats for at være det sidste berøringspunkt, hvorfra kunden konverterer. Dog involverer 95% af alle affiliate-transaktioner mere end én affiliate, der promoverer din kampagne. Traditionelt, er det den affiliate, der har opnået sidste klik, der bliver belønnet med en kommission og rapporteret i din transaktionsoversigt.

Conversion Path Tracking vil komme til at ændre dette princip, da det giver annoncører og affiliates fuld indsigt i alle berøringspunkter, der er involveret i de enkelte transaktioner. Denne transparente tilgang giver publishers bedre indsigt i sin position og de relaterede tilbagevenden, hvilket tillader både annoncører og affiliates at forbedre og optimere sine strategier, hvor merværdi dermed kan tilføjes. Mens annoncører kan få mange flere detaljer i forhold til hvilke affiliates, der er involveret samt hvilke positioner, de har indtaget under kundens rejse, kan publishers tage de nødvendige skridt for at opnå de ønskede kampagneresultater.



Brug Conversion Path Tracking til din fordel

Forbrugere interagerer med flere kanaler før et køb foretages, hvoraf de succesfulde publishers er gode til at fange deres behov undervejs. Derfor har publishers skræddersyet forskellige måder at interagere med forbrugerne på, og kender til nøglefaktorerne til den endelig købsbeslutning.

Annoncører

Conversion Path Tracking hjælper dig med at identificere de affiliates, der ofte er overset selvom de har bidraget med et lead-up til selv konverteringen. Ved at optimere belønningsmodellen for særligt disse affiliates, vil der komme mere trafik fra disse publishers, der direkte eller indirekte vil resultere i flere transaktioner.

Publishers

Få en revolutionær indsigt i din involvering blandt relevante publishers under kundens rejse fra første klik til køb, og sammenlign din egen præstation. Find ud af, hvordan du skiller dig ud fra konkurrencen og optimér din tilgang til at opnå optimale resultater for dine kampagner.

Conversion path affiliate site report - TradeTracker UK

This month 01/09/2016 - 30/09/2016 Apply EXPORT PDF CSV XML

Affiliate site 25 per page

My Reports

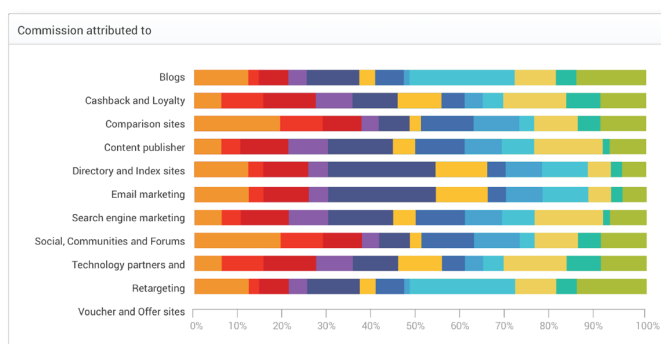
| Affiliate site | Conversion path interaction (total) | | | | Path length | | | | | | | | | | | Action | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|----------|--------|------------|-----------------------|---|---|---|---|-----|--|--|--|--|--|--------|-----|----|----|----|----|---|----|---|----|--|
| | # First | # Assist | # Last | # Involved | Position distribution | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Name | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10+ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Business.webshops.com | 38 | 43 | 820 | 901 | | | | | | | | | | | | 563 | 140 | 45 | 22 | 24 | 8 | 6 | 12 | 4 | 77 | |
| Webshops.com | 31 | 32 | 133 | 196 | | | | | | | | | | | | 80 | 14 | 15 | 3 | 14 | 1 | 4 | 7 | 1 | 57 | |
| E-Book offers | 46 | 64 | 76 | 186 | | | | | | | | | | | | 32 | 8 | 18 | 17 | 6 | 16 | 2 | 7 | 4 | 76 | |
| Online.webshops.com | 15 | 57 | 57 | 129 | | | | | | | | | | | | 29 | 9 | 15 | 5 | 5 | 1 | 3 | 2 | 2 | 58 | |
| The Mobile Specialist | 15 | 47 | 56 | 118 | | | | | | | | | | | | 25 | 13 | 11 | 6 | 6 | 6 | 2 | 4 | 1 | 44 | |
| Merchandize.webshops.com | 6 | 38 | 32 | 76 | | | | | | | | | | | | 15 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 36 | |
| DVD Shop | 0 | 38 | 31 | 69 | | | | | | | | | | | | 9 | 3 | 4 | 5 | 7 | 2 | 1 | 2 | 0 | 34 | |
| | 877 | 4,873 | 1,007 | 6,757 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Conversion Path affiliate site report

Positionen af de aktive affiliates giver værdifulde indsigt i, hvordan de forskellige typer af affiliates interagerer med kunderne. Som følge deraf kan dette redskab tilføre merværdi for de specifikke typer af sider hvoraf annoncører ønsker mere synlighed for at øge konverteringen.

Commission attributed to

Med stadig mere bevidste og informerede kunder, vil antallet af touch points involveret i en transaktion blive ved med at stige. Ved at kunne præcisere de forskellige affiliates baseret på sin position i købsprocessen, gør det nemmere at skræddersy bedre kommissionsmodeller, der styrker annoncør-affiliate-forholdet.



Klar til at være med i revolutionen?

+45 70 60 59 98

info.dk@tradetracker.com

Denmark

Kompanistræde 22, baghuset

1208 København K

Denmark