



Affiliategids voor adverteerders: succesvol affiliate marketing inzetten

AFFILIATEBLOGGER.NL

*Succesvol **affiliate** marketing inzetten als adverteerder*

Heb je een eigen webshop en ben je druk bezig om deze tot een succes te maken? Affiliate marketing kan een mooie bijdrage leveren aan jouw online marketing mix en -resultaat. Maar hoe start je hier succesvol mee?

In deze gratis affiliegids geef ik je handvaten mee hoe je succesvol start met affiliate marketing en hoe je zo goed mogelijk jouw affiliate programma *up and running* krijgt. Dankzij deze affiliegids zie je niets over het hoofd en start je met gemak!

Voordat ik deze informatie met je deel, vertel ik je graag iets kort over mijzelf. Misschien ken je mij nog niet, of volg je Affiliatelogger nog niet zo lang. Mijn naam is Jennifer en sinds augustus 2016 run ik Affiliatelogger. Eerste instantie ben ik gestart als blog om mijn kennis over affiliate marketing met andere marketeers te delen, en in de afgelopen jaren ben ik daar verschillende freelance werkzaamheden bij gaan doen, organiseerde ik evenementen en deel ik nog steeds mijn kennis via Affiliatelogger.nl. Inmiddels werk ik sinds oktober 2019 als Team Lead bij Dept en werken we aan meerdere affiliate programma's. Dreams do come true :).

Deze affiliegids is een samenbundeling van de startende fase van affiliate marketing. Deze informatie deel ik ook op mijn blog, deelde ik tijdens mijn trainingen, mijn adviesgesprekken en tijdens mijn evenementen, en verwerk ik in de affiliate programma's van de klanten waar ik voor werk via Dept. Door het samengevat in deze gids terug te kunnen lezen hoef je niet jouw informatie van verschillende plekken te halen, maar kun je in één stuk doorwerken aan jouw affiliate succes.

Heel veel succes met jouw affiliate activiteiten. Op naar een top resultaat!

Jennifer

Affiliatelogger.nl

Inhoud

1. Affiliate marketing: wat is dat?

- De definitie
- Hoe werkt affiliate marketing nu echt?
- De stakeholders binnen affiliate marketing
- Affiliate marketing: wat is het niet?
- Affiliate marketing in de online marketing mix

2. Wanneer start je met affiliate marketing als adverteerder?

- De richtlijnen
- Inventarisatie
- Wat te doen voordat je een affiliate programma hebt?

3. De benodigdheden binnen het affiliate programma

- Checklist
- Extra tips

Bijlage

- De begrippenlijst
- De meest voorkomende afkortingen
- Handige downloads

1. Affiliate marketing: wat is dat?

De definitie van affiliate marketing

Affiliate marketing: je hebt het ongetwijfeld wel eens opgezocht via een zoekmachine als Google. Als je voor het eerst met affiliate marketing in aanraking komt, ben je hier misschien op uitgekomen toen je een extra online marketing kanaal of verdienmodel zocht voor jouw webshop. Het begint bij het begint: wat is affiliate marketing?

Als je zoekt op de definitie hiervan, dan is de eerste definitie die je tegenkomt degene die via Wikipedia gepubliceerd is. Volgens Wikipedia is de definitie:

"Affiliate marketing is een vorm van internetmarketing waarbij adverteerders hun partners (a affiliates) belonen voor de gegenereerde verkopen of leads (zoals lidmaatschappen - abonnementen) die de affiliate heeft aangeleverd."

In de basis klopt deze definitie. Affiliate marketing komt in principe neer op een manier van adverteren waarbij een webshop (ofwel adverteerder) andere websites inzet (publishers of affiliates) om hun producten te promoten. Hiervoor worden de andere websites beloond.

Hoewel de strekking dus klopt, vind ik de definitie incompleet. Het geeft je een incompleet beeld van affiliate marketing. Er zijn namelijk meer stakeholders en we kijken tegenwoordig naar veel meer dan alleen de daadwerkelijke gegenereerde verkopen of leads.

Mijn definitie van affiliate marketing is:

"Affiliate marketing is een manier van online adverteren, waarbij een adverteerder met een affiliate netwerk samenwerkt, om met de juiste publishers in aanraking te komen die hun organisatie of website promoten. Hiervoor wordt een publisher of affiliate beloond in commissie. De adverteerder krijgt hiervoor exposure, verkeer en conversies terug."

Stel jezelf eens de vraag wat affiliate marketing voor jou betekent? Welke stakeholders zijn voor jou belangrijk en wat wil jij terug krijgen via affiliate marketing? Vul jouw antwoord op de volgende pagina in.

Opdracht: wat betekent affiliate marketing voor **jou?**

1. Wat is jouw definitie?

A large, empty red rounded rectangular box intended for the user to write their definition of affiliate marketing.

**2. Welke stakeholders zijn voor jou belangrijk?
Wat verwacht je van hen?**

A large, empty red rounded rectangular box intended for the user to list important stakeholders and their expectations.

3. Wat wil jij terugkrijgen via affiliate marketing?

A large, empty red rounded rectangular box intended for the user to specify what they want to gain from affiliate marketing.

1. Affiliate marketing: wat is dat?

Hoe werkt affiliate marketing nu echt?

Het komt neer op de samenwerking tussen drie partijen binnen affiliate marketing: de adverteerder (webshop), de publisher of affiliate (de website) en het affiliate netwerk (de technologie en accountmanagement).

Affiliate marketing werkt in de praktijk in vier stappen

1. Nadat jouw affiliate programma live staat kan de publisher jouw producten of diensten promoten op zijn website of ander medium (bijvoorbeeld social media of een app). Dit is altijd de eerste stap.
2. De bezoeker op de website van de publisher ziet de banner, tekstlink, product via de productfeed of ander soort exposure en klikt hierop. De bezoeker wordt doorverwezen middels een link met affiliate tracking naar de webshop van een adverteerder. De tracking zorgt ervoor dat de statistieken goed bijgehouden worden in het affiliate programma in het affiliate netwerk.
3. De bezoeker plaatst een bestelling binnen de webshop van de adverteerder. Dit kan ook het aanvragen van een offerte of andersoortige trigger zijn, waarvoor dan een leadvergoeding wordt toegekend. Deze bestelling wordt gezien als een conversie en wordt geregistreerd in het affiliate netwerk.
4. De adverteerder is een conversie via affiliate marketing rijker, de publisher wordt beloond via het beloningsmodel van de adverteerder via het affiliate netwerk.

Natuurlijk zijn er in werkelijkheid meer zaken van invloed om uiteindelijk tot de sale te komen binnen affiliate marketing. In de basis zien we dit echter als de manier van werken.

De stakeholders binnen affiliate marketing

Binnen affiliate marketing kun je drie type stakeholders onderscheiden: de adverteerder (jij dus!), het affiliate netwerk en de publisher. De publisher zorgt in dit geval voor de exposure rondom jouw webshop en jouw producten, waardoor jouw affiliate programma tot een succes gemaakt kan worden.

De keuze voor de juiste publishers is van cruciaal belang voor het succes van jouw affiliate programma. **Er zijn echter veel verschillende soorten publishers, die eenieder een andere rol spelen in de affiliate marketing funnel.**

De funnel binnen affiliate marketing



DE KEUZE VOOR DE JUISTE PUBLISHER

- Nieuwe aanmeldingen
- Huidige publishers in jouw affiliate programma
- Afgekeurde publishers

Alle publishers vallen hieronder.

INTERESSE OPWEKKEN

De geselecteerde publishers gaan aan de slag met promoten.

- Social media
- Content met tekstlinks
- Banners op de website

Hieronder vallen influencers, bloggers en content publishers.

HET PRODUCT WILLEN KOPEN

- Content website met specificaties en meer productinformatie
- Vergelijkers met affiliate productfeeds

Hieronder vallen content websites en vergelijkers

LAST CLICK CONVERSIE

- Actiematig
- De beste prijs
- Incentive

Hieronder vallen deal websites, cashback, kortingscode en e-mailmarketing

1. *Affiliate marketing: wat is dat?*

Affiliate marketing: wat is het niet?

Affiliate marketing is in de basis, in theorie, heel simpel. Een publisher plaatst iets op zijn website met een affiliate link, de bezoekers klikken en converteren. Een adverteerder belooft de publisher voor de betreffende exposure en moeite. Maar toch bestaat er bij startende affiliate marketeers nog steeds veel verwarring. Wat is affiliate marketing dan niet? Ik geef je twee voorbeelden.

Ik zet een affiliate website op, met banners en linkjes, en het geld stroomt binnen.

Veel publishers denken dat affiliate nog steeds op deze manier werkt. Dit kon jaren geleden, toen Google nog niet zo streng was en niet zoveel concurrentie. Inmiddels werkt het niet meer zo, en dat zorgt ervoor dat we een kwalitatiever kanaal krijgen.

Je hebt immers verkeer op een website nodig om verkeer door te kunnen sturen via affiliate advertenties. SEO, social media, e-mailmarketing en andere manieren van adverteren worden hiervoor voor publishers steeds belangrijker.

Ik doe affiliate marketing er wel even bij.

Affiliate marketing is een online marketing kanaal waarbij je veel met je partners samenwerkt. Dat maakt het lastig om affiliate marketing er even bij te doen. Een dag per week kan in aantal uren volstaan, maar niet door alle communicatie op een dag op te pakken. Hierdoor kun je achter de feiten aanlopen en jouw affiliate programma nooit zo goed up and running krijgen als mogelijk is.

Affiliate marketing in de online marketing mix

Alle online marketing kanalen zijn performance driven. Dit is dan ook de grootste overeenkomst. Daarnaast zijn er twee grote verschillen met de andere online marketing kanalen die ervoor zorgen dat affiliate marketing een andere benadering, en in sommige gevallen zelfs een andere online marketeer, nodig heeft.

Bij alle online marketing kanalen kun je zelfstandig werken aan het resultaat. Neem bijvoorbeeld adverteren via Google (SEA): je zet zelf je advertenties op en je kunt ze pauzeren wanneer je wilt. Je bent van niemand afhankelijk. Bij affiliate marketing ben je wel degelijk afhankelijk van een partner: zonder deze partner staat er niets live en je kunt zelf niet zomaar iets aanpassen.

Daarnaast is een groot verschil dat je, juist doordat je samenwerkt met partners, te maken hebt met emoties. Welke actie je ook onderneemt, je kunt als adverteerder te maken hebben met emoties als verdriet, teleurstelling, vreugde en blijdschap.

2. Wanneer start je met affiliate marketing als adverteerder?

De richtlijnen

Voordat je start als adverteerder met affiliate marketing zijn er een aantal richtlijnen waar je rekening mee kunt houden om zeker te weten dat dit online marketing kanaal een goede match voor je is. Hiervoor kun je onderstaande checklist gebruiken. Kun je de niet-optionele richtlijnen aanvinken? Yes, dan is affiliate marketing geschikt voor jou om in te zetten!

☐

Je hebt een webshop en verkoopt producten/diensten, apps of wilt leads vergaren

☐

Je hebt meer behoefte aan online exposure via blogs en content websites, vergelijken, deal websites, cashbacks en kortingscode websites.

☐

Optie: je hebt regelmatig kortingscodes en wilt deze online verspreiden via kortingscode websites

☐

Je hebt minimaal 2.500 websitebezoekers

☐

Je hebt een goed en concurrerend productaanbod

☐

Je biedt goede betaalmogelijkheden

☐

Je wil graag performance based werken (CPS)

☐

Je bent bereid genoeg uren te investeren in affiliate marketing

Begin niet zomaar met affiliate marketing



BEPAAAL JE VERWACHTINGEN EN DOELEN

Het vooraf bepalen van jouw verwachtingen en doelstellingen zorgt ervoor dat je vooraf weet of het inzetten van affiliate marketing realistisch en haalbaar voor jou is.

VERWACHTINGEN

Verwachtingen bepalen de basis van jouw doelstellingen en zijn gebaseerd op wat je graag wilt bereiken. Het is nog niet concreet, maar geeft gevoel. Het is iets dat je hoopt dat gaat gebeuren.

DOELSTELLINGEN

Doelstellingen zijn veel concreter dan verwachtingen en geven je de daadwerkelijke stip op de horizon. Houd hierbij rekening met jouw financiële verwachtingen, de toegevoegde waarde van affiliate marketing en de tijd die je bereid bent te besteden

HOUD JEZELF GEMOTIVEERD

Enkel hoge sales doelstellingen en targets vaststellen houdt jezelf niet gemotiveerd als deze nu nog niet realistisch zijn. Maak daarom niet alleen financiële doelstellingen, maar ook exposure doelstellingen en KPI doelstellingen. Hoeveel banners wil je op publisher websites hebben staan? Hoeveel klikken wil je genereren? Hoeveel sales? En vanuit daar ga je kijken naar jouw omzet doelstellingen.

2. Wanneer start je met affiliate marketing als adverteerder?

Inventarisatie

Als je voldoet aan de richtlijnen en je kent je eigen verwachtingen en doelstellingen, dan is de vraag of er nog voldoende ruimte is in de markt voor jouw affiliate programma en wat je nodig hebt voordat je start met het inrichten van jouw affiliate programma. Gebruik hiervoor onderstaande checklist.

☐

Is er voldoende vraag naar jouw product, dienst, app, of andersoortig item? Doe hier een keyword onderzoek naar via bijvoorbeeld Google Trends, en zoek synoniemen op via KWFinder.com. Je kunt ook de keywords gebruiken die je inzet via SEA of SEO. Deze informatie geeft je inzicht in waar je je het beste op kunt focussen binnen affiliate marketing om het onderscheidend genoeg te laten zijn ten opzichte van andere online marketing kanalen.

☐

Maak een concurrentie analyse. Doen jouw concurrenten aan affiliate marketing? Of juist niet? En als ze wel aan affiliate marketing doen, welke informatie kun je vinden over hun affiliate programma. Let op: gebruik dit als inspiratie, maar laat je niet leiden door de concurrentie door exact na te doen wat zij doen. Je weet niet hoe succesvol zij zijn.

☐

Onderzoek de verschillende affiliate netwerken en kijk welke het beste bij jou past. Maak hier een toplistje van. Voorbeelden van affiliate netwerken in Nederland zijn TradeTracker, Tradedoubler, Awin, Adtraction en Daisycon.

☐

Na jouw eigen gedane onderzoek over affiliate netwerken kun je meer informatie opvragen en demo's volgen. Zo maak je jouw analyse compleet en kun je een keuze maken voor een affiliate netwerk.

☐

Heb ik genoeg technische capaciteit om de tracking te implementeren?

☐

Heb ik genoeg design tijd om banners te laten opmaken?

3. Benodigdheden binnen het affiliate programma

Checklist

Als je op het punt bent aangekomen om het affiliate programma te gaan inrichten, dan heb je hier een aantal punten voor nodig. Deze vereisen voorbereidingstijd dus het is verstandig om hier op tijd mee te beginnen of deze voor de technische implementatie al klaar te hebben liggen. In de basis heb je de volgende punten nodig:

- ☐ Programmabeschrijving
- ☐ Programmaregels en -voorwaarden
- ☐ Commissiestructuur
- ☐ Promotiematerialen
- ☐ Publisher voorwaarden

Extra tips

Een aantal handige tips op een rij bij het inrichten van jouw affiliate programma:

- De programmabeschrijving is een motiverende introductie naar jouw affiliate programma toe. Hierin vermeld je informatie over jouw organisatie en de producten die publishers kunnen promoten. Denk ook aan handige feitjes, USP's, alles wat een publisher kan motiveren om te starten met promoten. Let op: je schrijft dit voor de publisher en niet voor de consument. Let hierop bij het schrijven.
- Wat wil je wel en niet toestaan binnen het affiliate programma? Dit geef je mee in de regels en voorwaarden. Zijn er specifieke publishers waar je mee wilt samenwerken? Mogen publishers adverteren in Google? Wil je een preview zien van social media posts en nieuwsbrief uitingen? Maak hiervan een zo compleet mogelijk overzicht en vraag ook jouw netwerk accountmanager om tips.
- Houd bij het berekenen van jouw commissies rekening met jouw marges en eventuele andere online marketing kosten. Doe hierbij niet zomaar de concurrentie na, maar haal hier inspiratie uit.
- Onder promotiematerialen verstaan we onder andere banners, tekstlinks, widgets en productfeeds. Top bannerformaten zijn: 728x90, 500x500 en 300x250.
- Waar let je op bij het keuren van publishers? Ga altijd voor kwaliteit en relevantie!

Bijlage 1. De begrippenlijst

Adverteerder

Een adverteerder is een organisatie die een affiliate campagne heeft binnen een affiliate netwerk. Dit is een ander woord voor merchant.

Affiliate

Dit is de websitebeheerder die bereid is om organisaties (dus adverteerders) te promoten en hier een vergoeding voor te ontvangen. Dit is een synoniem voor publisher.

Affiliate netwerk

Dit is de organisatie die het platform levert voor zowel de publisher als de adverteerder.

Banner

Een banner is een dynamische (bewegende) of statische afbeelding die je op jouw website kan plaatsen. De afbeelding staat hierbij centraal.

Deeplink

Dit is een link van een landingspagina die dieper in de flow van de website van een adverteerder ligt. Bijvoorbeeld een specifieke productpagina.

Cookie

Een tekstbestand met data dat door de bezochte website in de browser van de gebruiker wordt geplaatst. Dit kleine bestand bevat unieke identificatiegegevens over deze bezoeker en de gebruiker. Denk bijvoorbeeld aan datum, tijd, bezochte pagina's of bezochte producten.

Cookietijd

Dit is een periode dat de cookie gebruikt kan worden. Daarna komt deze te vervallen. Standaard is dit 30 dagen.

HTML Advertorial

HTML advertorial is een dynamische banner waarbij een functie daadwerkelijk uitgevoerd kan worden op de website van de publisher zelf. Denk bijvoorbeeld aan het aanmelden voor een nieuwsbrief, een zoekbox of een formulier die een totaalprijs voor je berekent.

Bijlage 1. De begrippenlijst

Impressies

Een impressie is een view van bijvoorbeeld een banner die je op jouw website hebt staan.

Merchant

Een merchant is een organisatie die een affiliate programma heeft binnen een affiliate net werk. Dit is een ander woord voor adverteerder.

Publisher

Dit is de websitebeheerder die bereid is om organisaties (dus adverteerders) te promoten en hier een vergoeding voor te ontvangen. Dit is een ander woord voor affiliate.

Promotiemateriaal

Promotiematerialen zijn items die je kunt gebruiken om de adverteerder te promoten. Bijvoorbeeld banners, tekstlinks of productfeeds.

Productfeed

Een soort promotiemateriaal waarbij je de producten van de adverteerder op je eigen website kan inladen. Hierbij wordt informatie over de producten gegeven, de prijzen, afbeeldingen en andere belangrijke punten.

Bijlage 2. De meest voorkomende afkortingen

CPC

Cost per Click: een vergoeding die wordt uitgekeerd voor iedere klik die je aanlevert. Dit is een niet veel voorkomende manier van vergoeden binnen affiliate marketing, maar komt zeker voor.

CPS

Cost per Sale: een commissievergoeding die je uitgekeerd krijgt als er een transactie gedaan wordt bij de adverteerder.

CPL

Cost per Lead: een commissievergoeding die wordt uitgekeerd als je een lead aanlevert. Dit kan op verschillende manieren worden ingestoken; bijvoorbeeld bij een nieuwsbriefaanmelding of offerteaanvraag.

CPA

Cost per Action: een commissievergoeding die je uitgekeerd krijgt als er daadwerkelijk iets plaatsvindt op de website van de adverteerder, bijvoorbeeld een lead of sale.

CPM

Een andere vorm van commissievergoeding die binnen affiliate marketing niet veel voorkomt. Er wordt een bepaald bedrag afgesproken per 1000 vertoningen.

CSR

Click Sale Ratio: verhouding tussen het aantal sales en het aantal bezoekers. Dit wordt vaak uitgedrukt in een percentage.

CTR

Click Through Rate –

De CTR is het ratio tussen het aantal klikken dat je aanlevert ten opzichte van het aantal impressies. Dit wordt bijna altijd uitgedrukt in een percentage.