

# BRITISH AIRWAYS



## FALLSTUDIE – DIGITALES PARTNERMARKETING

### FÜR BRITISH AIRWAYS BOT DIE AFFILIATE-OPTIMIERUNG JEDE MENGE LUFT FÜR VERBESSERUNGEN

British Airways ist eine der führenden und bekanntesten Marken in der globalen Luftfahrt. Die Online-Marketingstrategie des Unternehmens und deren Ausführung spielen eine zentrale Rolle für das Wachstum. Affiliate- und Metasuchpartner stellen dabei einen wichtigen Teil der Online-Akquisitionsausgaben dar.

BA arbeitet mit 5 Affiliate-Netzwerken in 4 Regionen und mehr als 20 Ländern und hat ein Affiliate-Programm entwickelt, das ein starkes jährliches Wachstum beibehalten hat.

Allerdings ist das Programm zunehmend komplexer und fragmentierter geworden, so dass es unmöglich war, die Performance für jede Region/jedes Netzwerk zu verwalten und zu verstehen. BA konnte außerdem die vielen detaillierten Daten, die durch die Affiliate-Kanäle erfasst wurden, nicht beeinflussen und in die gesamte Kanalstrategie integrieren.

### DIE HERAUSFORDERUNG FÜR BA WAR DAS AGGREGIEREN VON 5 NETZWERKEN IN MEHR ALS 20 LÄNDERN

Es war nahezu unmöglich, Daten über eine globale Infrastruktur fünf verschiedener Affiliate-Netzwerke zu sammeln und zu analysieren, um daraus Best-Practices zu entwickeln und durchzuführen.

Jedes einzelne Netzwerk stellte BA unterschiedliche Reportingmöglichkeiten zur Verfügung. Die begrenzte Menge an Performancedaten, die Affiliate-Netzwerke BA bereitstellen konnten, führte dazu, dass eine Optimierung und Differenzierung im Markt nicht möglich war. Dies hemmte auch die langfristigen Wachstumsaussichten des Programms. Da BA in allen Akquisitionskanälen nach Unterstützung für die kommerziellen Anforderungen suchte, wurde die Fähigkeit, den Affiliate-Kanal zur

Förderung bestimmter Routen zu nutzen, neben anderen Initiativen zu einem wichtigen Bestandteil der Strategie.

Die größten Herausforderungen bei BA waren:

- Die Fähigkeit zu haben, sowohl punktuelle Performance, wie auch globale Performance zu sehen und globale und lokale Trends in Echtzeit zu identifizieren
- Das Erhalten von Daten und Einblicken aus jeder Transaktion und die Entwicklung maßgeschneiderter Provisionsstrategien für digitale Marketing-Partner, um deren Programm zu differenzieren, Margen zu schützen und Traffic anzuspornen
- Das Betrachten der Meta-Partner-Performance gemeinsam mit der dazugehörigen Affiliate-Basis und Teilen

der Performance-Daten und Einblicke,  
zurück an die Publisher-Basis

„Durch die Zusammenarbeit mit Performance Horizon sind wir nun so flexibel, dass wir unsere Performance weltweit effektiv überwachen können und die Möglichkeit haben, die Ebene, auf der wir unsere Produkte vermarkten können, auszuweiten. Die Plattform wird nun zu einem wichtigen Mittel, um zu gewährleisten, dass der Affiliate-Kanal dazu genutzt werden kann, das Gesamtgeschäft und die betriebswirtschaftlichen Anforderungen von British Airways zu unterstützen.“

**George Gray, Global Head of Online Partnerships BA – Acquisition**

### ES WURDE EIN 5-PUNKTE-PLAN ENTWICKELT, UM DIE GLOBALE AFFILIATE- & METASUCHPARTNER-AKTIVITÄT VON BA IN ZUKUNFT ZU SICHERN

Gemeinsam mit BA und der Medienagentur, Ogilvy, entwickelte Performance Horizon einen fünfstufigen Ansatz zum zukünftigen Nachweis der Aktivitäten von Affiliate- und Metasuchpartnern von BA weltweit.

1. Ein globales Affiliate-Netzwerk-Tag, um Tracking und Berichterstellung für die globale Netzwerkbasis von BA nach Partnern in einer einzigen Ansicht zu ermöglichen, einschließlich der Fähigkeit, Netzwerk-Performance und Partnerbeiträge in einer einzigen Ansicht miteinander zu vergleichen.

2. BA und ihren Partnern die Möglichkeit geben, Metadaten über die API von Performance Horizon anzusehen oder zu konsumieren

3. Ein privates BA-Netzwerk schaffen, um weltweit direkt mit den am besten abschneidenden Affiliates zu arbeiten

4. Gruppierung, Tracking und Berichterstellung über Metasuchpartner in einem einzigen Dashboard bereitstellen;

5. Eine weltweite Bezahlungsinfrastruktur etablieren, um Partner in beliebigen Währungen und Ländern zu bezahlen.

Ein Anstieg um 71 % an Buchungen auf ausgewählten Routen war nur der Anfang der Reise.

Die Partnerschaft mit Performance Horizon verschaffte BA und Ogilvy die Flexibilität, eine Strategie auszuführen, die sich auf Effizienz und weltweite Wachstumsziele konzentrierte:

- Bereitstellen einer Provisionsstruktur nach Route, so dass BA Geschäftswerbebedürfnisse unterstützen kann, indem Marketing auf Routeniveau darauf basierend eingeführt wird, wo Unterstützung benötigt wird. Dies führte zu einem Anstieg von 71 % an Buchungen auf den ausgewählten Routen.
- Transformierte Berichterstellung und Einblick, weg von Netzwerkberichten mit durchschnittlich 4 Parametern hin zur Ansicht von bis zu 20 Variablen, und Verwendung einer Reihe dieser Variablen als Grundlage für die Provisionsstruktur
- Fähigkeit, die globale Performance zu sehen und Trends in Echtzeit zu erkennen, zu identifizieren und darauf zu reagieren
- Verständnis der spezifischen Kampagnen-Performance über

## ZUSAMMENFASSUNG

- 71 % mehr Buchungen
- Routenbasierte Provision
- Einzelnes globales Performance - Dashboard
- Verstärkte Meta-Daten-Berichterstellung und Provisionsparameter von 4 auf 20 Variablen
- Trends in Echtzeit erkennen & identifizieren
- Gruppierte Meta-Partner & Affiliate-Analyse

Veröffentlichung: Herbst 2015