



FALLSTUDIE – PARTNER-PERFORMANCEMARKETING

FÜR IPROSPECT UND ADIDAS SPIELTEN DIE ZENTRALISIERUNG, KONSOLIDIERUNG UND ÄNDERUNG DES MODELLS EINE ZENTRALE ROLLE, UM EIN MASSIVES WACHSTUM DES AFFILIATE-KANALS ZU ERREICHEN

iProspect ist eine weltweit führende Agentur für digitales Performancemarketing und bietet Dienstleistungen in Form einfacher, effektiver Strategien an, die Verbindungen zu Kunden über sämtliche Kanäle hinweg herstellen und so das Geschäftswachstum auf eine Weise antreiben, die für Kunden messbar ist.

Als globale Agentur bietet iProspect ein äußerst skalierbares Angebot, unterstützt von einem der größten Affiliate-Teams auf dem Markt. Das Team von iProspect hat die Erfahrung, weltweite Präsenz und Beziehungen, die nötig sind, um Kanäle auszubauen und neue Märkte zu integrieren, dabei aber gleichzeitig von lokalen Einblicken zu profitieren. Aus eben diesen Gründen machte es für sie ebenso wie für ihre Kunden Sinn, das Affiliate-Programm intern zu verwalten.

Vor April 2014 verwaltete iProspect das Affiliate-Programm für adidas in vier Märkten: Niederlande, Großbritannien, Deutschland und Frankreich. Jeder Markt hatte seinen eigenen Account-Manager mit wenig oder gar keiner Korrespondenz, keiner zentralisierten Berichterstattung, Budgetierung oder Vorhersagen und vor allem ohne geteilte Einblicke. Nur 6 % der digitalen Ausgaben von adidas wurden für Affiliate-Marketing verwendet, daher bestand jede Menge Raum für Wachstum.

IPROSPECT UND ADIDAS SAHEN SICH GEMEINSAM DER HERAUSFORDERUNG GEGENÜBER GESTELLT, DAS WACHSTUM DES AFFILIATE-KANALS ZU EINEM ZENTRALEN SCHWERPUNKT FÜR DAS JAHR 2015 ZU MACHEN

iProspect wollte noch weiter in adidas integriert werden und die internen Herausforderungen und Margen innerhalb der Affiliate-Kanäle von adidas wirklich verstehen. Die Geschäftsziele und letztendlich die Antriebskräfte für den Erfolg stammten aus drei zentralen Bereichen: Zentralisierung, Konsolidierung und Änderung des Modells.

Da iProspect nach neuen Lösungen suchte, mit denen sie ihr Affiliate-Management

intern auf eine Selbstbedienungsplattform migrieren könnten und mit denen sie diese Ziele erreichen könnten, stach Performance Horizon als optimaler Partner hervor.

Die Hauptvoraussetzungen, denen sich iProspect und adidas gegenüber gestellt sahen, waren:

- Arbeit in vier Märkten mit jeweils separatem Account-Management
- Keine zentralisierte Berichterstattung, Budgetierung, Vorhersagen oder geteiltes Lernen
- Drastische Migration involviert, mit Migrationen von mehreren Netzwerken auf eine einzige Plattform

- Erstellen eines strategischen Gleichgewichts zwischen Partnern (führende Publisher, Gutscheine, Loyalty, etc.)
- Effizienzoptimierung und Fokus auf Partner, die tatsächlich unter Beweis stellen, dass sie Konvertierungsverkehr senden und generieren können

„Das, was Performance Horizon in Bezug auf Zentralisierung und Konsolidierung ermöglicht, erlaubt uns, eine bessere Verbindung zu adidas herzustellen und die internen Herausforderungen besser zu verstehen. Mit ExactView können wir Trends schnell erkennen, Budgets verschieben und das Einnahmewachstum für adidas in seinen zentralen Märkten schnell an die Margen anpassen. Die Effizienz, die durch das Verwalten aller Aspekte auf einer Plattform und das Teilen von Daten mit Marketingpartnern gewonnen wird, hat ein zunehmendes und nachhaltiges Wachstum für alle Parteien zur Folge.“

Rob Kabrovski, Account Director, iProspect

EIN STRATEGISCHER PLAN WURDE UMGESETZT, UM DIE DREI HAUPTZIELE – ZENTRALISIERUNG, KONSOLIDIERUNG UND ÄNDERUNG DES MODELLS – ZU ERREICHEN

iProspect setzte den Plan in enger Zusammenarbeit mit Performance Horizon um

1. Zentralisierung

- iProspect verlegte das Account-Management in das Londoner Büro, um eine bessere Verbindung zum Kunden zu ermöglichen, deren Anweisungen entgegen zunehmen und so schnell wie möglich in die Tat umzusetzen.
- iProspect zentralisierte Budgets und Vorhersagen, was das Unternehmen in die Lage versetzte, Trends zu

erkennen und Budgets flexibel zu gestalten – ein wichtiger Aspekt beim Affiliate-Kanal

- iProspect zentralisierte Berichte, was dem Unternehmen ermöglichte, sein Umsatzwachstum an die Margen von adidas anzupassen und den Nettogewinn für alle wichtigen Märkte anzuzeigen, was wiederum zielbasiertes Wachstum ermöglichte.

2. Konsolidierung

- iProspect migrierte von 3 Netzwerken auf 4 verschiedenen Märkten auf eine einzelne Plattform, die Selbstbedienungsplattform von Performance Horizon.

3. Änderung des Modells

- iProspect entschied sich gegen das traditionelle Modell, bei dem man sich bei einem Netzwerk anmelden und dann selbst die Optimierung vornehmen muss.
- iProspect optimierte sein Partner-Netzwerk und migrierte nur knapp über 120 Affiliates auf die Plattform von Performance Horizon – verglichen mit mehr als 2000 in der Vergangenheit. Das Ziel dabei war, die Effizienz zu steigern und nur mit Partnern zu arbeiten, die tatsächlich wertvollen Traffic generieren.
- iProspect bemühte sich darum, eine gute Balance für seine Partnerbasis bestehend aus Premium Publishers, Gutscheinen, Loyalties, etc. zu finden.
- iProspect arbeitete daran, seine eigenen Nischen durch strategische Partneranwerbung basierend auf Nischenmärkten und auf stark spezialisierten Partnern zu schaffen, die das Potenzial haben, relevanten Traffic zu generieren.

Die Partnerschaft mit Performance Horizon hat iProspect genau die Lösung gegeben,

nach der sie gesucht hatte, um das Affiliate-Programm ideal zu optimieren. iProspect kann Daten aus Performance Horizon ExactView verwenden, um den Wert von adidas inkrementell zu erhöhen und folgende Maßnahmen durchzuführen:

- Zielgerichtete Promo-Aktionen, basierend auf saisonalen Trends (Winterschlussverkauf vs. Sommerschlussverkauf)
- Tracking auf Produktebene, um Produkte mit höherer Marge zu identifizieren und entsprechende Anreize zu schaffen
- Einblicke in die User Journey, um zu verstehen, wer Conversion-Traffic

durch die gesamte Käufer-Journey sendet, und um entsprechende Anreize zu schaffen

- Analyse spezifischer Promo-Aktionen um zu verstehen, welche Kampagnen gut funktionieren
- Attributionsmodelle mit einem Ansatz über alle Kanäle vs. letzter Klick
- Erfassen der effektivsten Publicity-Platzierungen, um zu wissen, welche Promo-Aktion auf welchen Seiten und zu welcher Jahreszeit funktioniert, um bessere strategische Vorhersagen zu machen

ZUSAMMENFASSUNG

- adidas ist einer der am schnellsten wachsenden Kunden von iProspect
- 149 % YOY-Einnahmenwachstum in 2014
- 35 % Rückgang der Umsatzkosten in 2014
- Von 4 europäischen Märkten auf 18 erweitert
- In der engeren Auswahl für 5 Auszeichnungen

ÜBER PERFORMANCE HORIZON

Bedeutende Marken aus den Bereichen Reisen, Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Digitaler Inhalt verlassen sich auf die Plattform von Performance Horizon, um die Akquisition von Neukunden anzutreiben und Einnahmen und Rentabilitätszuwachs durch ihre Online-Partner zu erhöhen. Dazu zählt auch die Fähigkeit, die Partner-Performance zu optimieren, Creatives umzusetzen, Partner- und Produktausgaben zu verwalten, Daten einfach in bestehende Workflows und Systeme zu integrieren und Partnerzahlungen global zu bearbeiten.

Performance Horizon, der führende Anbieter von SaaS-Lösungen für das digitale Partnermarketing, ermöglicht es Marken, eine direkte Verbindung zu ihren Marketingpartnern herzustellen und so die Kundenakquise erheblich zu steigern und hohe Margeneinnahmen aus Online-Marketingkanälen anzutreiben. Mit Standorten in den USA, Großbritannien, Japan und Australien treibt die Plattform von Performance Horizon mehr als drei Milliarden US-Dollar an erstklassigen Werbeumsätzen über 125.000 Marketingpartner in mehr als 170 Ländern an. Performance Horizon wird unterstützt von hochrangigen Investoren wie Mithril, Greycroft Partners und DN Capital. Weitere Informationen finden Sie unter www.performancehorizon.com oder wenn Sie @tweetphg auf Twitter folgen.

Veröffentlichung: Winter 2015