



AFFILIATE MARKETING

Affiliate marketing a jeho využitie

O TEJTO TÉME:

V tejto téme sa budem venovať tomu, čo je affiliate marketing, ako vznikol a aké miesto zastáva v digitálnom marketingovom mixe. Vysvetlíme si, na akom princípe funguje a pre aké typy firiem a produktov dáva zmysel. Téma obsahuje aj praktické situácie, kedy sa oplatí do affiliate marketingu investovať a kedy je naopak lepšie poobzerať sa po iných formách propagácie.

ČO SA DOZVIEŠ:

- čo je affiliate marketing a ako sa zarad'uje medzi výkonnostné formy propagácie
- stručnú históriu a kontext vzniku affiliate marketingu
- v ktorých odvetviach sa affiliate marketing uplatňuje najviac
- kedy sa ho oplatí využiť a kedy nie

☞ ČO TO JE AFFILIATE MARKETING

☞ KEDY SA HO OPLATÍ VYUŽIŤ

☞ KDE SA AFFILIATE MARKETING NEHODÍ

ČO TO JE AFFILIATE MARKETING

Affiliate marketing, niekedy označovaný aj ako partnerský marketing, patrí medzi najefektívnejšie formy online propagácie založené na výkone. Ide o marketingový model, v ktorom inzerent – typicky e-shop, poskytovateľ služby alebo prevádzkovateľ aplikácie – odmeňuje svojich partnerov za to, že mu sprostredkujú návštevníkov, zákazníkov alebo iné žiadané akcie ako registráciu, stiahnutie aplikácie, vyplnenie kontaktného formuláru a pod. Zjednodušene povedané, partner propaguje produkt alebo službu a z každej uskutočnenej konverzie získava dohodnutú províziu.

Práve slovo konverzia je kľúčové. Affiliate marketing totiž patrí do širšej kategórie tzv. výkonnostného marketingu (performance marketing), ktorý stojí na princípe: platiš za výsledok, nie za zobrazenie alebo klik. Zatiaľ čo pri bannerovej reklame platí inzerent za počet zobrazení (CPM) a pri PPC kampaniach za počet kliknutí (CPC), pri affiliate marketingu platí spravidla až za dokončenú akciu – najčastejšie nákup. Tento model je pre inzerenta mimoriadne výhodný, pretože významne znižuje riziko neefektívnych výdavkov. Ak partner neprivedie zákazníka, inzerent nič neplatí.

Historicky sa za prvý affiliate program považuje program spoločnosti Amazon z roku 1996. Jeff Bezos prišiel s myšlienkou, že majitelia rôznych webov by mohli odkazovať na knihy v Amazone a za každý zrealizovaný nákup dostanú percentuálnu províziu. Tento model bol v tom čase revolučný a prakticky nastavil štandard, ktorý s drobnými obmenami funguje dodnes. Amazon Associates, ako sa program volá, je aj v súčasnosti jedným z najväčších affiliate programov sveta a mnohí internetoví podnikatelia si na ňom postavili celé živobytie.

Základom affiliate marketingu sú tri subjekty, ktorým sa budeme detailnejšie venovať v ďalšej kapitole: inzerent (firma, ktorá propaguje svoj produkt), partner – nazývaný aj affiliate partner alebo publisher (ten, kto propaguje produkty inzerenta), a zákazník, ktorý cez partnerov odkaz prichádza a realizuje nákup. Všetko toto je technologicky prepojené cez tzv. trackingové odkazy, ktoré umožňujú presne zaznamenať, ktorý partner sprostredkoval ktorú objednávku.

KEDY SA HO OPLATÍ VYUŽIŤ

Affiliate marketing sa oplatí využívať najmä vtedy, keď značka potrebuje rozšíriť svoj dosah bez rizika zbytočne minutého rozpočtu. Keďže inzerent platí len za reálny výsledok, je to veľmi dobrý nástroj pre firmy, ktoré si nemôžu dovoliť experimentovať s veľkými reklamnými rozpočtami bez záruky návratnosti. Existujú však aj ďalšie situácie, kedy affiliate marketing skutočne zažiarí:

- Keď ide o produkty s jasnou a merateľnou konverziou. Affiliate marketing funguje najlepšie pri produktoch, pri ktorých sa dá priamočiaro vyhodnotiť, či k nákupu došlo alebo nie. Typickým príkladom sú e-shopy s fyzickými produktmi, predplatné služby alebo softvér.
- Keď má firma dostatočnú maržu na vyplácanie provízií. Bežne sa provízie pohybujú v rozmedzí 3 až 15 % z hodnoty objednávky, pri digitálnych produktoch a službách dokonca aj 30 % a viac. Firma musí byť schopná tieto percentá z marže uvoľniť a zároveň jej musí zostať priestor na zisk.
- Keď chce značka rozšíriť svoj dosah mimo vlastné marketingové kanály. Affiliate partneri majú spravidla svoje vlastné publiká – čitateľov blogov, sledovateľov na sociálnych médiách, divákov videí a podobne. Navyše ich dokážu osloviť oveľa autentickejšie, ako by to zvládla samotná značka – ak by na nich vôbec mala dosah.

Typické odvetvia, v ktorých sa affiliate marketing bežne používa, sú preto:

- e-shopy s módou, elektronikou a vybavením domácnosti
- online softvér (SaaS), online vzdelávacie platformy
- finančné služby (porovnávače pôžičiek, investičné aplikácie, kryptoburzy)
- produkty z oblasti zdravia a wellness
- cestovanie a ubytovanie (booking portály, letenky)
- produkty pre domácich miláčikov a ekologické či udržateľné výrobky

Spoločným menovateľom je, že ide o produkty so širokým záujmom verejnosti, ktoré sú merateľne prepojené s online nákupom a firma má priestor vyplácať partnerom zmysluplnú províziu.

KDE SA AFFILIATE MARKETING NEHODÍ

Affiliate marketing spravidla nedáva zmysel pri:

- veľmi lokálnych službách viazaných na konkrétne miesto: kaviareň, kaderníctvo, ...
- B2B (ale aj B2C) produktoch s dlhým predajným cyklom a individuálnou cenotvorbou
- produktoch s extrémne nízkou maržou ako sú potraviny, bežná drogeria
- vo vysoko regulovaných odvetviach, kde je obmedzená možnosť propagácie treťou stranou ako napr. niektoré lieky, hazardné hry

Predstavme si firmu predávajúcu fotovoltické systémy pre rodinné domy: Zákazník najskôr niekoľko týždňov číta články a porovnáva technológie, potom si vyžiada cenovú ponuku, absolvuje obhliadku technikom, rokuje o financovaní, rieši povolenia a až po niekoľkých

mesiacoch podpíše zmluvu. Priradiť takúto objednávku k jednému konkrétnemu affiliate odkazu, na ktorý klikol kedysi na začiatku, je prakticky nemožné – cookie-tracking už dávno vypršal a zákazník medzitým prišiel do kontaktu s desiatkami iných zdrojov informácií.

Podobne to platí pri predaji podnikového softvéru za desaťtisíce eur, luxusných nehnuteľnostiach alebo priemyselných zariadeniach. Pokiaľ ide o marže, platí jednoduchá logika: ak firma nemá z čoho uvoľniť províziu, affiliate marketing pre ňu nebude dávať ekonomický zmysel. Teda ak v odvetví zúri cenová vojna (letenky, spotrebná elektronika, telekomunikačné služby, ...), affiliate marketing tam nedáva veľký zmysel.

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

[!\[\]\(dfbd6b3763a6d1d9afaa974f64e2e4b5_img.jpg\) https://skpodcasty.sk/podcasty/marketing-k-obedu/epizoda/ako-funguje-slovensky-affiliate-marketing/](https://skpodcasty.sk/podcasty/marketing-k-obedu/epizoda/ako-funguje-slovensky-affiliate-marketing/)

[!\[\]\(e78f798d4ea5c530c9db49e7d26e6b95_img.jpg\) https://www.webglobe.sk/poradna/co-je-affiliate](https://www.webglobe.sk/poradna/co-je-affiliate)

[!\[\]\(23d9fc146e83b5c3013cfa32c784f8d5_img.jpg\) https://www.marketingminer.com/sk/blog/affiliate-marketing-ako-funguje.html](https://www.marketingminer.com/sk/blog/affiliate-marketing-ako-funguje.html)