



AFFILIATE MARKETING

Affiliate programy a siete

O TEJTO TÉME:

V tejto téme sa budem venovať tomu, kde a ako sa affiliate spolupráca v praxi odohráva. Povieme si, čo sú affiliate siete, akú rolu zohrávajú medzi inzerentmi a partnermi a prečo sú pre začínajúcich hráčov často tou najjednoduchšou vstupnou bránou. Pozrieme sa aj na alternatívu v podobe vlastných affiliate programov, ktoré prevádzkujú značky samé. Na záver si povieme, podľa čoho sa pri výbere siete alebo programu rozhodovať.

ČO SA DOZVIEŠ:

- čo je affiliate sieť a ako funguje jej rola medzi inzerentmi a partnermi
- aké sú najznámejšie siete na slovenskom, českom a svetovom trhu
- v čom spočívajú výhody a nevýhody vlastných affiliate programov
- podľa akých kritérií si vybrať affiliate sieť alebo program

☞ AFFILIATE PROGRAMY A AFFILIATE SIETE

☞ AFFILIATE SIETE

☞ VLASTNÉ AFFILIATE PROGRAMY

AFFILIATE PROGRAMY A AFFILIATE SIETE

Keď sa firma rozhodne spustiť affiliate marketing, stojí pred základným rozhodnutím: či si postaví vlastný affiliate program a bude si ho spravovať sama, alebo sa zapojí do niektorej z existujúcich affiliate sietí, ktoré celý proces sprostredkujú. Obe cesty majú svoje výhody aj nevýhody a pre rôzne typy firiem sa hodia rôzne riešenia.

AFFILIATE SIETE

Affiliate sieť funguje ako sprostredkovateľ medzi inzerentmi a partnermi. Predstavme si ju ako trhovisko, na ktorom sa na jednej strane stretávajú firmy ponúkajúce svoje produkty a na druhej strane partneri, ktorí hľadajú, čo budú propagovať. Sieť zabezpečuje celú technickú a administratívnu stránku spolupráce – od trackingu kliknutí a konverzií, cez vyhodnocovanie kampaní, až po spoľahlivé a včasné vyplácanie provízií.

Pre inzerenta je výhoda jasná: namiesto toho, aby budoval vlastnú infraštruktúru a samostatne oslovoval desiatky partnerov, sa jednoducho zaregistruje v sieti a získa prístup k jej databáze publisherov. Pre partnera je situácia podobne pohodlná – v jednom rozhraní vidí ponuky desiatok až stoviek inzerentov, môže si medzi nimi vyberať podľa zamerania svojho publika a všetky výplaty dostáva sústredené z jedného miesta, často aj vtedy, keď propaguje produkty viacerých značiek.

Na slovenskom a českom trhu patria medzi najznámejšie siete Dognet, eHUB a Affilbox. Dognet je v regióne zavedený hráč s rozsiahlym portfóliom inzerentov a podrobnými reportovacími nástrojmi. eHUB je populárny najmä v Česku a ponúka programy od veľkých hráčov ako Alza, Mall či Rohlik.

V globálnom meradle sú potom dominantnými sieťami Amazon Associates, CJ Affiliate (predtým Commission Junction), Awin alebo ShareASale, cez ktoré sa dajú propagovať tisíce značiek z celého sveta.

VLASTNÉ AFFILIATE PROGRAMY

Skúsenejší partneri však niekedy siahajú po priamej spolupráci so značkami, ktoré prevádzkujú svoj vlastný affiliate program bez sprostredkovateľa. Typickým príkladom zo slovenského prostredia sú Martinus, Websupport alebo Alza, ktoré majú vlastnú platformu na správu partnerov a výplatu provízií. Tento spôsob spolupráce má niekoľko predností: vyššie provízie

(pretože sa nemusí deliť s prevádzkovateľom siete), flexibilnejšie podmienky a priamejšia komunikácia s affiliate manažérom, ktorý vie riešiť individuálne potreby partnera. Na druhej strane je tu vyššia administratívna záťaž – partner musí osobitne sledovať výkonnosť každého programu, rokovať o podmienkach a často aj individuálne fakturovať provízie.

AKO SI VYBRAŤ SPRÁVNU SIETĚ ALEBO PROGRAM

Pri výbere affiliate siete alebo konkrétneho programu by mal partner zohľadňovať niekoľko faktorov, nielen samotnú výšku provízie. Dôležitá je kvalita inzerentov – či ide o značky, ktoré sú dôveryhodné a s ktorými partner nestratí tvár pred svojím publikom. Rovnako sa oplatí preveriť spoľahlivosť merania a dĺžku cookie-window (teda ako dlho po kliknutí sa ešte partnerovi prizná konverzia – čím dlhšie, tým lepšie). Podstatná je aj transparentnosť vyplácania: ako často sa vyplácajú provízie, aké sú minimálne výplatné limity a či má partner prístup k detailným štatistikám v reálnom čase.

Z pohľadu inzerenta sú rozhodujúce iné aspekty: veľkosť a kvalita databázy partnerov v sieti, nástroje na správu kampaní, možnosti segmentácie partnerov, podpora zo strany sieťových manažérov a samozrejme aj výška provízie, ktorú si sieť účtuje za svoje služby (spravidla 20 – 30 % z vyplatených provízií). Pre začínajúce firmy je vo väčšine prípadov rozumnejšie začať v zavedenej sieti – postavenie vlastného programu od nuly dáva zmysel až vtedy, keď firma dosiahne taký objem affiliate obratu, pri ktorom sa náklady na vlastnú infraštruktúru začnú vyplácať.

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

<https://www.prace-z-domu.com/affiliate-site-v-cesku-a-slovensku/>

<https://podmaz.sk/podcast/doba-digitalna/3934597622-ako-vytazit-z-affiliate-marketingu-maximum-stefan-polgari-dognet-23>

<https://skpodcasty.sk/podcasty/podnicast-s-petrom-chodelkom/epizoda/4-stefan-polgari-dognet-o-prevadzkovani-affiliate-siete/>