

DIE 7 TODSÜNDEN DER PROGRAMMBETREIBER

Diese Fehler vermeiden
erfolgreiche Affiliate Manager

Erschienen 2005

Thomas Hegenauer
<http://www.programmbetreiber.de>

Die 7 Todsünden der Programmbetreiber

Diese Fehler vermeiden erfolgreiche Affiliate Manager

Wenn ich Programmbetreiber und Affiliate Manager berate, tauchen immer wieder die selben Fehler auf. Diese Fehler vergraulen die besten Affiliates und machen das Partnerprogramm zur Krücke statt zur Umsatzrakete.

Schon eine einzige dieser wahren sieben Todsünden der Programmbetreiber verursacht massive Umsatzeinbußen.

Am Ende bricht ihr gesamtes Programm zusammen.

Um das zu vermeiden, habe ich für Sie vorliegende Broschüre erstellt. Sie enthält wertvolle Teile meines über die Jahre erworbenen (und oft teuer bezahlten) Fachwissens.

Hier sind sie nun also, die wahren sieben Todsünden der Programmbetreiber:

Todsünde 1: Schlechter Support

Keine der hier angeführten sieben Todsünden der Programmbetreiber ist hinterhältiger als diese. Kaum ein Affiliate, der nicht darüber klagt: Es fehlt der klare Ansprechpartner für Affiliates und emails mit Fragen werden niemals beantwortet. Oder auch nicht besser: Die Antworten kommen spät und von unmotivierter, inkompetenter Seite.

Es mag eine kleine, unbedeutende Frage gewesen sein, die Ihr Affiliate hier stellt – doch die Wirkung einer ausbleibenden oder unqualifizierten Antwort ist umso grösser:

Ihr Partner bekommt das Gefühl (und damit wird er nicht ganz unrecht haben), dass Sie sich nichts aus ihm machen. Er kann sich nicht auf Sie und Ihr sogenanntes Partnerprogramm verlassen.

Ein professioneller Affiliate wird so nicht arbeiten und kehrt Ihnen den Rücken - für immer. Denn Profis arbeiten nur mit Profis. Schlechter Support ist allerdings das Attribut des Amateurs.

Bevor Sie sich also Gedanken machen, wie Sie neue Partner gewinnen und welche Provisionen angebracht sind und so weiter...hören Sie denen zu, die bereits bei Ihnen sind.

Mangelhafter Support bringt Ihr Programm langfristig zu Fall – garantiert!

Die 7 Todsünden der Programmbetreiber

Diese Fehler vermeiden erfolgreiche Affiliate Manager

Todsünde 2: Glauben, die Konkurrenz schläft

Kein Geschäft ohne Konkurrenz. Auch Ihre Mitbewerber sind meist nicht auf den Kopf gefallen und haben ihre eigenen Affiliateprogramme.

Kennen Sie alle Programme der Mitbewerber?

Kennen Sie deren Größe, deren Provisionsstaffel?

Sind Sie bei allen heimlich als Affiliate angemeldet?

Wenn nicht: Pech gehabt – Ihrem Programm bleibt höchstens das Mittelmaß, sollte es überhaupt langfristig überleben.

Denn eines ist klar:

Ihre besten Affiliates kennen den Markt der Programme ganz genau. Sie sind immer auf der Suche nach neuen Verdienstmöglichkeiten und testen natürlich auch die Programme Ihrer Konkurrenten ausgiebig.

Am Ende wird nur die Nummer eins einer Branche beworben, einen guten „zweiten Platz“ gibt es bei Partnerprogrammen nicht.

Todsünde 3: Glauben, alles läuft von alleine

„Beim Affiliate Marketing investieren Sie nur Geld, das Sie zuvor schon eingenommen haben.“

Eine schöne Aussage und in der Theorie stimmt sie auch vollkommen.

Leider leben wir nicht in der Theorie – und praktisch gilt: *„Von nichts kommt nichts.“*

Die dritte Todsünde der Programmbetreiber ist Faulheit bzw. Naivität.

Sie haben ein tolles Programm, nette Werbemittel, gute Provisionen, kurz:

Sie haben Ihre Hausaufgaben gemacht?

Toll, doch erwarten Sie nun keine Wunder.

Affiliate Manager hoffen nicht auf Reichtum durch Zauberhand, sie verdienen sich ihren Erfolg selbst mit harter und ausdauernder Arbeit.

Nun gilt es, die vorhandenen Partner zu betreuen: Faule Socken sollen aktiv werden. Die guten wollen gelobt und besonders gefördert sein. Ihr Programm muss bekannter werden – vielleicht schalten Sie etwas Werbung und/oder denken sich spezielle Aktionen aus, über die man spricht.

Informieren Sie sich in der Szene, erweitern Sie täglich Ihren Horizont in Sachen Affiliateprogramme (entsprechende Links im nächsten Kapitel).

Die 7 Todsünden der Programmbetreiber

Diese Fehler vermeiden erfolgreiche Affiliate Manager

Finden Sie neue potentielle Partner, nehmen Sie Kontakt auf und bleiben Sie dran, bis Ihre Werbung auf deren Seiten erscheint...

Ein Programmbetreiber hat wirklich alle Hände voll zu tun.
Daher denken Sie bitte vorher darüber nach, ob Sie auch genug Zeit und Kapazitäten für diese enorm wichtigen Arbeiten mitbringen.

Es gibt exakt drei Wege:

Entweder:

Ihr Programm läuft mittelmäßig und wird von Ihren Mitbewerbern überholt, was langfristig zum Tod Ihres Programms führen wird.

Ich gehe sogar so weit zu sagen:

Dies ist dann langfristig gesehen das Ende Ihres gesamten Online-Geschäfts.

Oder:

Sie schaffen sich die Zeit oder stellen einen fähigen(!) Mitarbeiter nur für Ihr Affiliateprogramm ein.

Oder:

Sie lassen hochwertige Arbeit vom erfahrenen Profi erledigen.

Dann sollten wir einmal kostenlos und unverbindlich darüber sprechen:

<http://www.programmbetreiber.de/beratung.shtml>

Todsünde 4: Glauben, die Affiliates finden wie durch Zauberhand zu Ihnen

Die gute alte Zauberhand... nicht wenige Affiliate Manager vertrauen auf sie und werden überraschenderweise immer wieder enttäuscht.

Wo und wie Programmbetreiber die passenden Affiliates aufspüren und zu einer Zusammenarbeit bringen, ist Stoff genug für ein ganzes Buch.

Vorliegende Broschüre kann nicht alle Informationen geben – hier also nur ein kleiner Einblick in wenigen Stichpunkten:

Sie kennen Ihren Markt. Sie kennen Seiten, die ein verwandtes Thema haben und wo Ihre Werbung sicher gut untergebracht wäre.

Schlagen Sie den Webmastern dieser Seiten eine Teilnahme an Ihrem Partnerprogramm vor.

Suchen Sie anhand branchentypischer Keywords neue, bisher unbekannte Seiten, die zu Ihrem Thema passen. Nehmen Sie auch hier Kontakt zu den Webmastern auf und bieten Sie Ihre großzügigen Verkaufsprovisionen an.

Immer gilt: Bleiben Sie hartnäckig, nerven Sie jedoch nie!

Die 7 Todsünden der Programmbetreiber

Diese Fehler vermeiden erfolgreiche Affiliate Manager

Suchen Sie in www.google.de nach Seiten, die einen Verweis auf Ihren Mitbewerber gesetzt haben. Tippen Sie in die Suchmaschine ein:
link:www.mitbewerber.de.

Es erscheinen alle Seiten, die auf www.mitbewerber.de verlinken.

Nun besuchen Sie die wichtigsten dieser Seiten und erzählen den Betreibern, dass diese doch nicht kostenlos für die Konkurrenz werben müssten – in Ihrem Partnerprogramm würden sie großzügig an den vermittelten Umsätzen beteiligt.

Natürlich sollten Sie für Ihr Partnerprogramm auch werben, um mehr Affiliates zu erreichen. Sehen Sie sich um auf

<http://www.100partnerprogramme.de>

<http://www.affiliate.de>

<http://www.affiliatepr.de>

<http://www.partnerprogramme.de>

<http://www.partnerprogramme.com>

Und fragen Sie bei Ihrem Programmnetzwerk (z.B. affili.net) nach, welche Werbemöglichkeiten es für Sie als Kunde gibt.

Todsünde 5: Werbemittel, die nicht zum Klicken anregen

Viele Affiliate Manager halten sich für besonders schlau und versuchen, Ihre Partner auszuquetschen:

Die bereitgestellten Banner animieren nicht zum Klicken. Der Besucher merkt sich zwar die Marke, doch er sieht keinen Grund, sofort zu reagieren. Vielleicht später, durch das schöne Banner kennt er den Firmennamen nun ja auswendig...

„Branding“ heisst dieser Effekt: Je öfter das Banner gezeigt wird, desto bekannter und vertrauter wird die Firma. Das ist schön für diese Firma.

Nicht schön ist es allerdings für die Affiliates, denn diese werden nur nach tatsächlichen, sofortigen Umsätzen bezahlt – und die sind beim Branding gering.

Gering ist also auch die Bereitschaft, solche schlechten Banner weiter zu verwenden, denn damit verdient Ihr Partner kein Geld.

Am Ende ist alles kaputt:

Ihre besten Affiliates arbeiten für die Konkurrenz, Ihre nutzlosen Branding-Banner verstauben auf der Festplatte und Umsätze erwirtschaftet die Konkurrenz.

Immer(!), wenn Sie Ihre Partner zu übervorteilen versuchen, fällt es sehr bald schon wieder auf Sie zurück.

In diesem Fall heisst es also: Machen Sie nur Werbemittel, die auch zum Klicken anregen und sofort ordentlich verkaufen.

Die 7 Todsünden der Programmbetreiber

Diese Fehler vermeiden erfolgreiche Affiliate Manager

Todsünde 6: Eine schlechte Conversion Rate

Viele Affiliate Manager beherzigen meine Ratschläge und geben großzügige Provisionen. Doch manchmal hilft auch das nicht. Woran liegt es?

Es ist die sechste der sieben Todsünden der Programmbetreiber: Eine schlechte Conversion Rate (CR).

Die CR besagt, wie viele Besucher auch zu Kunden werden. Angenommen, Sie haben 1000 Besucher pro Tag auf Ihrer Homepage und 13 Bestellungen, dann beträgt die CR 1,3%.

Doch die CR alleine sagt wenig aus, hier kommt es auf die Branche an. Manche Branchen haben eine CR von über 10%, andere weit weniger als 0,5% - und beide können attraktiv sein für Affiliates.

Um dies zu verdeutlichen, vergleichen wir zwei fiktive Partnerprogramme aus einer Kategorie aus Sicht des Affiliates:

Programm A bietet durchschnittlich 5,- Euro Provision für einen Verkauf
Programm B lässt sich nicht lumpen und bezahlt satte 7,- Euro.

Welches Programm ist nun attraktiver?
Programm B? Möchte man meinen, doch vorsicht:

Programm A hat eine sehr gute, verständliche Homepage. Von 100 Besuchern werden 5 zu Käufern – die CR ist also 5%.

Die Homepage des Programm B wirkt unseriös, von 100 Besuchern entschliesst sich durchschnittlich nur ein einziger zum Kauf – die CR ist 1%.

Nun rechnet der Affiliate:
Bringe ich 100 Besucher zu Programm A, ergibt das etwa 5 Kunden und ich bekomme 5,- Euro pro Kunde. Macht 25,- Euro Provision bei 100 Besuchern.

Bei Programm B wird aus 100 Besuchern nur ein Kunde – also nur 7,- Euro Verdienst bei 100 Besuchern.

Sie sehen also: Die Provisionshöhe ist nur eine von zwei Messgrößen. Sogar wenn Programm B die Provision auf 14,- Euro pro Verkauf verdoppelt, ist Programm A mit nur 5,- Euro immer noch weitaus attraktiver.

Cleverer Affiliate Manager kümmern sich also nicht nur um Provisionen und Partner, sondern „ganz nebenbei“ auch noch darum, dass die eigene Homepage mit den vorhandenen Besuchern höhere Umsätze erzielt.

Die 7 Todsünden der Programmbetreiber

Diese Fehler vermeiden erfolgreiche Affiliate Manager

Tipps, wie Sie mehr Besucher zu Käufern machen, geben viele kostenlose Newsletter und Homepages zum Thema Online-Marketing.

Ich empfehle:

<http://www.marke-x.de>

<http://www.online-marketing-praxis.de>

<http://www.akademie.de>

Natürlich empfehle ich mich auch selbst – zum Thema CR kann ich Sie aus eigener Erfahrung kompetent beraten:

<http://www.programmbetreiber.de/beratung.shtml>

Todsünde 7: Geizige Provisionen

Doch die schlimmste aller sieben Todsünden der Programmbetreiber ist und bleibt der GEIZ. Geiz ist nicht geil, Geiz ist abstossend und der Weg ins sichere Verderben für jedes Partnerprogramm.

Von Ihren Affiliates erwarten Sie professionellen Einsatz?

Dann machen Sie nicht den Fehler, diese hochwertige Arbeit nur mit Almosen zu bedenken.

Ich will mich an dieser Stelle nicht wiederholen, daher verweise ich auf meine Artikel zum Thema faire Provisionen.

„Drei-Klassen-Gesellschaft“

Von der Notwendigkeit, Ihre Affiliates in mindestens drei Verdienstgruppen einzuteilen.

<http://www.programmbetreiber.de/artikel/041213.shtml>

und

„Geben ist seliger denn nehmen“

Wie Sie 100% Ihrer Gewinnmarge an Ihre Partner ausbezahlen und immer noch Gewinn erwirtschaften...

<http://www.programmbetreiber.de/artikel/041118.shtml>

Auch dieses Thema bietet genug Stoff für ein ganzes Buch. Im Newsletter <http://www.programmbetreiber.de>, zu dem Sie sich ja klugerweise bereits angemeldet haben, werde ich immer wieder einmal hierzu Stellung nehmen.

Die 7 Todsünden der Programmbetreiber

Diese Fehler vermeiden erfolgreiche Affiliate Manager

Über den Autor



Thomas Hegenauer ist Inhaber der Seiten <http://www.programmbetreiber.de> – dem Informationsdienst ausschließlich für Betreiber und Manager von Affiliateprogrammen.

Er bietet **professionelle Beratung**, Mitarbeiterschulungen, individuelle Seminare sowie den Aufbau und die vollständige Betreuung Ihres Partnerprogramms.

Thomas Hegenauer Hermann-Gröber-Str. 3 85456 Wartenberg Deutschland	Tel: +49-8762-7252350 Fax: +49-8762-7252351 thh@programmbetreiber.de http://www.programmbetreiber.de
--	---

GUTSCHEIN

Sie möchten **persönlich** im Bereich Affiliate Marketing von Thomas Hegenauer beraten werden?

Exklusiv für meine Newsletterabonnenten biete ich im Rahmen eines Schnupperangebots die Klärung **einer klar formulierten Frage** per telefonischer Beratung.

Dauer: ca. 30 Minuten

Preis: 45,- Euro

Gültigkeit:

Nur **einmal pro Person**.

Nur bis zu **zwei Wochen** nach Newsletteranmeldung.

Um hiervon zu profitieren, senden Sie mir bitte eine email an thh@programmbetreiber.de