



De ultieme gids  
voor **brand**  
**partnerships**



# De ultieme gids voor **brand partnerships**

## Introductie

## Introductie

Brand partnerships zijn geschenken waar je eindeloos plezier van hebt. Adverteerders kunnen er nieuwe doelgroepen mee aanspreken en hun klantenbinding versterken door beloningen met toegevoegde waarde te bieden. Ook kunnen ze met brand partnerships voor additionele omzetgroei zorgen.

In deze ultieme gids voor brand partnerships ontdek je waarom samenwerking tussen brandpartners een integraal onderdeel van je digitale marketingstrategie zou moeten zijn en hoe je aan de slag kunt via het wereldwijde partnerplatform van Awin.

### Het onlinemarketinglandschap na de pandemie

De coronapandemie heeft voor een aardverschuiving gezorgd in het online (winkel)gedrag van klanten. In feite hebben klanten [in slechts twee jaar](#) een digitaal gewenningsproces doorgemaakt dat anders een decennium had geduurd.

Zoals we wel vaker zien, brengen belangrijke veranderingen ook belangrijke uitdagingen met zich mee. E-commerce merken proberen daar nu een weg in te zoeken.

- ➔ **Meer dan 70% van de klanten** winkelt nu [vaker online dan vóór de pandemie](#). Het is dringen op de digitale markt en de stijgende kosten voor digitaal adverteren in de meeste marketingkanalen maken het voor merken duur en ingewikkeld om nieuwe klanten te werven.
- ➔ **De uitdaging betreft niet uitsluitend nieuwe klanten**; online merken moeten ook harder werken om klanten aan zich te binden. [13% van de shoppers](#) zegt de pandemie te hebben gezien als een kans om bij een nieuw merk te winkelen, terwijl [60% van de klanten uit generatie Z](#) aangeeft dat hun merkentrouw sinds het begin van de pandemie is veranderd. Het is duidelijk dat het voorlopig moeilijk zal blijven om klanten tot herhaald koopgedrag aan te zetten.
- ➔ **Merken staan voor de taak om voor meer digitale groei te zorgen.** Uiteenlopende sectoren hebben als gevolg van de pandemie geprofiteerd van (ongekend) hoge online winsten. De verwachtingen zijn daardoor gestegen en de lat voor de prestatiedoelen is hoger komen te liggen.

Brand partnerships zijn dé oplossing voor online merken. Ze kunnen naadloos worden geïntegreerd in je bestaande digitale strategie en zorgen voor een nieuwe additionele inkomstenstroom.

## Wat zijn brand partnerships?

Een wederzijds brand partnership, waarin niet-concurrerende merken samenwerken om gemeenschappelijk succes te behalen, is voor beide kanten voordelig.

Met brand partnership-campagnes bereiken merken gelijkgestemde klanten op basis van complementaire sectoren, demografische gegevens en klantwaarden. Bovendien biedt het merken een commerciële mogelijkheid om hun bestaande klantenbestand en de beschikbare advertentieruimte op hun site te gelde te maken en waardevolle first-party gegevens te verkrijgen.

Awin's aanbod van brand partnerships opent de deur naar een toonaangevende marktplaats waar wereldwijd campagnes worden gefaciliteerd voor duizenden merken in alle sectoren. Merken kunnen er hun (grootschalige) marketinginspanningen beter identificeren, volgen en belonen.



## Soorten campagnes met brand partnerships

De door Awin geselecteerde brand partnerships zijn op maat gemaakte campagnes die zijn ontwikkeld om merken te helpen bij het behalen van duidelijk omschreven doelen en succesvolle campagneresultaten. Daarbij gaat het meestal om:

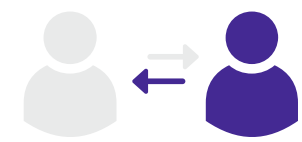
- ➔ Een geïnteresseerd cohort van nieuwe klanten bereiken
- ➔ Inkomsten genereren met je bestaande advertentieruimte of klantenbestand



Een succesformule

Ontdek hoe MyProtein **32% nieuwe klanten** genereerde met SimplyCook

### Gepromoot worden



#### Doelstelling

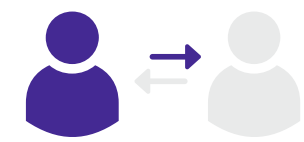
**Werven** van nieuwe klanten

Door samen te werken met een ander merk kun je **je eigen merkreputatie versterken**, doordat het partnermerk op je afstraalt.

Door samen te werken met een merk dat jou promoot, kun je het geïnteresseerde publiek van de 'promotor' bereiken en aanboren.

Een 'promotor' is een extra partnertype om hoogwaardig, enthousiast bezoekersverkeer naar je site te leiden. Als gepromoot merk kun je de demografische gegevens van het partnermerk benutten om ervoor te zorgen dat je een beloning met toegevoegde waarde biedt die hun klanten zal aanmoedigen om jouw site te bezoeken. Dit is een vorm van marketing door middel van doorverwijzing. Je mag verwachten dat je het partnermerk moet betalen voor het doorverwijzen van klanten naar jouw site.

### Promoten



#### Doelstelling

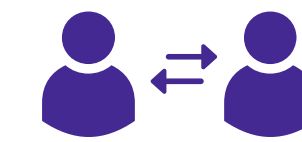
**Verbeteren** van inkomsten en klantervaring

Merken kunnen hun productportfolio of serviceoplossing versterken door een aanvullende retailer te promoten. Ze **verbeteren daarmee de gebruikerservaring en de conversie van klanten**, zowel nieuwe als bestaande.

Beschouw je klantenbestand als een onaangeboorde bron waarmee geld valt te verdienen. In dat scenario zou je een ander merk kunnen promoten en hen helpen om jouw klanten te bereiken. Het partnermerk betaalt om jouw klantenbestand aan te boren.

Het voordeel van het promoten van een ander merk is tweeledig: je genereert niet alleen inkomsten, maar je verbetert ook de koopervaring van je klant door nieuwe beloningen met toegevoegde waarde te bieden.

### Wederkerig



#### Doelstelling

**Stimuleren** van klantenwerving en omzet onder bestaande klanten

Volledig wederkerige campagnes zorgen voor een **naadloze klantervaring en volledige benutting van het partnerpotentieel**. Merken die openstaan voor wederzijdse partnerships, zullen vaak de beste resultaten zien.

Wederkerige brand partnerships leveren vaak het hoogste rendement. Klanten krijgen door de samenwerking tussen sites meer affiniteit met de merken en de campagnes winnen aan authenticiteit. Het is belangrijk dat je precies weet wat je een potentieel partnermerk te bieden hebt en hoe de beloning waarde toevoegt en klanten tot herhalingsaankopen aanzet.



## De ultieme gids voor **brand partnerships**

### Voordelen van brand partnerships

## Voordelen van brand partnerships

In campagnes met brand partners worden nieuwe klanten geworven en genereren bestaande klanten meer inkomsten. Bovendien bieden deze campagnes veel voordelen voor je bestaande inspanningen op het gebied van digitale marketing:



Dat kan de toets doorstaan!

Lees hoe MoneySuperMarket door brand partnerships **35% meer klanten** kreeg doorverwezen

**Betere CX voor bestaande klanten** – gebruikers worden extra beloond door niet-concurrerende merken

MoneySuperMarket werkte samen met twee aanbieders van mobiele telefooncontracten om zijn diensten op het gebied van kredietwaardigheidscontrole te promoten onder klanten die op het punt van aankoop niet door de kredietcheck kwamen. De gratis kredietcheck werd niet alleen aangeboden bij geannuleerde bestellingen, maar ook als klanten hun aankoop met succes hadden afgerond – als een extra beloning met toegevoegde waarde voor hun oorspronkelijke aankoop.

Voor meer informatie kun je [hier](#) de casestudy bekijken.

**Consolidatie van klantentrouw** – klanten worden gestimuleerd om naar de site terug te keren

We hebben merken als tastecard, Iceland en I SAW IT FIRST geholpen bij het maken van beloningsportals voor bestaande, aangemelde klanten. Daarmee hebben deze merken door het promoten van niet-concurrerende merken de klantloyaliteit gestimuleerd en beloond.

[Ontdek hoe](#) onze samenwerking met aanbieders van beloningsprogramma's voor klanten je kan helpen bij het opzetten van je eigen beloningsprogramma.

**Minder afhankelijkheid** – merken kunnen hun partnermix diversifiëren

Met brand partnerships kunnen merken gebruikmaken van een ander soort partner in performance marketing om bezoekersverkeer naar hun site te leiden. Partnermerken kunnen in de Awin-gebruikersinterface gemakkelijk worden geïdentificeerd, waardoor bestaande Awin-klanten hun traditionele partnermix kunnen diversifiëren.

**Nieuwe en onaangeboorde doelgroepen bereiken** – merken kunnen actieve klanten aan zich binden

Merken kunnen samenwerken in verschillende sectoren. Je kunt zo toegang krijgen tot nieuwe cohorten klanten die je via je bestaande marketingkanalen vaak niet bereikt. In de aanloop naar Valentijnsdag verzorgden we een partnership tussen een kleine bloemistenketen en de online kledingretailer Boohoo. Door een kortingsactie via de sociale kanalen van Boohoo kon het MKB-merk een nieuw en geïnteresseerd klantenpubliek bereiken. De post in de Instagram-feed van Boohoo ontving in de eerste uren na plaatsing meer dan 4.000 views.

**Meer merkbekendheid** – merken communiceren met gebruikers tijdens het gehele kooptraject

In een wederzijdse campagne met LOOKFANTASTIC en tastecard kon Awin gebruikmaken van bestaande doelgroepen om potentiële klanten in verschillende stadia van het kooptraject te targeten. Het zijn allebei gerenommeerde merken, maar bezoekers van een website met beautyproducten zijn zelden ook meteen van plan om een abonnement voor restaurantkorting af te sluiten. Door het partnership konden beide merken een publiek aanspreken dat momenteel niet in de markt is voor hun productmix.

**Beter merkimago** – merken versterken hun merkprofiel door associatie

Een partnership met een ander merk dat je doelgroep goed aanspreekt, kan de perceptie van je eigen merk verbeteren.



De ultieme gids  
voor **brand  
partnerships**

De horizon van je brand  
partnership verbreden

## De horizon van je brand partnership verbreden

Merken beschikken door brand partnerships over nieuwe en innovatieve manieren om het affiliate kanaal te benutten en door partnerdiversificatie hun omzet te verhogen. Awin beschikt over wereldwijde connecties om merken te helpen bij hun expansie naar nieuwe gebieden via partnerships met merken in iedere markt waarin je actief bent. We kunnen je door onze uitgebreide portfolio van kleine bedrijven en bureaus bovendien helpen om je digitale strategie in nichesectoren op te schalen en op niveau te brengen.

### Go global met Awin-partners

Als wereldwijd partnerplatform werkt Awin met merken in alle sectoren en regio's. Met behulp van onze lokale marktexpertise kunnen we je helpen om samen te werken met complementaire merken in alle markten waarin je actief bent. Met een internationaal partnership kun je nieuwe klanten bereiken en je merkreputatie in andere regio's versterken. We hebben merken als LOOKFANTASTIC, Nike en Boohoo ondersteund om de successen van hun brand partnerships uit te breiden naar enkele van hun internationale markten.

### Zet vaart achter je MKB-successen

De grootste uitdagingen voor MKB-bedrijven die digitaal proberen door te breken, liggen vaak in de naamsbekendheid en het klantenbereik. Door samenwerking met een merk dat complementaire klantwaarden deelt, kan een MKB-merk vaak profiteren van de kracht van merkassociatie.

Het cosmeticamerk Wild verkoopt direct aan de consument. We hebben dit MKB-bedrijf geholpen om hun digitale groei door middel van brand partnerships te benutten. Wild heeft samengewerkt met Myprotein, Boohoo en ISAWITFIRST om nieuwe klanten te bereiken en de merkbekendheid te vergroten.





## De ultieme gids voor **brand partnerships**

Hoe je potentiële partnermerken identificeert

### Hoe je potentiële partnermerken identificeert

Een succesvolle campagne met brand partnerships is gebaseerd op een duidelijke synergie en afstemming tussen je doelgroep en je potentiële partnermerk. Beide merken moeten complementaire campagnedoelstellingen hebben en een eventueel partnership moet de winkelervaring voor je klanten verbeteren.

Met een goed afgestemd brand partnership:

- ➔ Verwerf je **merkbekendheid** en nieuwe klantengroepen
- ➔ Verdient je partnermerk **aan hun advertentieruimte**
- ➔ Ontvangen je shoppers **extra klantervaringen** en beloningen

Awin's aanbod van brand partnerships vereenvoudigt

het zoekproces naar merken. Wij nemen de noodzaak weg om merken te benaderen die al dan niet aan je voorwaarden voldoen. In plaats daarvan biedt Awin's uitgebreide matchfunctie partners de mogelijkheid om merken te identificeren en te benaderen die al interesse hebben getoond in wederzijdse brand partnerships.



Een smaakvol brand partnership

Ontdek hoe tastecard tijdens de pandemie door brand partnerships een omzetsijging van **167% behaalde**

### Hoe je een brand partner vindt

Awin's brand partnershipsteam kijkt naar de overlap tussen de klantenprofielen van jouw merk en je potentiële partnermerk. Een aanzienlijke overlap wijst op kansen voor een succesvol partnership en geeft aan dat de doelgroep van de potentiële partner ontvankelijk is voor jouw merkboodschap. Om een analogie te gebruiken: je wilt nog steeds dezelfde soort vis (klanten) vangen, maar je hebt besloten dat je een nieuwe, en grotere, vijver wilt proberen (de klanten van je partner). De kans om de vis van jouw voorkeur te vangen is nu groter geworden.

Als je een nieuwe, en mogelijk nog niet benaderde, doelgroep wilt bereiken, moet je een merk uitzoeken met een minder grote overlap in het klantenprofiel. Om in vistermen te blijven: je vist nu in een geheel nieuwe vijver (partnermerk) en zoekt een nieuw soort vis (klant). Als je de campagne goed aanpakt, zijn de mogelijkheden om je naamsbekendheid en verkooppotentieel op te schalen enorm.



	Partnermerk 1		Partnermerk 2
Geslacht	70% vrouw	90% vrouw	68% vrouw
Leeftijd	22-35	22-35	36-50
Inkomen	£ 25.001 - £ 50.000	£ 25.001 - £ 50.000	£ 25.001 - £ 50.000
Locatie	Alleen UK	Wereldwijd	Alleen UK
Waarden	Fitnessliefhebber & Duurzaam	Schoonheidsbewust & Duurzaam	Ethisch bewust & Foodie
Sector	Bloemen	Beauty	Huisdier-verzorging

## Manieren om met een ander merk samen te werken

Een succesvolle brand partnershipcampagne kan uiteenlopende vormen aannemen. Een kortdurend partnership kan snelle resultaten leveren bij het uitproberen van de cross-promotie van een ander merk. Dit kan inhouden dat je een nieuw merk promoot op een gevestigd beloningsportal voor klanten of dat je een eenvoudige banner toevoegt aan een van je CRM-mailings.

Om de synergie met partnermerken te vergroten, moet je een campagne overwegen waarin samenwerking en strategie een grote rol spelen.

Denk bijvoorbeeld aan adverteren gedurende het hele klanttraject:

- ➔ Websitebanners of upsells in het conversiepad
- ➔ Cadeau bij aankoop of upsells na aankoop op de pagina met de orderbevestiging
- ➔ My account-pagina's om boeiende beloningsportals voor klanten te bouwen

- ➔ E-mails ter bevestiging van bestellingen of wekelijkse nieuwsbrieven voor klanten
- ➔ Prijsvragen in de sociale media of influencerscampagnes
- ➔ Productverpakking met QR-codetracking

Bij sommige brand partnershipcampagnes kan de inbreng van andere teams in je organisatie nodig zijn. Of het nu gaat om marketeers, ontwikkelaars of juristen, je moet de steun van alle relevante groepen stakeholders hebben voordat je verder gaat met de uitvoering van de campagne.



Een fan van beloningen?

Wolverhampton Wanderers verhoogde het aantal ingeschreven fans en genereerde **510% meer inkomsten** via brand partnerships.





## De ultieme gids voor **brand partnerships**

**Brand partnerships en performance marketing**

## Brand partnerships en performance marketing

Het meten van advertentie-uitgaven en rendement op investering is een uitdaging voor marketeers, in het bijzonder bij traditionele partnershipcampagnes. Je bent vaak afhankelijk van de gegevens die het partnermerk aanlevert. Die moet je dan weer met je eigen gegevens vergelijken om het succes van een campagne te kunnen bepalen. Dat kost niet alleen veel tijd, het maakt het ook ongelooflijk moeilijk om tijdens de campagne te reageren of de performance te maximaliseren met kleine verbeteringen.

Awin's technologie voor realtime rapportage kan het proces vereenvoudigen.

Wij vinden dat een robuuste technologische oplossing de basis moet vormen voor partnershipprogramma's. Een oplossing die het werven van nieuwe partners ondersteunt, het tracken van partnercampagnes vergemakkelijkt en handmatige processen zoals partnerbeloningen automatiseert.

### Je partneractiviteiten ontplooiën via een performancekanaal



#### Partnerintroducties

Eenvoudige introducties



#### Partnerdirectory

Kies je partnermerken uit een speciaal voor jou samengestelde selectie



#### Partnertracking

Moeiteloos rapporteren over ROI en campagneactiviteiten met onze robuuste trackingoplossing



#### Mogelijkheden voor schaalvergroting

Eenvoudig je partnerships verder opschalen



#### Intuïtieve rapportage

Houd de performance en ROI continu bij in je rapportagedashboard



#### Eenvoudig campagnes voeren

Campagnes zonder stress – laat de handmatige processen aan ons over



#### Geen extra kosten

Gemakkelijk, en gratis, tracken en betalen als je een ander merk promoot



#### Begeleiding bij je partnerships

Altijd experts binnen handbereik



### Kunnen publishers en technologiepartners ook meewerken in brand partnerships?

Awin's aanbod van brand partnerships is niet exclusief voor adverteerders bedoeld. Traditionele affiliates en technologiepartners kunnen helpen om het succes van de campagne te vergroten en de merkaffiniteit te consolideren.

Vanaf een instapniveau kunnen brand partnerships de vorm aannemen van twee merken die exposure bij een publisher delen. We hielpen easyJet Holidays en Marks and Spencer bijvoorbeeld bij een campagne waarin ze een homepage-overname deelden bij publisher Topcashback. Merken die bij een plaatsing samenwerken, kunnen de synergie meten. Ze kunnen daarmee de relatieve complexiteit van het opzetten van een meer strategische partnershipcampagne voor de lange termijn rechtvaardigen.

Awin fungeert ook als poortwachter van een ecosysteem

van eenvoudig te integreren technologiepartners. Merken kunnen daardoor naadloos activiteiten implementeren zonder het opzetten van een backend, zonder beperkingen op de site en zonder interne deadlines die de mogelijkheden zouden kunnen beperken.

Merken gebruiken technologiepartners voor:

- ➔ **Het leveren** van mogelijkheden om te upsellen
- ➔ **Het faciliteren** van e-mailverzendingen op basis van een gewenste actie
- ➔ **Het aanbieden** van een cadeau om afgebroken bestellingen te verminderen
- ➔ **Het integreren** van beloningsportals voor klanten



## De ultieme gids voor **brand partnerships**

### Aan de slag

Brand partnerships vormen een integraal onderdeel van de digitale strategie van marketeers. Dat geldt niet alleen voor vandaag, maar ook voor de verre toekomst. Na het lezen van deze gids beschik je over alle benodigde informatie om je eerste stappen te zetten op het traject naar brand partnerships. Je kunt [onze aanmeldingsgids downloaden](#) en binnen enkele minuten een Awin-partneraccount openen. Een van onze specialisten zal dan contact met je opnemen om mogelijkheden te bespreken die aan je campagnedoelstellingen voldoen.

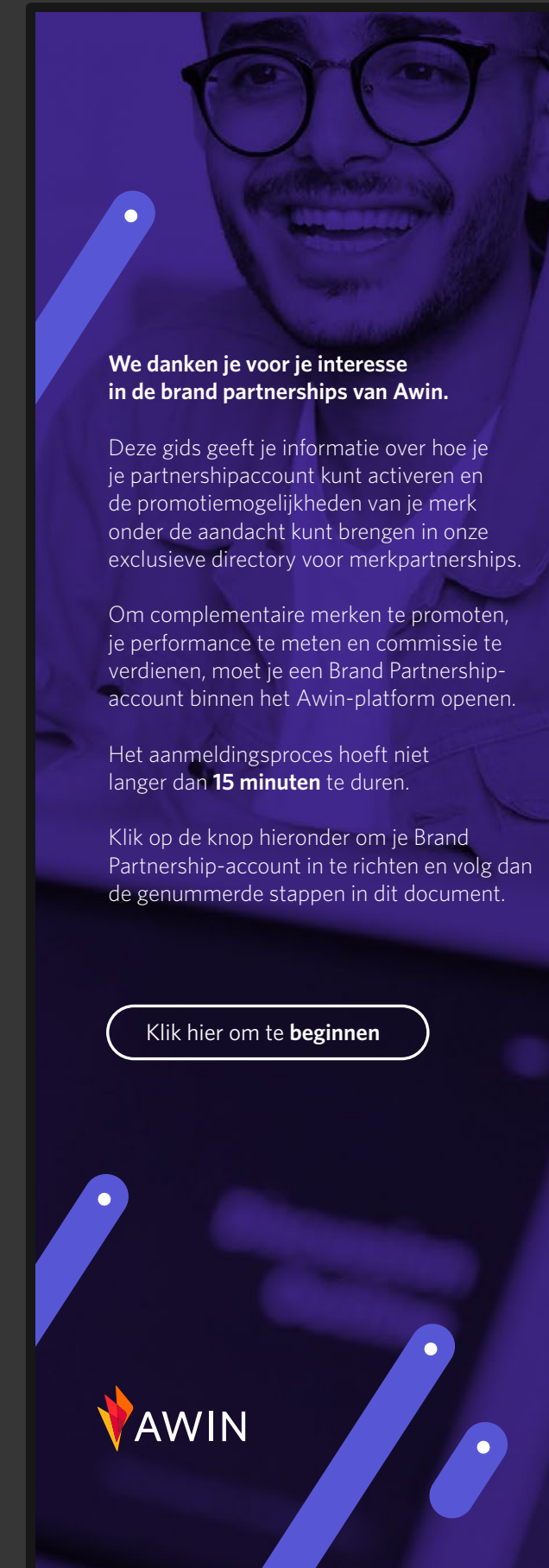
#### Awin is een toonaangevend wereldwijd partnerplatform

Ons platform heeft twintig jaar ervaring in het aanbieden van technologie en businessintelligence aan mensen over de hele wereld. Welk type partner of serviceniveau en welke tools je bedrijf ook nodig heeft, Awin biedt oplossingen voor duurzame groei.

Awin is onderdeel van de Axel Springer Group en de United Internet Group. Samen met ShareASale en Commission Factory bestaat het mondiale affiliate netwerk van Awin uit 15 kantoren wereldwijd, meer dan 1.200 medewerkers, 241.000 bijdragende publishers en 21.200 adverteerders.

Awin verbindt wereldwijd bedrijven met klanten in de sectoren retail, telecom, reizen en finance en genereerde in het afgelopen boekjaar € 14 miljard omzet voor de adverteerders en € 1,1 miljard omzet voor de publishers.

Aan de slag



## Aanmeldingsgids **brand partnerships**

### 01

We vragen je om enkele gegevens voor het account op te geven. Let erop dat het e-mailadres dat je voor het maken van het account gebruikt, nieuw is en nog niet op het Awin-platform is gebruikt. Als je account is gemaakt, kun je er je bestaande Awin-gebruikersaccount aan koppelen. Lees de instructies aan het einde van deze gids voor meer informatie daarover.

- Het is belangrijk dat je **[Brand Partnerships]**, met de haken, als voorvoegsel voor je bedrijfsnaam gebruikt. Onze compliancecontroles kunnen daardoor sneller worden afgehandeld en je bent beter vindbaar in de Awin-gebruikersinterface.

### 04

Je moet nu je account verifiëren. Het kan zijn dat je op dit punt gevraagd wordt een kredietcheck-betaling te doen aan Awin.

Je kunt afzien van deze betaling door contact op te nemen met [uk-brandpartnerships@awin.com](mailto:uk-brandpartnerships@awin.com) en te vragen om een uitnodigingscode.

### 02

Daarna moet je opgeven op welke wijze je van plan bent om merkpartners te promoten. Je kunt meerdere typen promoties selecteren, maar vergeet niet om een 'primaire' promotietype te selecteren.

- [Klik hier](#) als je niet zeker weet welk promotietype je moet kiezen.



### 05

Gefeliciteerd! Je Brand Partnership-account is nu gemaakt, maar je bent nog niet helemaal klaar. Noteer je nieuwe account-ID en [klik hier](#) om je aan te melden bij onze Brand Partnership-directory.

**In onze Brand Partnership-directory** vind je al onze deelnemende Brand Partnership-klanten. Ook vind je er informatie om jou (en hen) te helpen beslissen met welke merken je wilt samenwerken. Het opt-inproces duurt hoogstens 5 minuten.

### 03

Vervolgens verzoeken we je om nadere informatie te geven over je primaire promotiegegevens.

- Bij het invullen van de beschrijving moet je zoveel mogelijk informatie geven. Wij raden aan informatie op te geven over je publiek, partnershipdoelstellingen en doelsectoren, evenals details over de verschillende mogelijkheden die je hebt om andere merken te promoten.

### 06

Geef zoveel mogelijk informatie op. Hoe gedetailleerder je bent, hoe groter de kans dat complementaire merken met je willen samenwerken.

- Je moet de account-ID van je nieuwe Brand Partnership-account opgeven, zodat we jouw aanmelding voor de directory met je Brand Partnership-account kunnen koppelen.