



Awin

Guida alle migliori pratiche per il marketing di affiliazione



Ordine del giorno

01

Considerazioni chiave -

Aspetti fondamentali da considerare quando si gestisce un programma di marketing di affiliazione

02

Best Practice del settore

Imparare gli elementi essenziali del marketing di affiliazione

03

Gestione del programma

Riassume i compiti e le responsabilità principali per la gestione di un programma.

04

Supporto e risorse

Scoprite tutto il nostro supporto online per accompagnarvi virtualmente nel vostro viaggio.

A group of four diverse professionals in a modern office setting. A man in a dark suit and glasses is shaking hands with a woman in a light-colored blazer and glasses. In the background, another man in a dark shirt and a woman in a white blouse are smiling. The scene is well-lit with a warm, professional atmosphere.

Considerazioni chiave

Aspetti fondamentali da **considerare**



Il marketing di affiliazione è una strategia di marketing **a lungo termine** e si costruisce nel tempo.

Iniziate con **obiettivi raggiungibili** che possono essere sviluppati man mano che il vostro programma di affiliazione matura



La creazione di promozioni da parte degli affiliati richiede **tempo e risorse**.

È importante fornire agli affiliati **un preavviso adeguato** per qualsiasi modifica al vostro programma che abbia un **impatto** diretto su di loro.



Essendo un **modello basato sulle prestazioni**, per ogni euro di spesa si dovrebbero ottenere **più ricavi in cambio**.

Non ha senso limitare la spesa.



Siate **reattivi e pazienti** quando comunicate con i vostri affiliati.

Testate nuove partnership e **analizzate i risultati**.

A close-up photograph of a person's hands resting on an open book. A black smartphone is placed horizontally on the right page of the book. The background is dark, making the hands and the book stand out.

Le migliori pratiche del settore

Le migliori pratiche del settore



Commissioni

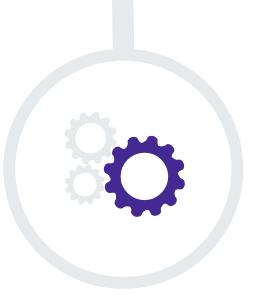
Le migliori pratiche del settore



- Rendere la struttura delle commissioni **competitiva**, garantendo al tempo stesso la **flessibilità** necessaria **per aumentare** i tassi di commissione per le campagne a breve termine.
- Utilizzate gli strumenti commissione in piattaforma per **offrire commissioni dinamiche**
- Creare tassi di commissione personalizzati per diversi **tipi di editore**
- Creare strutture commissionali a livelli per aumentare le commissioni su un valore di paniere più alto e **aumentare l'AOV**
- Premi mensili bonus **per incentivare gli editori** a raggiungere un determinato obiettivo

Risorse

Le migliori pratiche del settore



- Gli affiliati cercheranno **materiali di supporto che li aiutino a promuovere** il vostro marchio. Assicuratevi di fornire banners di dimensioni standard del settore, compreso il vostro logo con uno sfondo trasparente.
- I formati migliori sono **GIF o JPG** per mantenere **le dimensioni dei file ridotte**.
- La prassi migliore sarebbe quella di **fornire un set di 6** o più banner animati che promuovano un'offerta e abbiano un **forte richiamo all'azione**.
- Mantenere aggiornati i banner. Per facilitare la conversione, è necessario che ci sia coerenza tra la creatività e la pagina di destinazione dell'inserzionista.
- Non cancellate mai i banner, **aggiornateli** sempre **con nuovi banner**.
- Fornire prodotti attraverso un feed di prodotti aprirà molte altre **opportunità di affiliazione**, come il confronto dei prezzi e Google Shopping (CSS).

Nutrimento

Le migliori pratiche del settore

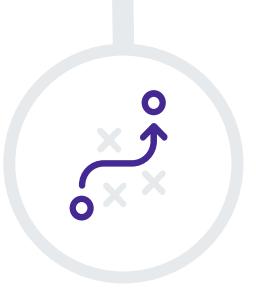


- Comunicare **efficacemente** con i propri affiliati è sempre importante, soprattutto quando si imposta il programma di affiliazione. Adottate una linea di comunicazione diretta via e-mail o telefono.
- Utilizzate il vostro Account > Panoramica per **evidenziare i vantaggi** dell'iscrizione al vostro programma, le informazioni su di voi, gli USP, oltre alle informazioni relative alla struttura delle commissioni e alle regole di convalida.
- Assicuratevi di elaborare regolarmente le richieste di affiliazione per mantenere lo slancio. Nel caso in cui una richiesta venga rifiutata (magari il sito dell'editore non è adatto al vostro marchio). È importante informarli del **motivo del rifiuto**. L'editore potrebbe avere un altro sito più adatto a presentare i vostri prodotti.

- La comunicazione è fondamentale, state **proattivi** e contattate **direttamente** gli affiliati con cui siete più interessati a collaborare. Siate pazienti nell'attesa di una risposta.
- Comunicare **in anticipo** eventuali offerte, vendite o lanci di prodotti. Assicuratevi di caricare le offerte e i codici voucher di e di tenervi aggiornati sullo strumento Le mie offerte.
- Inviate **regolarmente** comunicazioni tramite il Centro di comunicazione. Fornite loro **informazioni rilevanti** per promuovere il vostro marchio. Che si tratti delle ultime offerte, dei prodotti più venduti o di quelli che si convertono meglio, tutte le informazioni sono preziose per i vostri editori, grandi o piccoli che siano.

Convalide

Le migliori pratiche del settore



- Il vostro conto è impostato sulle **autovalidazioni**, quindi le transazioni verranno approvate automaticamente 7 giorni dopo il periodo di restituzione.
- È importante **convalidare le transazioni** in sospeso il più spesso possibile per evitare di pagare **commissioni su vendite non valide**, ad esempio su resi e ordini annullati.
- Gli editori di Cashback e Loyalty possono sollevare Transaction Queries (TQs). È importante che le **esaminate** tramite Commissione > Convalida delle richieste di transazione nello stesso **modo in cui elaborate le vostre transazioni**. Le TQs vengono **approvate automaticamente dopo 75 giorni** dall'emissione.
- Assicuratevi di fornire **motivazioni trasparenti e ragionevoli** quando rifiutate transazioni non valide.
- È buona norma approvare tutte le transazioni in cui è presente un codice voucher. È **ingiusto penalizzare** gli editori per qualcosa che è fuori dal loro controllo.
- Un **tasso di declino** dei **programmi è visibile** agli editori. In media, il tasso di declino è compreso tra **il 20 e il 30%**. Qualsiasi percentuale superiore a questa sarà motivo di preoccupazione per gli editori, che potrebbero non aderire a un programma se il tasso di declino è troppo alto.

Benchmarking

Le migliori pratiche del settore



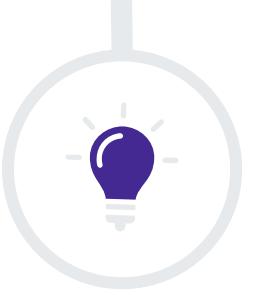
Il benchmarking rispetto ad altri **marchi del vostro settore** è un buon modo per determinare un **tasso di commissione equo** e la vostra posizione nel mercato.

Potete controllare **le commissioni** dei vostri concorrenti guardando il loro profilo di inserzionisti attraverso [l'elenco degli inserzionisti](#) di o le **percentuali di cashback** mostrate sui siti web di cashback.

Fornendo **i migliori** tassi di commissione del **settore**, il vostro marchio avrà la possibilità **di competere** con i marchi dei nomi più noti.

Test e apprendimento

Le migliori pratiche del settore



- È **consigliabile** un approccio di prova e apprendimento per capire quali sono i tipi di partnership che si **sposano bene con la vostra attività**.
- Molti dei principali editori del settore offriranno **ulteriori opportunità di esposizione** in cambio di un **aumento** delle commissioni, di offerte **forti o esclusive e/o di canoni di locazione (fissi)**.
- Chiedete agli editori di condividere i **media pack** che illustrano le diverse opzioni di **posizionamento onsite** e le tariffe.
- I vostri affiliati devono essere utilizzati in **modo strategico** per promuovere varie campagne promozionali. Utilizzate i [codici voucher](#) per **negoziare** in cambio **posizionamenti sul sito**. Assicuratevi sempre che la commissione offerta rientri nei vostri margini.
- È importante **tracciare i risultati e analizzare le prestazioni** per capire cosa funziona e cosa no. Non tutti gli editori avranno le stesse performance a causa dei diversi target di riferimento, quindi è importante testare e imparare con i vostri affiliati più performanti.

Manutenzione del programma

Attività di pulizia settimanale

Checklist degli step necessari per avviare un programma di successo

- Carica le promozioni o i codici sconto con lo strumento **Le mie offerte**. Tale strumento può essere trovato nella sezione **Strumenti > Le mie offerte**. Raccomandiamo di caricare qualsiasi offerta always on (che non ha data di scadenza) in questa sezione (ad esempio: Spedizione gratuita per ordini superiori a 30€), in modo che gli affiliati abbiano sempre qualcosa da promuovere per tuo conto. Puoi trovarli maggiori informazioni qui e un video tutorial qui.

- Controlla gli editori consigliati e invita i più interessanti sul tuo programma. Usiamo un algoritmo per abbinarti agli affiliati che pensiamo siano maggiormente adatti a te. Li trovi sotto la scheda „**Recommended**“ della Directory Publisher. Per migliorare i suggerimenti dell'algoritmo, puoi dare una valutazione alle loro prestazioni.

Lista di controllo per un lancio di successo

- Suggerimenti su come gestire un programma senza intoppi

Elenco delle cose da fare per gli inserzionisti

To do List

-  Il profilo Awin è completo al 75%
-  330 publisher in attesa di approvazione
-  1 offerta è scaduta. Eliminala.



La dashboard inserzionisti è la prima pagina visualizzata dopo aver fatto clic per visualizzare il proprio account dalla dashboard utente principale.

Quest'area fornisce un **chiaro riepilogo dell'attività svolta** sul vostro account nell'ultimo mese, oltre a un elenco di attività da eseguire per **Mantenere il vostro account in perfetta efficienza**.

Advertiser To Do List



L'Elenco delle cose da fare vi informerà di completare le seguenti attività: Validate commissions

- ➔ Convalidare le commissioni
- ➔ Indagare sulle richieste di transazione
- ➔ Approvare nuovi editori
- ➔ Rimuovere le offerte scadute



L'elenco delle cose da fare è stato progettato per **aiutarvi a visualizzare le attività più importanti da completare** sul vostro account.

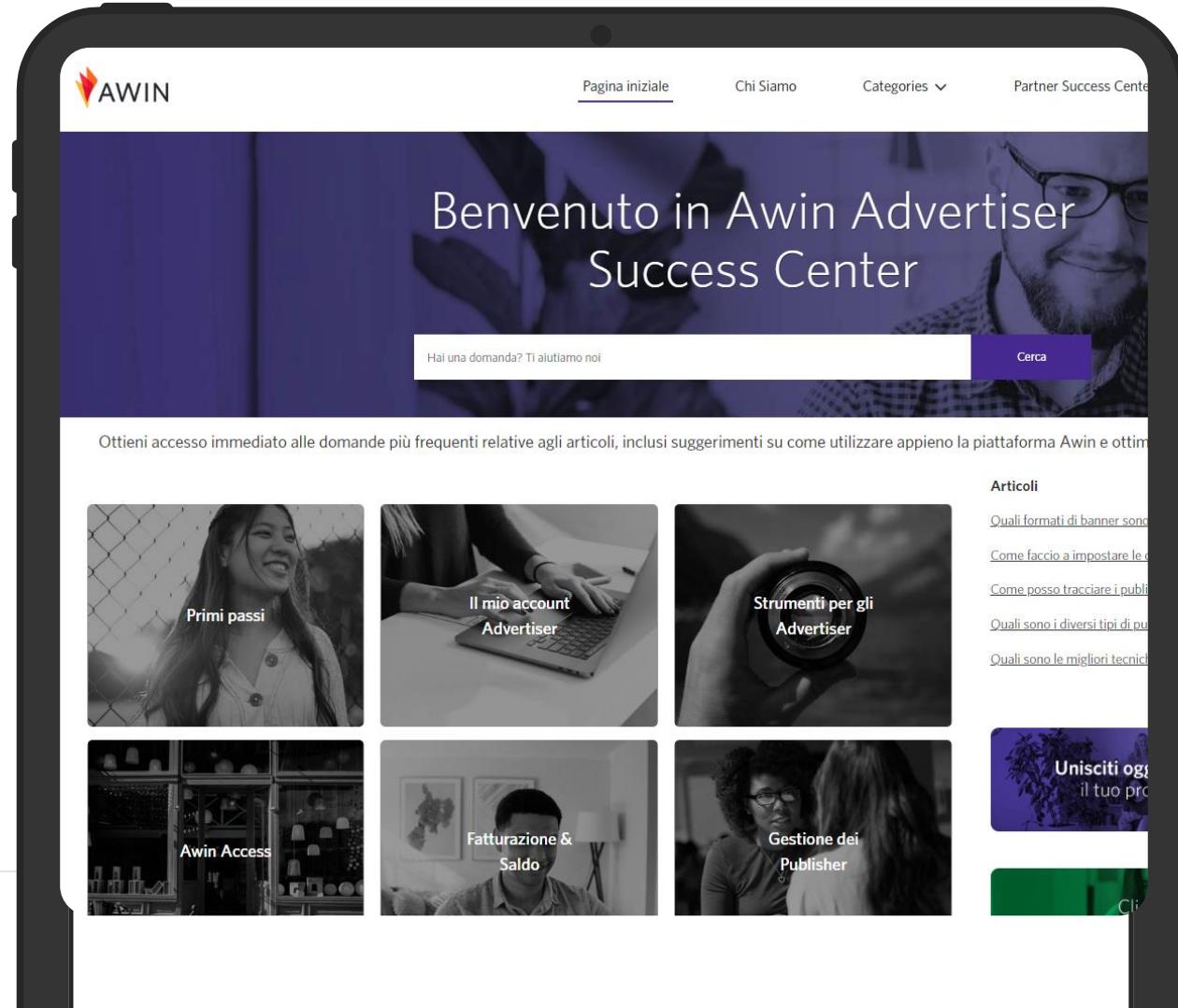


Monitorare questo dato **settimanalmente per mantenere** l'account e gestire un programma **di successo.**

Risorse e supporto



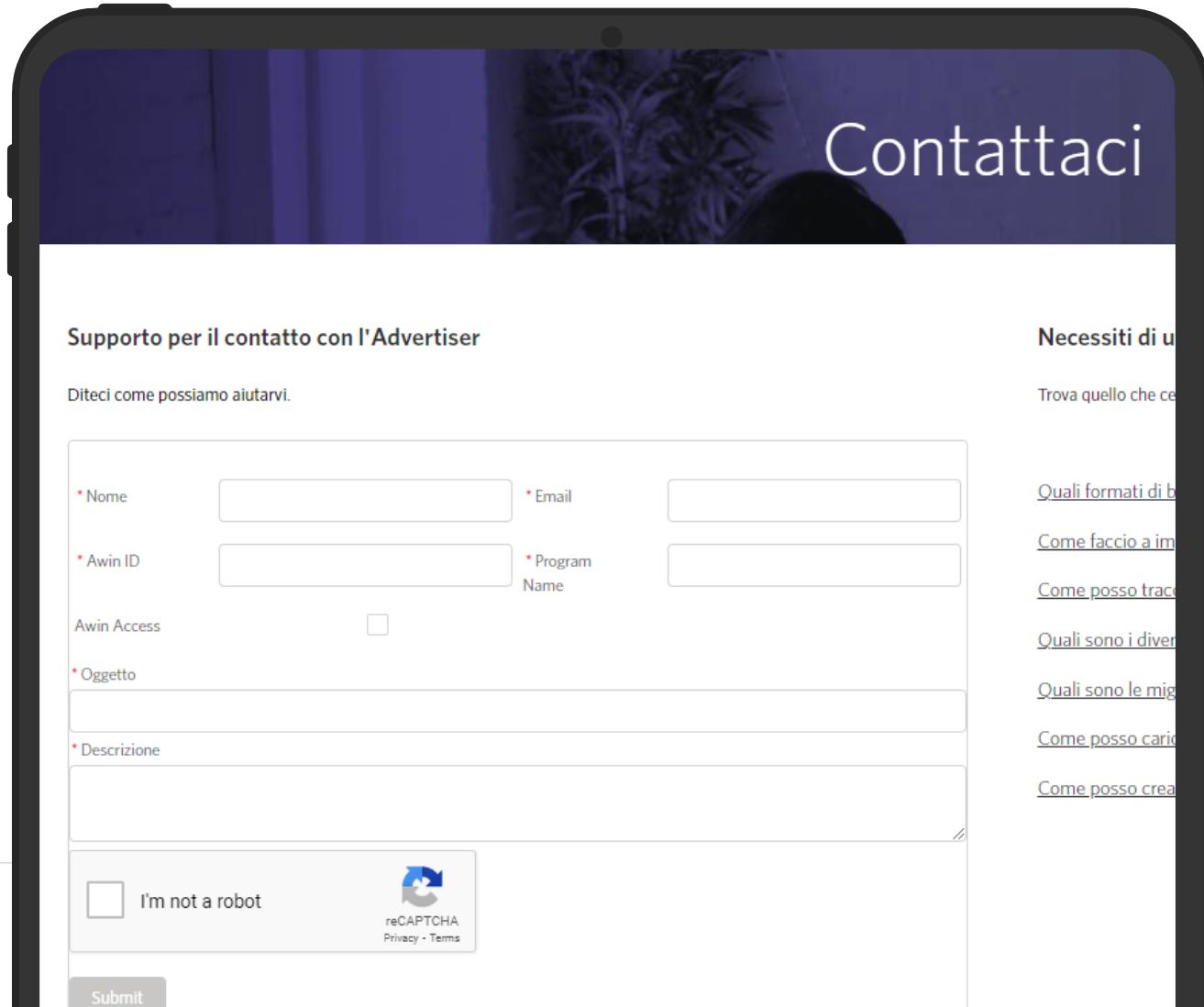
Risorse di accesso Awin



Centro di successo per gli inserzionisti

- Articoli sulle domande più frequenti
- Consigli su come utilizzare appieno la piattaforma Awin e ottimizzare le campagne di affiliazione

Risorse di accesso Awin



The screenshot shows the 'Contattaci' (Contact us) page of the Awin website. The page has a purple header with the title 'Contattaci'. Below the header, there's a section titled 'Supporto per il contatto con l'Advertiser' (Support for contacting the advertiser). It includes fields for 'Nome' (Name), 'Email', 'Awin ID', 'Program Name', 'Awin Access' (checkbox), 'Oggetto' (Subject), 'Descrizione' (Description), and a 'reCAPTCHA' field. At the bottom, there's a 'Submit' button.

Contatta l'assistenza agli inserzionisti

- Per parlare con un membro del servizio di assistenza, inviate un ticket di assistenza tramite la pagina Contattaci.

Risorse di accesso Awin



[Tutorial su
YouTube](#)



[Centro webinar
per le piccole
imprese](#)

Risorse di accesso Awin



Come utilizzare
Awin



Approfondimenti
di mercato



Grazie

