

Affiliate-Trend-Report 2017: 88% der werbetreibenden Unternehmen rechnen mit steigenden Umsätzen in 2017

In Zusammenarbeit mit dem Branchen-Portal Affiliateblog.de hat die Online-Marketing-Agentur xpose360 eine Umfrage unter knapp 1.800 Affiliates, Merchants, Agenturen und Netzwerken durchgeführt, um dabei die wichtigsten Trends im Affiliate-Marketing für 2017 zu ermitteln.

Augsburg, 24.01.2017 – Als die größten Trends in 2017 sehen die Affiliates mit 80% den weiteren Anstieg des mobilen Traffics, gefolgt mit je 50 % vom steigenden Traffic über Social-Media, dem Cross-Device-Tracking sowie den zunehmenden Problemen beim Ranking der Seiten bei Google durch weitere Filter und Updates.

Herausforderungen und Probleme in 2017 erwarten die Affiliates mit 80% v.a. bei den schlechten Conversionrates bei den Merchants, gefolgt vom fehlenden Mobile-Tracking bei den Merchants mit 78%. Zudem sehen 50% der Affiliates Probleme durch Last-Cookie-Wins-Vergütungen und fehlendes Cross-Device-Tracking.

Aus Sicht der Merchants ist mit 56% das Influencer-Marketing als neuer Teil des Affiliate-Marketing das größte Trend-Thema in 2017. Gefolgt von Cross-Device-Tracking mit 50% sowie Attribution und Customer-Journey-Tracking, ebenfalls mit 50%.

Umsatzprognosen für 2017

Als weiterhin sehr positiv betrachten sowohl Affiliates als auch die Merchants die weitere Umsatz-Entwicklung im Affiliate-Marketing. Bei den Affiliates rechnen 60% mit mehr Umsatz als in 2016. Bei den Merchants sind es sogar 88% der werbetreibenden Unternehmen, die in 2017 höhere Einnahmen erwarten. Allerdings kalkulieren bei den Agenturen und Netzwerken hingegen nur 48% mit höheren Umsätzen.

Die bedeutendsten Publisher-Modelle in 2017

Für die Merchants sind mit 80% nach wie vor die Content-Seiten die wichtigsten Publisher-Modelle in 2017. Gefolgt von den Preisvergleichen mit 50% und dem neuen Publisher-Modell Influencer-Publisher mit 31%.

Auf die Frage, ob Merchants ihren Affiliates zusätzlich zum klassischen CPO-Provisionsmodell auch einen WKZ oder eine Hybrid-Provision bezahlen, haben dies allerdings nur 40% bestätigt, obwohl gerade aufgrund des zunehmenden

Qualitätsanspruchs und der damit verbundenen Qualität eine fairere Vergütung der Affiliates die Folge sein müsste.

Customer-Journey-Tracking und Cross-Device-Tracking

Die Frage, ob die Merchants bereits ein Customer-Journey-Tracking zu Bewertung der verschiedenen Online-Marketing-Kanäle nutzen, haben 31% bejaht und 38% haben es für 2017 geplant. Allerdings haben auch 31% der Merchants angegeben, dass sie derzeit noch kein übergreifendes User-Journey-Tracking verwenden.

Als Gründe dafür, warum sie noch kein CJ-Tracking einsetzen, nannten 63% der Merchants, dass die technische Integration hierfür zu aufwändig sei, gefolgt von zu wenig Zeit dafür und dass der Kosten/Nutzen-Effekt dafür in keinem Verhältnis stehe.

Aufgrund des steigenden Mobile-Traffics wird auch das Cross-Device-Tracking immer wichtiger. Derzeit nutzen allerdings 58% der Merchants noch kein Cross-Device-Tracking. Lediglich 31% haben bereits ein Tracking im Einsatz und 13% haben es für 2017 geplant.

Auch ein lückenloses Tracking ist hinsichtlich der Mobile-Entwicklung elementar. 44% der Merchants haben hierzu bereits ein Mobile-Tracking der Affiliate-Netzwerke integriert und 31% haben es für 2017 geplant. Zudem stellen bereits 63% Mobile-Werbemittel zur Verfügung und 25% haben es für 2017 geplant.

Fazit der Trend-Umfrage

Markus Kellermann, Geschäftsführer der xpose360 GmbH, bewertet die derzeitige Entwicklung der Affiliate-Branche sehr positiv: "Wenn 88% der Merchants mit steigenden Umsätzen für 2017 planen, ist das ein eindeutiges Indiz für eine positive Entwicklung der Branche. Auch wenn manche Unternehmen noch Nachholbedarf in der technischen Umsetzung von Customer-Journey-Tracking und Cross-Device-Tracking haben, stehen die Zeichen auf Wachstum. Dennoch sollten sich die Merchants Gedanken über eine neue Provisions-Strategie machen. Gerade wenn man weiterhin mit qualitativen Content-Publishern oder Influencer-Affiliates zusammenarbeiten möchte, ist es wichtig, dass neben dem klassischen CPO der qualitative Traffic auch über eine zusätzliche WKZ- oder Hybrid-Provision vergütet wird."

Die kompletten Umfrageergebnisse sowie zahlreiche Experten-Meinungen aus der Affiliate-Branche können Sie kostenlos als Whitepaper heruntergeladen unter: <http://www.xpose360.de/news-trends/case-studies/trends-affiliate-marketing-2017/>

Die Diagramme der Umfrage finden Sie hier zum Download:

https://brain.xpose360.de/public/index.php?path_info=s%2Ffiles%2Fa82u2W0tAw1Ay

Über die xpose360 GmbH:

Die xpose360 GmbH ist eine Digital-Marketing-Agentur aus Augsburg. Das Ziel ist die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie IMPULS Finanzmanagement AG, L´TUR, Singapore Airlines, Yello Strom, NORMA und Peter Hahn.

xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche SEO, PPC-Marketing und Affiliate-Marketing. Zudem organisiert xpose360 mit der Affiliate Conference, dem Affiliate Innovation Day und der digital tomorrow zahlreiche Events im Search- und Affiliate-Bereich.

Mit einem leistungsstarken Team von 35 Mitarbeitern stehen vor allem der serviceorientierte Gedanke sowie die proaktive Betreuung im Zentrum der Maßnahmen.

www.xpose360.de

Pressekontakt xpose360 GmbH:

Anne Pfeiffer

xpose360 GmbH

Am Silbermannpark 2

86161 Augsburg

Fon. +49 (0) 821-45528915

eMail: a.pfeiffer@xpose360.de