

Affiliate marketing

Založení partnera

1. Spusťte modul **Prodej** a zde vyberte aplikaci **Provizní partneři**.
2. Vytvořte nového pomocí tlačítka **Nový** v panelu nástrojů.
3. **Partnera** pojmenujte (zadejte i interní název, který se používá pro konstrukci URL odkazů) a vyberte společnost, do které patří (pomocí tlačítka plus nalevo od políčka můžete rovnou založit novou). Vyberte měnu, ve které bude partnerovi vyplácena provize. Dále můžete nastavit, ke kterému dni v měsíci mu chcete odměnu vyplácet.
4. Partnera **uložte**. **Nejedná se o změnu**, která se ukládá do **projektu**.

Vytvoření kampaně

V BizBoxu existují tři typy affiliate kampaní:

- **Slevové kupóny** - můžete svým partnerům vytvořit slevové poukazy (vouchery), které budou distribuovat mezi potenciální zákazníky. Ve chvíli, kdy zákazník nakoupí a použije partnerův voucher (kód), získá partner provizi. Pokud chcete vytvořit tento typ kampaně, musíte jít nejdříve do modulu Ceny a zde v aplikaci Slevové poukazy vytvořit nový záznam a především jednotlivé kódy, které budete partnerům distribuovat. Pro každého partnera je nutné mít zvláštní (vlastní) sadu kódů, aby bylo možné odlišit, který partner má provizi získat. Po vytvoření voucherů je nutné schválit projekt, abyste s nimi mohli následně pracovat v affiliate marketingu při vytváření kampaní.
- **Webová kampaň** – partnerovi vygenerujete unikátní URL odkazy, které může použít na svém webu. Pokud potenciální zákazník přijde na web partnera, před odkaz se dostane na váš e-shop a nakoupí, dostane partner provizi.
- **Kontakťová kampaň** – partnerovi přiřadíte konkrétní kontakty (z aplikace Kontakty) a v případě, že takový kontakt splní kampaňový cíl, je partnerovi přiznána definovaná provize.

1. Spusťte modul **Prodej** a zde vyberte aplikaci **Kampaně**.
2. Kliknutím na tlačítka **Nový** v panelu nástrojů se zobrazí nabídka typů kampaní, které můžete vytvořit (webová, kontakťová nebo s použitím předem vytvořených slevových kupónů).
3. Následně zvolíte z nabídky **konkrétního partnera**, pro kterého kampaň tvoříte (nebo založíte nového pomocí tlačítka plus). Zadejte název kampaně a případně i krátký komentář.
4. Nastavte dobu platnosti, pokud je kampaň aktivní bez zadaných dat, bude aktivní do doby, než ji manuálně vypnete.
5. Konverze vzniklé z této kampaně můžete **schvalovat automaticky** nebo ručně v aplikaci Konverze (nastavení Automatické schválení). Nastavení Dny od skončení je přístupné pouze pro webové kampaně a určuje, kolik dní po ukončení (zneaktivnění) kampaně se bude konverze ještě počítat (opatření pro případy, kdy partner zákazníka skutečně na web přivede, ale zákazník nějakou dobu s nákupem otálí a nakoupí až později). V sekci Weby vyberete ty, na kterých má být kampaň aktivní.

6. Na druhém tabu **Cíle kampaně** musíte přidat cíl, kterého musí návštěvník (přivedený partnerem) stránek dosáhnout, aby došlo ke splnění konverze. Aktuálně je jím pouze **nová objednávka** (aby došlo ke konverzi, objednávka musí být označena jako **zaplacená**). Pro kampaň se slevovými kupony je nutné též vybrat **sadu kupónů** (předem vytvořených).
7. Pro cíl lze též určit, zda se má jeho vyhodnocení omezit jen na určitý **partnerský klub**. V případě, že nějaký klub vyberete a objednávka bude odeslána zákazníkem, který do daného klubu nepatří, ke splnění cíle nedojde. Pokud necháte toto pole prázdné, nebude se partnerský klub v rámci vyhodnocení cíle vůbec aplikovat.
8. U cíle zároveň musíte nastavit **výpočet odměny** z uskutečněné objednávky. Můžete zadat konkrétní částku nebo procentuální odměnu z celkové částky objednávky. Navíc je k dispozici **Konverzní vzorec**, pomocí kterého si můžete přesně definovat výpočet odměny. Klikněte na tlačítko Editor a otevře se nové okno, kde jsou vypsány všechny parametry, které můžete ve vzorci použít. Pokud jim doplníte testovací hodnoty, můžete vidět, jakým způsobem se bude provize počítat.
9. **Nastavení platnosti** umožňuje **opakovat provizi** na následující objednávky zákazníka, který cíl v rámci kampaně již jednou splnil. Odměna za zákaznickou odměnu se bude vypočítávat po dobu, kterou zde nastavíte (ve dnech).

Nyní se již nastavení typů kampaní mírně liší.

Webová kampaň

10. Pokud chcete partnerovi poskytnout více rozdílných odkazů (například pro různé weby nebo pro různé bannery v rámci jednoho webu), na tabu **Zdroje kampaní** zadejte jejich názvy a případně krátké komentáře.
11. Kampaň uložte.
12. Na tabu **Odkazy** kampaně se vygenerují URL adresy, které předáte svému partnerovi. Aby došlo ke konverzi, musí návštěvník přistoupit na stránky přes jeden z odkazů a splnit cíl definovaný na tabu Cíle kampaně.

Kampaň se slevovými kupóny

6. Zde je rozdíl pouze v tom, že v rámci cíle musíte vybrat **konkrétní sadu slevových poukazů**.
7. Záznam uložte.

Kontaktní kampaň

6. Na tabu **Kampaňové kontakty** vyberte pomocí tlačítka Přidat jednotlivé kontakty z aplikace Kontakty. Kampaň se bude vyhodnocovat pouze v případě, že objednávku vytvoří jeden ze zde vybraných kontaktů.

Není potřeba schvalovat projekt, nastavení a práce s partnery není součástí projektových změn.

Konverze

V aplikaci **Konverze**, kterou najdete v modulu Prodej, jsou zobrazeny všechny uskutečněné konverze od všech partnerů z vašeho účtu. Údaje v aplikaci se obnovují **jednou za hodinu**.

Pokud jste v rámci některé z kampaní nastavili, že chcete konverze schvalovat ručně, musíte v této aplikaci v sloupci Schváleno konverze potvrdit (nebo je nechat nepotvrzené v případě, že konverzi nechcete uznat a partnerovi za ni vyplatit provizi).

Provize

Aplikace provize se nachází v modulu Prodej a jsou v ní vypsány všechny **provize**, které **máte zaplatit** partnerům.

Provize se počítají dle nastavení partnera (fakturační období) a kampaní (můžete nastavit, že provize bude počítána až po dosažení určitého počtu konverzí).

Jakmile provizi partnerovi vyplatíte, jednoduše ji ve sloupci Zaplacená označíte kliknutím na záznam jako zaplacenou.

Statistiky

V aplikaci statistiky (modul Prodej) je k dispozici přehled provizí spolu s grafem a možností exportu dat.

Priorita přiřazení cíle kampaně

Může dojít k situaci, kdy vytvořená objednávka **spadá pod více typů kampaní**. V takovém případě se provize přiřadí ke kampani dle této priority:

1. Kontaktní kampaň
2. Kampaň se slevovými kupony
3. Webová kampaň
4. Prodloužení kampaně.

V praxi to tedy bude tak, že pokud se aplikuje více affiliate kampaní zároveň, bude vybrána pouze ta s nejvyšší prioritou (dle seznamu výše). Pokud tedy zákazník použije kampaňový slevový kupon a zároveň je uveden jako kontakt u jiné kampaně, bude objednávka přiřazena pouze ke kontaktní (a nikoliv kuponové) kampani.

Vyhodnocení cílů

Splněný cíl se vybírá následovně:

1. Kampaň musí být aktivní.
2. Kampaň musí být aktivní pro danou webovou stránku, ze které objednávka pochází.
3. Je splněn cíl kampaně (aktuálně se jedná o novou objednávku).
 - a. Kampaň se slevovými kupóny – na objednávku musí být aplikován platný slevový poukaz, který je spárován s cílem kampaně.
 - b. Webová kampaň – zákazník musí na web přistoupit přes odkaz definovaný u kampaně.
 - c. Kontaktní kampaň – zákazník, který objednávku odeslal, musí být uveden ve výčtu kontaktů v nastavení kampaně.
4. Měna objednávky odpovídá měně, která je nastavená u kampaně.
5. Partnerský klub, který byl použitý na objednávce, odpovídá partnerskému klubu, který je nastaven u kampaně. Pokud není v rámci kampaní nalezena taková, která má nastaven odpovídající partnerský klub, vyhledá se kampaň bez nastaveného partnerského klubu.



BizBox, s.r.o.

Roubalova 383/13, Stránice
602 00 Brno
Česká republika

IČO 293 52 568
DIČ CZ 293 52 568

+420 725 268 999
info@bizbox.cz
www.bizbox.cz