MODUL:

AFFILIATE MARKETING

- 40 Unterrichtseinheiten
- Online
- 10 Tage



CERTURIA

Tag 1 — Einführung in das Affiliate-Marketing

UE 1	Definition und Akteure: Die Rollen von Advertiser (Merchant), Publisher (Affiliate), Netzwerk und Endkunde.
UE 2	Historie und Funktionsweise: Vom Empfehlungsmarketing zum datengestützten Performance-Kanal.
UE 3	Provisionsmodelle im Überblick: Pay-per-Click, Pay-per-Lead und Pay-per-Sale.
UE 4	Vorteile für Unternehmen: Risikominimierung durch erfolgsbasierte Vergütung und Reichweitensteigerung.

Tag 2 — Affiliate-Marketing-Modelle und Arten

UE 1	Publisher-Typen: Analyse von Content-Seiten, Gutscheinportalen, Cashback-Systemen und Preisvergleichern.
UE 2	Nischen-Marketing vs. Massenmarkt: Strategien zur Auswahl der passenden Partner für unterschiedliche Produkte.
UE 3	Influencer als Affiliates: Besonderheiten bei der Zusammenarbeit auf Social-Media-Plattformen.
UE 4	B2B-Affiliate-Systeme: Spezielle Anforderungen und Lead-Zyklen im Geschäftskundenbereich.

Tag 3 — Auswahl und Zusammenarbeit mit Affiliate-Partnern

UE 1	Akquise-Strategien: Wie Unternehmen die richtigen Publisher finden und für ihr Programm gewinnen.
UE 2	Vertragsgestaltung und Konditionen: Festlegung von Provisionsstufen und Werberichtlinien.
UE 3	Partner-Management: Aufbau langfristiger Beziehungen und Bereitstellung von hochwertigen Werbemitteln.
UE 4	Kommunikation im Netzwerk: Nutzung von Newslettern und Dashboards zur Partner-Aktivierung.

Tag 4 — Display- und Programmatic Advertising im Affiliate-Kontext

UE 1	Zusammenspiel von Display-Ads und Affiliate-Links: Visuelle Reize zur Steigerung der Klickrate nutzen.
UE 2	Retargeting im Affiliate-Marketing: Wie Nutzer nach dem ersten Kontakt gezielt wieder angesprochen werden.
UE 3	Dynamic Creative Optimization: Automatisierte Anpassung von Bannern an das Nutzerverhalten.
UE 4	Zurechnungsproblematik: Herausforderungen bei der Attribution von Display-Kontakten im Sales-Prozess.

Tag 5 — Programmatic Advertising

UE 1	Grundlagen des Real-Time-Biddings (RTB) im Bereich der automatisierten Anzeigenplatzierung.
UE 2	Technisches Ökosystem: Verstehen von Demand-Side-Plattformen (DSP) und Supply-Side-Plattformen (SSP).
UE 3	Datengetriebenes Targeting: Einsatz von First-Party und Third-Party Daten zur Minimierung von Streuverlusten.
UE 4	Vorteile der Automatisierung: Effizienzsteigerung und Skalierbarkeit von Werbekampagnen.

Tag 6 — Integration von Affiliate-Links in Display-Anzeigen

UE 1	Technische Umsetzung: Einbettung von Tracking-Parametern in grafische Werbemittel.
UE 2	Deep-Linking: Warum die direkte Verlinkung auf Produktseiten die Conversion-Rate signifikant erhöht.
UE 3	Tracking-Methoden: Von klassischen Cookies bis hin zu modernem Server-to-Server-Tracking.
UE 4	Mobile App Tracking: Besonderheiten bei der Verlinkung innerhalb von Smartphone-Applikationen.

Tag 7 — Entwicklung einer Affiliate-Marketing-Strategie

UE 1	Zieldefinition: Festlegung von Fokus-Metriken (z.B. Neukundengewinnung vs. Umsatzmaximierung).
UE 2	Budgetierung und Forecast: Kalkulation von Provisionskosten und erwarteten Erträgen.
UE 3	Konkurrenzanalyse: Benchmarking der Provisionsmodelle und Werbemittel des Wettbewerbs.
UE 4	Internationalisierung: Herausforderungen beim Rollout von Affiliate-Programmen in fremde Märkte.

Tag 8 — Optimierung von Affiliate-Kampagnen

UE 1	Performance-Analyse: Identifikation von Top-Performern und Low-Performern im Partner-Portfolio.
UE 2	Conversion-Rate-Optimierung für Publisher: Unterstützung der Partner durch exklusive Landingpages.
UE 3	A/B-Testing von Werbemitteln: Ermittlung der besten Banner-Designs und Text-Kombinationen.
UE 4	Incentivierung: Einsatz von Bonus-Staffeln und Wettbewerben zur Steigerung der Partner-Motivation.

Tag 9 — Betrugsprävention und Compliance

UE 1	Identifikation von Fraud: Erkennung von Cookie-Stuffing, Adware und gefälschten Leads.
UE 2	Rechtliche Rahmenbedingungen: DSGVO-konformes Tracking und Transparenzpflichten.
UE 3	Markenschutz (Brand-Bidding): Überwachung und Unterbindung von unerlaubter Werbung auf den Markennamen.
UE 4	Einsatz von Anti-Fraud-Tools: Automatisierte Überwachung der Lead-Qualität und Partner-Aktivitäten.

Tag 10 — Zukunft des Affiliate-Marketings

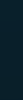
UE 1	Einfluss der Cookie-Löschung: Strategien für eine 'Post-Cookie-Ära' und First-Party-Tracking-Lösungen.
UE 2	KI im Affiliate-Management: Automatisierte Partner-Vorschläge und prädiktive Performance-Analysen.
UE 3	Social Commerce und Live-Shopping: Neue Formate für die Integration von Affiliate-Modellen.
UE 4	Abschlussreflexion: Die Rolle des Affiliates als ganzheitlicher Berater und Markenbotschafter.

BNL
Bildung next Level

Weiterbildung

Du hast Fragen?
Wir beantworten sie gerne per Telefon, E-Mail oder Chat.

+49 (0) 89 244 150 880
info@bildung-next-level.de



Andreas Handrick
Leiter Vertrieb