Direktpartnerschaft

- Direktpartnerschaft

Direktpartnerschaft

Besteht eine Direktkooperation zwischen Advertiser und Publisher ist kein weiteres Netzwerk für die Erfassung der Transaktionen notwendig.

Publisher Direktkooperation:

Wenn der Publisher eine Direktkooperation anbieten, bindet er unterschiedliche Advertiser in seinem Programm an. Diese verbauen den entsprechenden Code auf ihrer Seite und die Transaktionen werden der entsprechenden Kampagne zugeordnet. Hieraus wird später dem Publisher ersichtlich, wie stark der entsprechende Advertiser beworben wurde und kann entsprechenden vom Advertiser vergütet werden.

Notwendig für die Implementierung einer Direktkooperation ist mindestens:

- Einbau des Trackingcodes auf der Seite des Advertisers.

Advertiser Direktkooperation:

Wenn der Advertiser eine Direktkooperation anbietet, ermöglicht er Publishern sich in seinem Netzwerk zu registrieren und bietet diesen Werbemittel an, welche sie auf ihren Seiten verbauen können. Anhand der Werbemittel kann die Werbeleitung erfasst werden, welche die Publisher für den Advertiser leisten.

Notwendig für Implementierung einer Direktkooperation ist mindestens:

- Werbemittel
- Einbau des Trackingcode auf der Seite des Advertisers (für die Erfassung der Transaktionen)