

Wie ganzheitliche Kampagnenanalyse Affiliate-Betrug verhindern kann

Affiliate-Marketing gehört heute zu den wichtigsten Vertriebskanälen für Online-Dienste und -Retailer. Jedoch wird dieses Marketinginstrument zunehmend Ziel von Betrügern. Mit Hilfe einer ganzheitlichen Kampagnenanalyse-Software, die die gesamte Customer Journey analysiert, lassen sich jedoch einige Betrugsformen effizient erkennen und verhindern. Dazu ist eine flexible Software-Lösung notwendig, die eine Ergänzung der Tracking-Rohdaten um weitere Attribute, wie z.B. Affiliate-IDs ermöglicht. Wie Anwender so bei den zwei häufigsten Betrugsformen die Betrüger schneller entlarven und Kosten sparen können, zeigen die folgenden Beispiele.

Brand Bidding

Fast immer ist den Affiliates das Buchen von Marken-Keywords untersagt. SEA-Texte und URLs werden dennoch immer wieder 1:1 von Betrügern kopiert und zu Höchstgebieten in Suchmaschinen gebucht. Bei diesem sogenannten Brand Bidding sichert sich der Affiliate über Besucherklicks auf die kopierte Markenanzeige eine Provision, die deutlich über dem bezahlten Klickpreis liegt. Moderne [Kampagnenanalyse](#)-Software ermöglicht es, diese Verstöße aufzudecken. Affiliates können damit leicht identifiziert, die genutzten Kanäle transparent gemacht und die Sales bis auf einzelne Affiliate-IDs zurückgeführt werden. Die gesamte Customer Journey des Kunden wird auf diese Weise aufgedeckt, so dass auch die gebuchten Keywords schnell sichtbar gemacht und auf den einzelnen Affiliate zurückgeführt werden können. Ein nützlicher Nebeneffekt dieser detaillierten Analyse: Im Longtail finden sich oft erfolgreiche Keywords, die Advertiser übernehmen können.

Cookie Dropping

Über iFrames oder andere Manipulationen können von Affiliates Cookies gesetzt und Werbemittelklicks generiert werden. Diese Klicks führen jedoch nicht zu einem Besuch auf der Zielseite, d.h. es wird keine Page Impression (PI) auf Advertiser-Seite ausgelöst. Generiert ein Affiliate also viele Klicks, aber keine PIs, liegt möglicherweise Betrug vor. Auch viele Post-Sales ohne direkte – in einem Kampagnenanalyse-System nachweisbare – Besuche sind ein Hinweis auf ggf. unrechtmäßig erzeugte Klicks. Affiliates werden dadurch unberechtigter Weise für jeden Besucher vergütet, der jemals auf der Seite des Affiliate war – ganz ohne Bezug zu einer Werbemaßnahme des Advertisers.

Maßnahmen

Zunächst muss ein Advertiser natürlich die Bedingungen, wie z.B. SEA-Verbot, im Partnerprogramm festlegen. Stellt er dann einen Betrug fest, sollte er den Affiliate direkt kontaktieren, warnen oder dessen Provisionen streichen.