

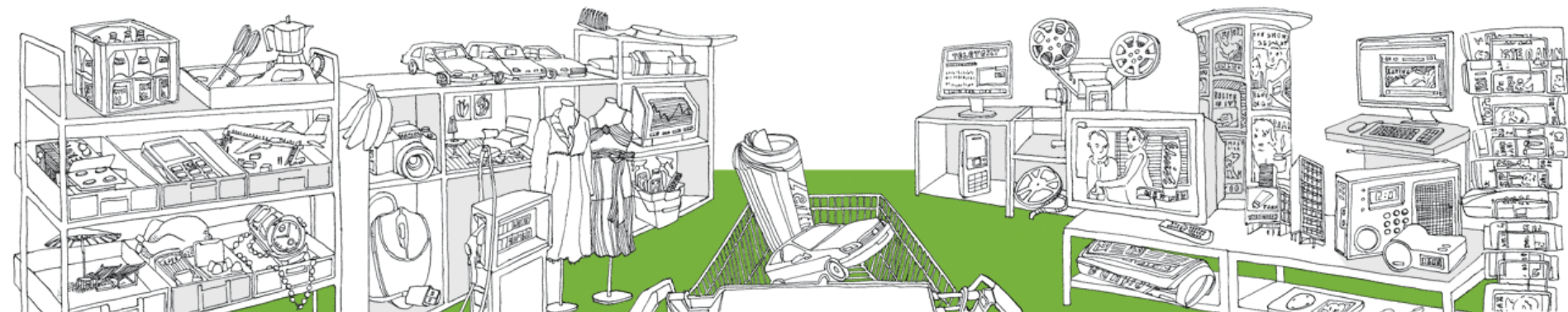


29.05.2013
**AFFILIATE
MARKETING** KONFERENZ
ZÜRICH

**MEDIA
FOCUS**

Brand Protect & Fraud Management

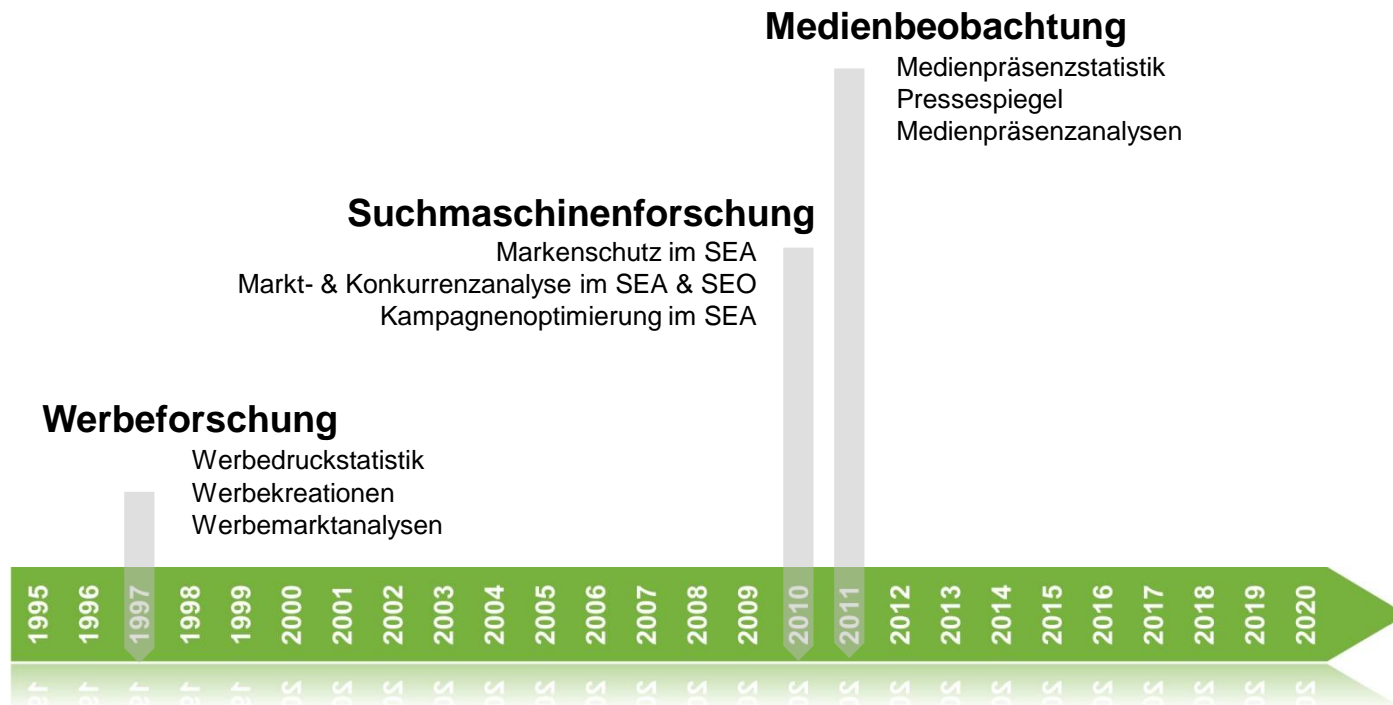
Michael Göldi – Product Manager Media Focus
Mittwoch, 29. Mai 2013



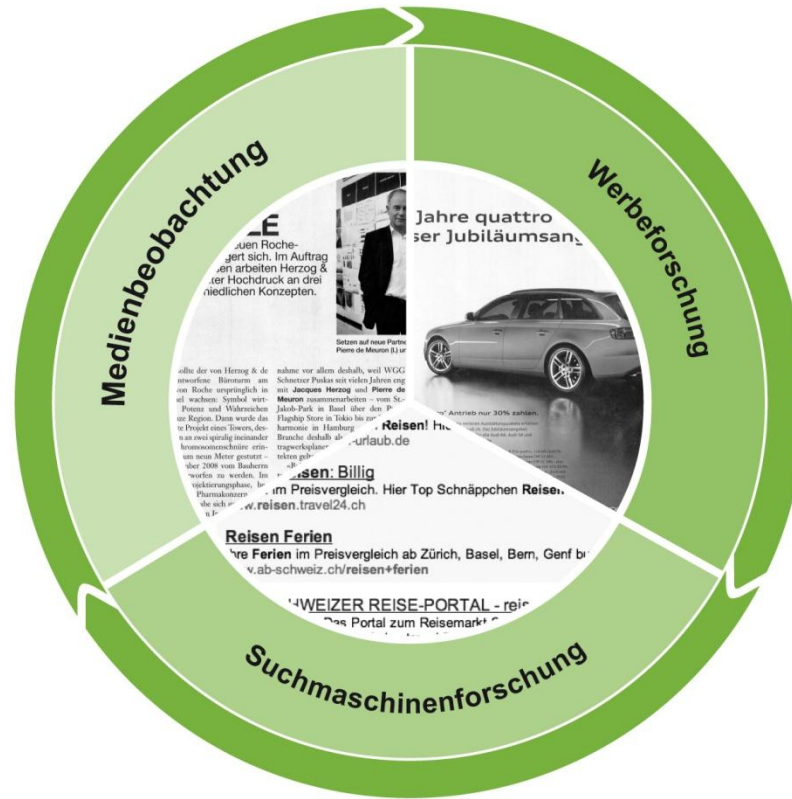
Inhalt

- Media Focus – Suchmaschinenforschung
- Brand Protect
- AdHijacking-Studie Schweiz von Media Focus & adresult
- Fraud Management – was kann man tun?

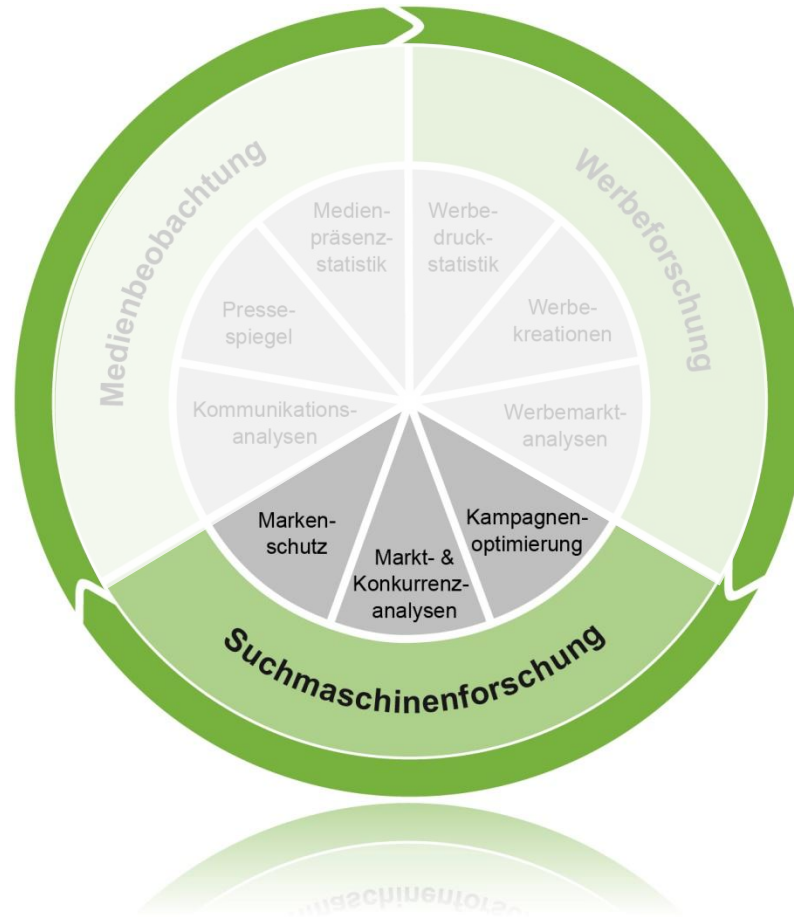
Unternehmensentwicklung



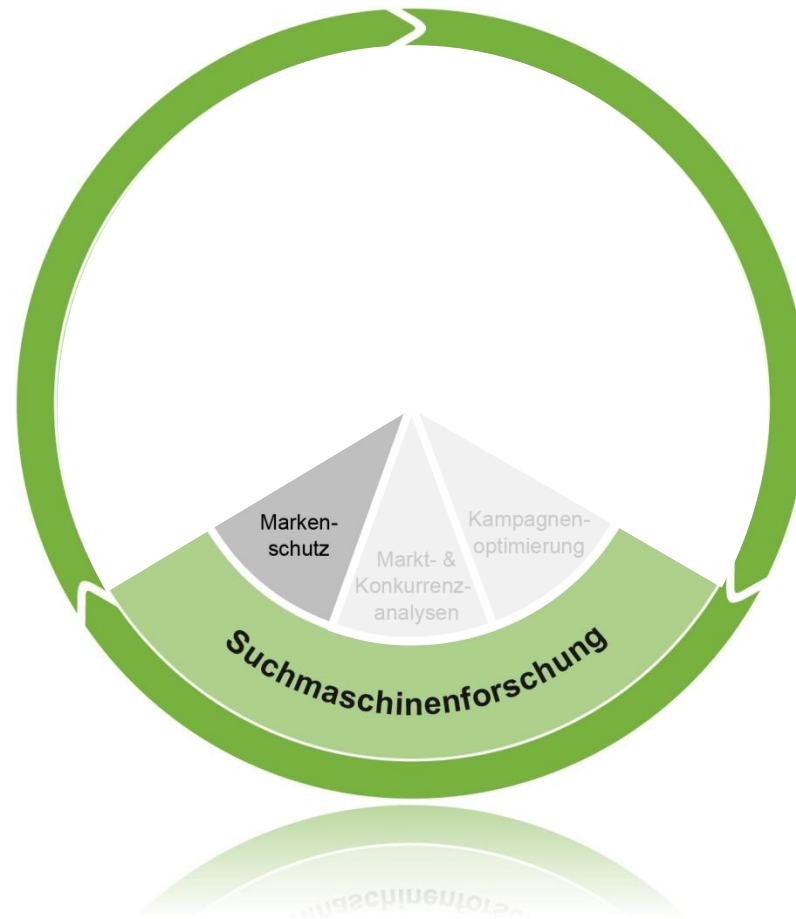
Dienstleistungsportfolio Media Focus



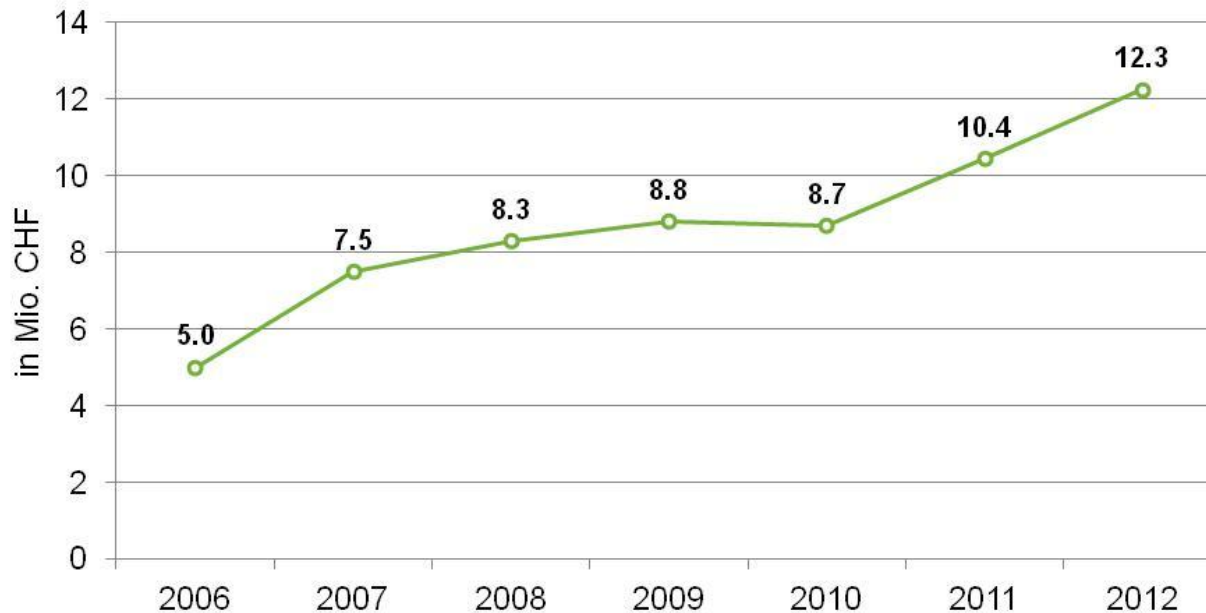
Dienstleistungsportfolio Media Focus



Dienstleistungsportfolio Media Focus



Bedeutung Affiliate Marketing Semester Report Online 2012



Affiliate Markt Schweiz:

12.3 Mio. CHF

Wachstum 2011/2012:

17.3%



⇒ 2% der Onlinewerbung (674.4 Mio. CHF)
⇒ 8% vom Werbemarkt Schweiz

Media Focus Brand Protect

Brand Protect

- Brandbidding
- Channel Monitoring
- AdHijacking

- Methodik
 - Crawling-Technologie: Lokale Abfragen weltweit
 - Live-Abfragen (keine Google Vorschau)
 - alle 3 Minuten auf den gängigen Suchmaschinen

powered by  XAMINE

MEDIA 
FOCUS

Brandbidding



Ihre Marke



Anzeigen zu Ihrer Marke

Ihre Anzeige

www.ihre_url.ch

Ihr Angebot, ihr Produkt, ihre Marke

Konkurrenzanzeige 1

www.mitbewerber_1.ch

Konkurrenzangebot, Konkurrenzprodukt, Konkurrenzmarke

Konkurrenzanzeige 2

www.mitbewerber_2.ch

Konkurrenzangebot, Konkurrenzprodukt, Konkurrenzmarke

Anzeigen

Konkurrenzanzeige 3

www.mitbewerber_3.ch

Konkurrenzangebot,
Konkurrenzmarke

Konkurrenzanzeige 4

www.mitbewerber_4.ch

Konkurrenzangebot,
Konkurrenzmarke

Konkurrenzanzeige 5

www.mitbewerber_5.ch

Konkurrenzangebot,
Konkurrenzmarke

Ihre Klicks

Ihre Top SEO-Suchergebnis

www.ihre_url.ch

Ihr Seiteninhalt, ihre Produkte

Klickverluste

Kategorisierung Klickverluste	Negativeffekte	Gegenstrategie
Brandbidding – legal	<ul style="list-style-type: none"> - Klickverluste - steigender CPC 	<ul style="list-style-type: none"> - Marktabsprachen - Information an Mitbewerber - Negativlisteneintrag
Brandbidding – illegal (nach Prüfung) Verwendung des Brands im Anzeigentext	<ul style="list-style-type: none"> - Klickverluste - steigender CPC - Markenbeschädigung 	<ul style="list-style-type: none"> - Mahnung - Google - Rechtsweg

Channel Monitoring

Google

Suche Ungefähr 32'100'000 Ergebnisse (0.21 Sekunden)

Alles
Bilder
Maps
Videos
Maps

Anzeigen zu bulgari Warum diese Anzeigen?

Bulgaris Parfums - Originalware günstig online kaufen
www.oswaldparfum.ch/
 Gratis-Versand ab Lager

Markenmode Online Shop | IMPRESSIONEN.ch
www.impressionen.ch/Bulgari
 Schicke Markenmode online shoppen. Sommerfeeling zum Bestellen!

Marionnaud hat sie alle - Top-Marken Online bestellen.
www.marionnaud.ch/Bulgari
 Einfach & bequem bei Marionnaud.

Markendarstellung auf der Landingpage

Home Warenkorb Kasse Anmelden

oswaldparfum.ch
 Top-Marken günstig online kaufen

Home » Bulgari » Damenduft

Markenauswahl

- Acqua di Biella
- Acqua di Parma
- ananné
- Aramis
- Biotherm
- Bobbi Brown
- Bois 1920
- Boucheron
- Bulgari**
- Damenduft**
- BLV II
- BLV pour Femme
- Eau Parfumée thé blanc
- Eau Parfumée thé rouge
- Eau Parfumée thé vert
- Jasmin Noir
- Mon Jasmin Noir
- Omnia Améthyste
- Omnia Coral
- Omnia Crystalline

BVLGARI
 THE NEW JEWEL CHARMS COLLECTION

BLV II	BLV pour Femme	Eau Parfumée thé blanc
Eau Parfumée thé rouge	Eau Parfumée thé vert	Jasmin Noir
Mon Jasmin Noir	Omnia Améthyste	Omnia Coral
Omnia Crystalline	Omnia Green Jade	Petits et Mamans
Pour Femme	Rose Essentielle	

Warenkorb
 Sie haben noch keine Artikel in Ihrem Warenkorb.

Werde ein Fan auf Facebook

Garantiert sicher einkaufen

McAfee SECURE
 GETESTET 28 JUNI

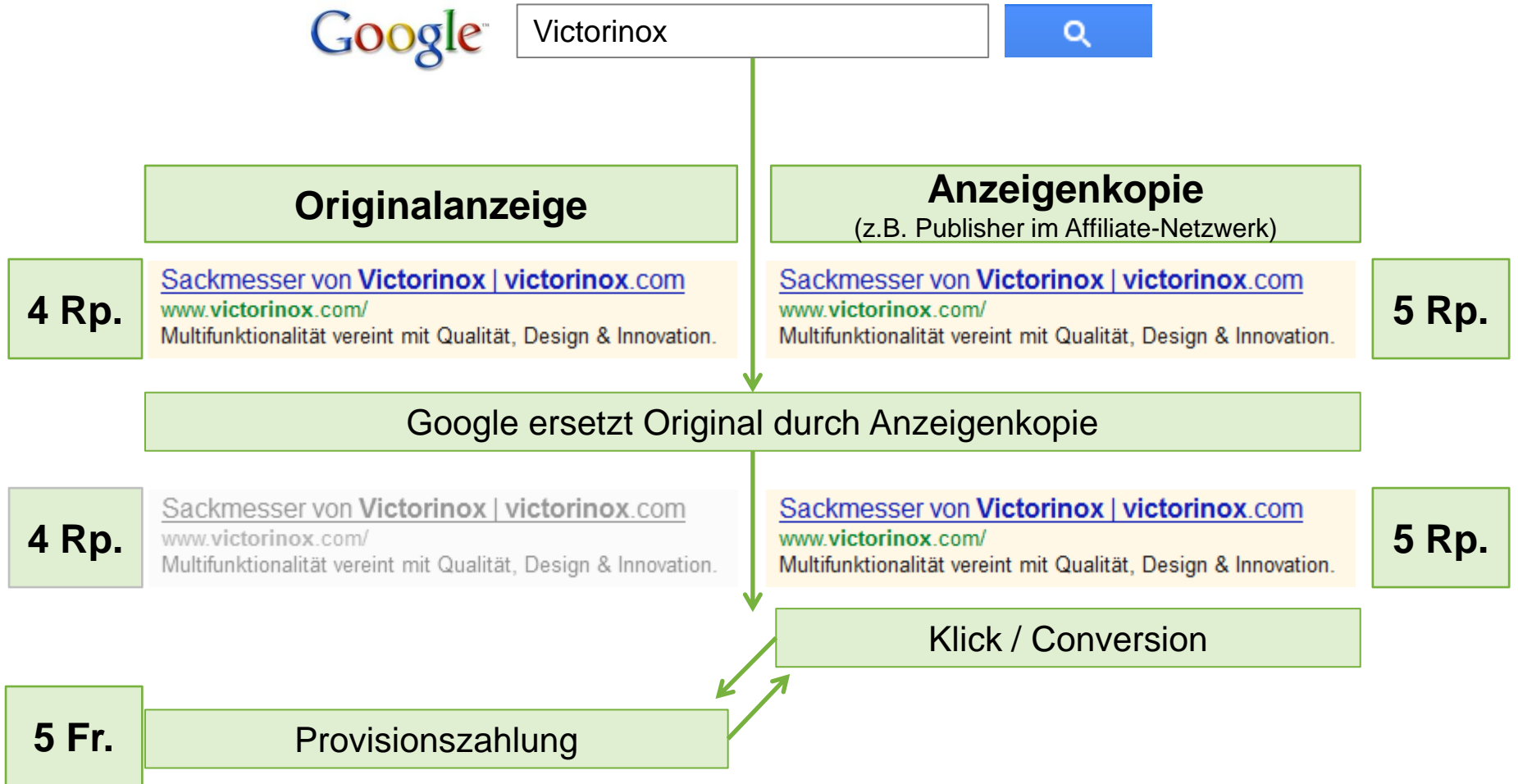
protected by Bot-Trap.de

kostenloser VERSAND

Bulgaris Parfums - Originalware günstig online kaufen
www.oswaldparfum.ch/
 Gratis-Versand ab Lager

Markenverwendung im Anzeigentext

AdHijacking



Media Focus / adresult
AdHijacking-Studie Schweiz

Methodik AdHijacking-Studie Schweiz

AdHijacking Studie	
Zeitraum	23.04.13 – 23.05.13 (31 Tage)
Suchmaschinen	Google, Bing, Yahoo!
Geräte	Laptops, Desktop, Mobile (nur Google)
Browser	Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome
untersuchte Marken, die Affiliate-Marketing betreiben	214
Keywordrichtlinie eingeschränkt/geschlossen/verboten	202 [94%]
Keywordrichtlinie offen/erlaubt	12 [6%]
Einschränkungen	<ul style="list-style-type: none">- Nur 1 Brand Keyword pro Advertiser- Abfrage mit deutscher Spracheinstellung des Crawlers

Ergebnisse



Anzahl Anzeigenkopien

230



betroffene Marken

53 / 25%



AdHijacking Fälle

70



mit Affiliate-Tracking-Link

46 / 65%

Branchenverteilung



Bekleidung / Wäsche

27%



Persönlicher Bedarf

7%



UE / Foto / Medien

23%



Detailhandel / Nahrungsmittel

4%



Freizeit / Sport / Tourismus

12%



Dienstleistungen / Versicherungen

4%



IT / Büro / Telco

10%



Kosmetik

4%



Einrichtung

9%

Verteilung Buchungszeiten



Bürozeiten

16%
(2'021h)

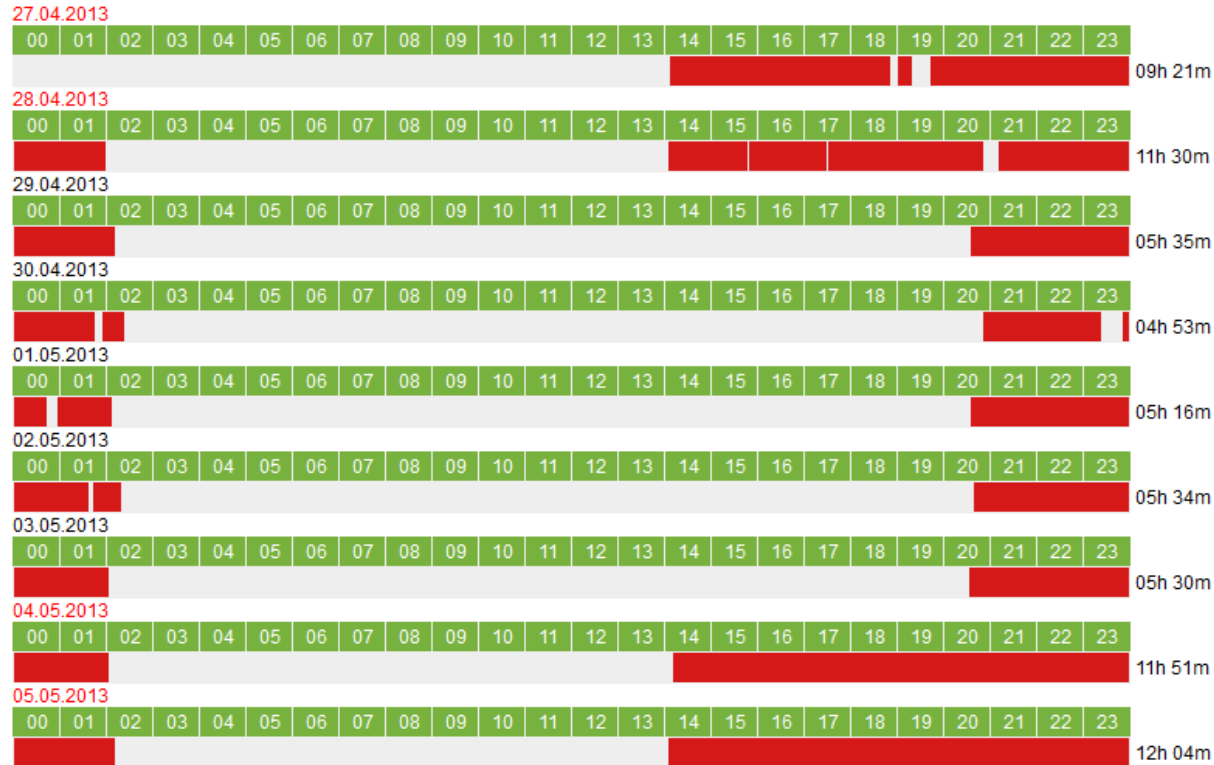
vs.



ausserhalb Bürozeiten
(Abend/Nacht/WE)

84%
(10'470h)

Buchungszeitenprofil eines AdHijackers



Buchungszeitenprofil eines AdHijackers



Herkunft AdHijacker



Schweiz

0%

vs.



Ausland

100%

Fraud Management – was kann man tun?

Denkbare Massnahmen

- Neutrale und unabhängige Kontrolle der Marke
- Bewertung des eigenen Schadenspotential
- Festlegung der Verantwortlichkeit für korrigierende Massnahmen: Kunde oder Netzwerk?
- Festlegung von Eskalationsstufen:
 - AdHijacker: Ausschluss aus Partnernetzwerk
 - Offene Provisionen stornieren
 - Ausbezahlte Provisionen rückfordern

Fazit

- Affiliate Marketing ja! Aber...
 - ...mit entsprechender Kontrolle
 - ...mit dem erforderlichen Know-How
 - ...und den entsprechenden Ressourcen

www.mediafocus.ch

