

Code of conduct ontdubbelen van transacties en conversieattributie

Introductie

Om nu en in de toekomst succesvol te zijn met affiliate marketing is het voor adverteerders essentieel om de juiste publisher(s) te belonen voor hun inspanningen. Omdat het correct meten, ontdebelen en toewijzen van transacties vele technische uitdagingen kent, presenteert het Platform Affiliate Netwerken (PAN) een code of conduct. Deze omvat richtlijnen om helderheid te scheppen en misstanden tegen te gaan.

Adverteerders met een affiliateprogramma werken vaak samen met meerdere affiliatenetwerken. Bij affiliate marketing krijgen het affiliatenetwerk en de publisher alleen een vergoeding als de bezoeker ook echt iets bij de adverteerder bestelt. Zowel het affiliatenetwerk als de publisher heeft er dus baat bij kwalitatief hoogwaardig verkeer door te sturen. Om te voorkomen dat een transactie bij meerdere affiliatenetwerken, en dus dubbel, wordt geregistreerd doen adverteerders vaak zelf aan ontdebelling. De meest door adverteerders gebruikte manier om transacties te ontdebelen is de Last Cookie Counts (LCC) methode.

Bij de LCC methode krijgt de publisher die als laatste de bezoeker naar de adverteerder heeft doorgestuurd de vergoeding toegewezen. Sommige adverteerders gaan verder en belonen één of zelfs meerdere publishers naar aanleiding van hun bijdrage aan een transactie (en dus niet alleen wie als laatste de bezoeker heeft doorgestuurd, zoals bij LCC het geval is). Dit wordt conversieattributie genoemd.

Het PAN staat niet negatief tegenover het belonen van publishers op basis van hun kwalitatieve bijdrage en wil in dit proces graag meedenken. Zij signaleert echter ook dat er misstanden zijn waarbij het toewijzen van transacties niet goed gaat en publishers ten onrechte geen vergoeding krijgen toegewezen. Het correct meten van de transactie en het toewijzen aan de juiste publisher(s) kent vele technische uitdagingen. Door het gebruik van steeds meer verschillende browsers, plugins, devices en door wet- en regelgeving wordt dit ook steeds ingewikkelder. Het correct meten en toewijzen van transacties is technologie waar de meeste affiliatenetwerken jarenlang aan ontwikkeld hebben en waar ook continu aan wordt doorontwikkeld. Goed meten en toewijzen is topsport waar niet iedere adverteerder of intermediair evenveel tijd of expertise in kan steken. Om dit in goede banen te leiden heeft het PAN besloten enkele spelregels op te stellen.

In deze code of conduct legt het PAN uit hoe adverteerders dienen te handelen. PAN heeft enkele strikte afspraken gemaakt hoe de code of conduct nageleefd gaat worden. Met deze code of conduct wil het PAN helderheid scheppen in de markt en misstanden tegengaan. Tevens verwacht het PAN dat deze code of conduct er aan bijdraagt dat bij adverteerders de noodzaak van correct ontdebelen duidelijker wordt. De juiste publisher(s) eerlijk belonen voor hun inspanningen is essentieel voor een adverteerder om nu en in de toekomst optimaal succes met affiliate marketing te behalen.

Code of conduct

De leden van het PAN gaan in de programmavooraan van de adverteerder communiceren als deze niet volgens de standaard methoden transacties toewijst of ontdubbelt tussen andere kanalen dan affiliate marketing. Deze programmavooraan zijn zichtbaar voor publishers die de adverteerder willen promoten.

Wat zijn de standaard methoden?

Onder standaard toewijsmethoden verstaat het PAN het volgende:

- 1) Het plaatsen van de reguliere conversiepixels van het affilatenetwerk op de bedankpagina van de adverteerder, waarbij bij iedere transactie de conversiepixel wordt aangeroepen en de geavanceerde meettechnologie van het affilatenetwerk kan bepalen of de transactie via een publisher van het affilatenetwerk is gegenereerd of niet. Als de adverteerder meerdere affilatenetwerken inzet, staan er verschillende conversiepixels bij elkaar, die elk bij iedere transactie worden aangeroepen.
- 2) LCC met catch all (ook wel LCC met Fall back genoemd). Deze methode houdt in dat bij binnenkomst van de bezoeker de adverteerder zelf de bezoeker 'oormerkt', en (na aanleiding van dit oormerk) alleen de conversiepixel aanroept van het affilatenetwerk dat als laatste de bezoeker heeft doorgestuurd. Indien er geen oormerk gevonden wordt, roept de adverteerder de conversiepixel van alle affilatenetwerken aan, zodat de geavanceerde meettechnologie van de affilatenetwerken alsnog haar werk kan doen. [Zie hier een voorbeeldscript hoe dit geïmplementeerd kan worden.](#)
- 3) Getoetste conversieattributie. Deze methode houdt in dat bij binnenkomst van de bezoeker de adverteerder zelf de bezoeker 'oormerkt'. Indien de bezoeker via meerdere publishers is doorgestuurd kan hier een verdeelsleutel op worden toegepast (voorbeeld: de publisher die hem voor het eerst heeft doorgestuurd krijgt 10 procent van de commissie, de tweede 30 procent, en de laatste 60 procent). Als er geen oormerk gevonden wordt, roept de adverteerder de conversiepixel van alle affilatenetwerken aan, zodat de geavanceerde meettechnologie van de affilatenetwerken alsnog haar werk kan doen.

Niet standaard methoden

Onder niet standaard methoden verstaat het PAN onder andere het volgende:

- 1) LCC zonder catch all. Deze methode houdt in dat bij binnenkomst van de bezoeker de adverteerder zelf de bezoeker 'oormerkt', en (na aanleiding van dit oormerk) alleen de conversiepixel aanroept van het affilatenetwerk dat als laatste de bezoeker heeft doorgestuurd. Indien er geen oormerk gevonden wordt, roept de adverteerder geen conversiepixel aan. Hierdoor kan de geavanceerde meettechnologie van de affilatenetwerken niet worden gebruikt. Er is een risico dat dit ten koste gaat van een juiste toewijzing. Daarom dient deze methodiek voortaan vermeld te worden in de programmavooraan van de adverteerder.
- 2) Conversieattributie. Deze methode houdt in dat bij binnenkomst van de bezoeker de adverteerder zelf de bezoeker 'oormerkt'. Indien de bezoeker via meerdere publishers is

doorgestuurd kan hier een verdeelsleutel op kan worden toegepast. Als er geen oormerk gevonden wordt, wordt er geen toewijzing gedaan. Hierdoor kan de geavanceerde meettechnologie van de affiliatenetwerken niet worden gebruikt. Er is een risico dat dit ten koste gaat van een juiste toewijzing. Daarom dient deze methodiek voortaan vermeld te worden in de programmavooraan van de adverteerder.

- 3) Direct matching. Bij deze methode houdt de adverteerder zelf bij via welke publisher en welk affiliatenetwerk welke transactie is gegenereerd. Dit wordt vaak toegepast door adverteerders waarbij na verloop van tijd pas duidelijk is wat de orderwaarde (en dus de percentuele-vergoeding) zal zijn. De adverteerder (of software van de adverteerder) matcht en registreert de transacties. Hierdoor kan de geavanceerde meettechnologie van de affiliatenetwerken niet worden gebruikt. Er is een risico dat dit ten koste gaat van een juiste toewijzing. Daarom dient deze methodiek voortaan vermeld te worden in de programmavooraan van de adverteerder.

Ontdubbeling tussen andere kanalen dan affiliate marketing

Naast dat bovenstaande niet standaard methoden het voor de affiliatenetwerken onmogelijk maakt om hun geavanceerde meetmethoden te gebruiken, zijn er ook adverteerders die ontdubbelen op andere bronnen dan affiliate marketing. Denk dan aan ontdubbelen met promotiekanalen als SEA, SEO, direct verkeer, directe partnerships op non performance afrekening, eigen nieuwsbrieven en display advertising / retargeting op basis van een CPM of CPC tarief. Het ontdubbelen op andere bronnen dan affiliate marketing wordt door het PAN sterk afgeraden. Als het kanaal affiliate marketing voor een adverteerder te duur is, raadt het PAN adverteerders aan te kijken naar het vergoedingsmodel. Dit is inzichtelijk voor publishers. Zij kunnen hierna zelf bepalen of zij een adverteerder wel of niet promoten. Ontdubbeling tussen andere kanalen dan affiliate marketing zorgt ervoor dat publishers soms ten onterechte geen vergoeding krijgen. Daarom dient deze methodiek voortaan vermeld te worden in de programmavooraan van de adverteerder.

Transparantie en consistentie

Bij iedere vorm van niet standaard toewijzing of ontdubbeling tussen andere kanalen dan affiliate marketing is de adverteerder verplicht die bij ieder affiliatenetwerk op eenzelfde manier toe te passen en dezelfde verdeelsleutel te gebruiken. Ook de communicatie hierover dient bij ieder affiliatenetwerk hetzelfde te zijn. Hiervoor heeft het PAN de volgende standaardtekst ontwikkeld. Deze tekst zal in de programmavooraan van adverteerders die niet aan deze Code of conduct voldoen worden geplaatst.

- Begin standaardtekst -

Let op! Deze adverteerder maakt gebruik van een meetmethode die afwijkt van de standaarden zoals aanbevolen door het PAN in de Code of Conduct voor conversieattributie en ontdubbelen van transacties. Hierdoor kan het netwerk geen controle houden op de meting en correcte toewijzing van transacties.

De techniek voor de meting van deze adverteerder wordt verzorgd door

*De adverteerder zelf
 Naam externe partij*

De methode die deze adverteerder gebruikt staat bekend als

*LCC zonder Catch all
 Direct matching
 Conversieattributie. Hierbij geldt de volgende verdeelsleutel:*

Indien van toepassing: Deze adverteerder ontdubbelt transacties van publishers met andere kanalen dan affiliate marketing namelijk :

.....

Dit voldoet niet aan de richtlijnen van het PAN

Deze adverteerder past deze techniek toe bij alle affiliatenetwerken waar het programma actief is. De afwijkende methode kan nadelige gevolgen voor de conversie van de adverteerder hebben.

Meer informatie over de code of conduct [leest u hier](#).

- Einde standaardtekst -

Kwaliteitscontrole

Indien een adverteerder conversieattributie toepast, hebben publishers en affiliatenetwerken het recht de verdeelsleutel over enkele transacties op te vragen, waardoor het voor een publisher en/of affiliatenetwerk mogelijk is de verdeelsleutel te controleren.

Commitment

Alle leden van het PAN committeren zich aan deze code of conduct. Dat houdt in de praktijk in dat bij alle adverteerders waarbij is vastgesteld dat zij niet volgens de standaard manier toewijzen er een melding zal komen te staan. Hierdoor kan de publisher zelf de afweging maken of zij de adverteerder wel of niet (blijven) promoten.

Bovenstaande afspraken treden per 10 februari 2014 in werking. De leden van het PAN houden 28 februari 2014 als streefdatum aan om alle afspraken door te voeren.

Nawoord

Met deze code of conduct wil het PAN misstanden tegengaan en voorkomen. Ook wil zij haar publishers transparantie bieden. Hierdoor kunnen zij zelf de keuze maken of zij een adverteerder die niet volgens de standaard manier ontdubbelt wel of niet promoten. Ook het belang van de adverteerder wordt hierin niet uit het oog verloren. Het uiteindelijke doel van affiliate marketing is zoveel mogelijk omzet voor adverteerders genereren. Alle leden van het PAN onderschrijven dat correct ontdubbelen sterk bijdraagt aan succesvol adverteren door middel van affiliate marketing. Het uiteindelijke hoofddoel van deze code of conduct is om, conform één van de belangrijkste redenen voor de oprichting van het PAN, de algemene kwaliteit van de affiliatebranche te verhogen.

Extra informatie

Bent u als adverteerder met een affiliateprogramma bij meerdere affiliatenetwerken actief, en vraag u zich af of bij u de LCC methode correct is geïmplementeerd?

- [Lees in dit artikel hoe u uw LCC implementatie test.](#)
- [Bekijk hier een voorbeeldscript hoe u de LCC methode implementeert.](#)
- [Lees in dit artikel hoe u de LCC methode juiste manier implementeert.](#)

Voor overige vragen kunt u terecht bij uw contactpersoon van uw affiliatenetwerk. Bij het PAN zijn de volgende affiliatenetwerken aangesloten: Affiliate4You, affilinet, Daisycon/Paxz, Tradedoubler en Zanox-M4N. Tezamen bestrijken deze vijf leden met hun activiteiten en

diensten op dit moment het grootste deel van de affiliate marketing activiteiten in Nederland.
Meer informatie vindt u op www.vpan.nl.