

Affiliate Marketing Management – Best Practice versus Theorie

1.	EINFÜHRUNG	
1.1.	EINLEITUNG	
1.3.	AUFBAU UND VORGEHENSWEISE	
2.	GRUNDLAGEN DES AFFILIATE MARKETING	
2.1.	FUNKTIONSWEISE	
2.2.	AFFILIATE MARKETING IN DEUTSCHLAND	
2.2.1.	Netzwerke	
2.2.2.	Geschäftsmodelle der Publisher	
2.3.	ZIELE	
3.	PARTNERPROGRAMMIMPLEMENTIERUNG	
3.1.	LANDING- PAGES	
3.1.1.	Ausgewählte grafische Anforderungen	
3.1.2.	Inhaltliche Konzeption	
3.2.	WERBEMITTEL	
3.2.1.	Typen	
3.2.2.	Klickratenoptimierung von Werbebannern	
3.3.	OPTIMALE PRÄSENTATION DES PARTNERPROGRAMMS IM NETZWERK	
3.4.	TRACKING	
3.4.1.	Cookie- Tracking	
3.4.2.	Session- Tracking	

4. PUBLISHER RECRUITING, BEWERBER- UND RELATIONSHIP MANAGEMENT	
4.1. PUBLISHER RECRUITING	
4.2. BEWERBERMANAGEMENT.....	
4.2.1. Handlungsoptionen und Strategien	
4.2.2. Erfolgsfaktoren.....	
4.3. RELATIONSHIP MANAGEMENT.....	
4.3.1. Kommunikationsformen.....	
4.3.2. Anreize für Publisher	
5. AFFILIATE MARKETING CONTROLLING	
5.1. KENNZAHLEN	
5.2. QUALITÄTSMANAGEMENT	
5.2.1. Publisherprovisionierung	
5.2.2. Fraud	
6. TRENDS UND RESÜMEE	
6.1. TRENDS	
6.2. RESÜMEE	
LITERATURVERZEICHNIS	