

Affiliate Marketing mit TICKETINO & Google Analytics

**Verschaffe deiner Veranstaltung mediale
Reichweite über die Kanäle deiner Partner**



Was versteht man unter Affiliate Marketing

Affiliate Marketing ist nichts anderes als ein Vermittlungsprogramm. Das Vergütungsmodell mit deinen Affiliate Partnern kannst du selbst bestimmen.

[Moderne Ticketingsysteme](#) bieten dir die technischen Möglichkeiten mittels Kampagnen-Tracking-Codes (UTM – Tags) die Herkunft deiner Eventdetailseitenbesucher bzw. deiner Ticketkäufer zu ermitteln. Deine Acts, Sponsoring- / Presenting-Partner oder auch deine Medienpartner sind interessante mögliche Vermittler. Gerade reichweitenstarke Medien oder Künstler mit grossen Social Media Communities sind ideale Partner. **Sie bringen dir als Veranstalter enorme Reichweiten für deine Veranstaltungen und werden dafür noch honoriert – Win-win für alle!**

Und so wird's gemacht.

Schritt 1: Event erstellen

Sofern noch nicht vorhanden, erstelle zuerst deine Veranstaltung im [TICKETINO Cockpit](#).



The screenshot shows the TICKETINO website interface. At the top, there are navigation links: 'Print at Home', 'Keine versteckten Gebühren', '24/7 Hotline', and '1600 Vorverkaufsstellen'. Below this is a search bar with the text 'Suche nach Event, Künstler, Ort, Datum etc.' and a 'SUCHEN' button. The main navigation bar includes 'MUSIK', 'THEATER', 'SPORT', and 'KONGRESS'. The featured event is 'GLKB Sound of Glarus 2019', described as a city open-air event in Glarus with various acts. The event details include the date 'Donnerstag, 22. August 2019', the location 'Rathausplatz Glarus', and the start time '18:30'. There are also social media sharing icons and a 'DRUCKEN' button.

Das TICKETINO System ist weitestgehend selbsterklärend. Für den Fall, dass du dennoch offene Fragen hast oder irgendwo anstehen solltest, so besuche doch am besten eines unserer kostenlosen [Online Trainings](#).

Schritt 2: Analytics Account erstellen und mit Event verknüpfen

Nun brauchst du einen Analytics Account, den du mit deinem Event verknüpfen kannst. Dadurch bist du anschliessend in der Lage, den Weg deiner Ticketkäufer zurückzuverfolgen und deine Kampagnen auszuwerten. Dies ist übrigens nicht nur für Affiliate-Programme interessant, sondern eröffnet dir betreffend Marketingcontrolling ganz neue Möglichkeiten!

Klingt kompliziert? Vielleicht. Ist es aber in der Realität zum Glück nicht! Wir haben dir hier eine Schritt-für-Schritt [Anleitung](#) bereitgestellt, mit welcher die Einbindung zum Kinderspiel wird.

Schritt 3: Affiliate Partner gewinnen und Entlohnung festlegen

Voraussetzung für einen vielversprechenden Affiliate Partner ist in erster Linie eine Onlinepräsenz mit möglichst grosser Reichweite und einer Zielgruppe, welche sich mit deiner deckt oder zumindest überschneidet.

In der Praxis bieten sich hier unzählige Kandidaten an. Hier ein paar Beispiele:

Acts / auftretende Künstler

Sponsoren und Presenting-Partner

Medienpartner bzw. Online-Medien ganz allgemein

Zulieferer wie Brauereien etc.

Influencer

Nun gilt es, diese potenziellen Affiliate Partner dazu zu bringen, deine Werbung zu streuen. Dies gelingt in der Praxis meist dadurch, dass man ihnen eine Entschädigung für Verkäufe anbietet, welche durch ihren Kanal ausgelöst wurden. Üblich sind prozentuelle Anteile am Ticketerlös oder auf Fixbeträge pro verkauftes Ticket. Abraten würden wir dir von einer Entschädigung auf Basis von Linkclicks, da diese einfach manipuliert werden können und noch lange kein Garant für Umsatz sind!

Schritt 4: Links mit UTM-Tags versehen und deinen Affiliate Partnern zukommen lassen

Damit du die Ticketkäufe bzw. den erzielten Umsatz in deinem Analytics Account dem jeweiligen Affiliate Partner zuordnen kannst, musst du die Links markieren. Dafür gibt es geeignete Onlinetools wie beispielsweise dieses [hier](#).

Gib einfach unter Website URL die Adresse deines Events ein und fülle die weiteren Felder mit den Angaben deines Affiliate Partners aus.

Demos & Tools

Autotrack

Account Explorer

Campaign URL Builder

Dimensions & Metrics Explorer Updated!

Embed API

Basic Dashboard

Multiple Views

Interactive Charts

Working with Custom Components

Third Party Visualizations

Server-side Authorization

Enhanced Ecommerce Updated!

Hit Builder

Polymer Elements

Query Explorer

Request Composer

Spreadsheet Add-on

Tag Assistant

Usage Trends

Resources

About this Site

Help & Feedback

Campaign URL Builder

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can track **Custom Campaigns** in Google Analytics.

Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with *) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

* Website URL

The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

* Campaign Source

The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

* Campaign Medium

Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

* Campaign Name

Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

Campaign Term

Identify the paid keywords

Campaign Content

Use to differentiate ads

Share the generated campaign URL

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign

`https://www.ticketino.com/de/Event/GLKB-Sound-of-Glarus-2019/82564?utm_source=glarner_kantonalbank&utm_medium=banner&utm_campaign=early_bird_kommunikation`

Set the campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended).

Wie du das genau machst, ist Detail. Hauptsache du hast für jeden Partner einen oder auch mehrere Links, welche du bei der Abrechnung entsprechend zuordnen kannst. Kopiere die sogenannte «campaign URL» und stelle sie deinen Partnern zur Einbindung in ihren Onlinekanälen zu.

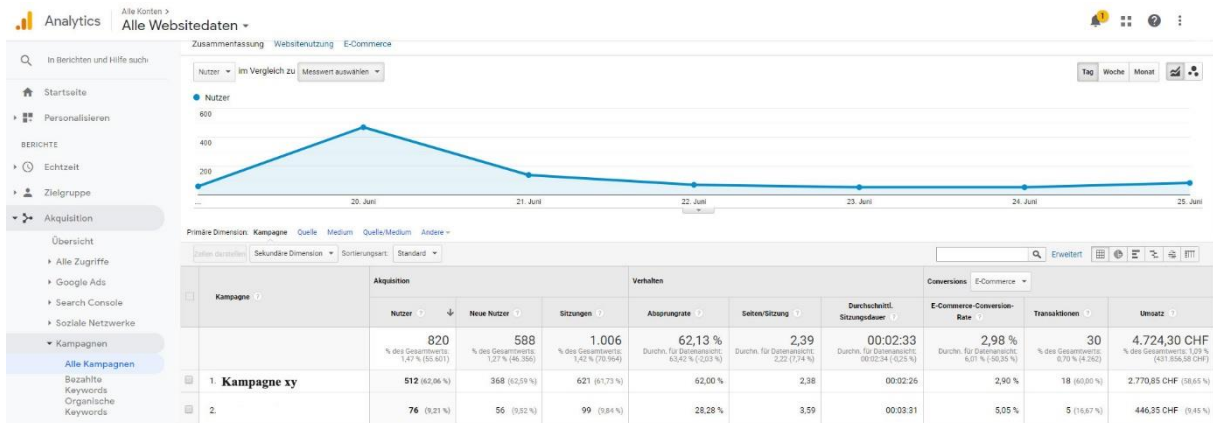
Schritt 5: Platzierung deiner Eventwerbung auf den Onlinekanälen deiner Affiliate Partner

Sind deine Affiliates gefunden und entsprechend motiviert, so können sie deine Veranstaltung über ihre Kanäle streuen. Ob sie dies in Form von Bannern auf Ihrer Webseite, über Social Media Posts und Kampagnen oder Newsletter machen ist dabei nicht von Belang. Hauptsache ist, dass sie bei den entsprechenden Medien den getaggten Link hinterlegen können, welcher in den Ticketshop führt. Ab diesem Zeitpunkt kannst du in deinem Analytics Account Linkklicks, Ticketkäufe und auch den zugehörigen Umsatz den einzelnen Quellen, also deinen Partnern zuordnen.

Schritt 6: Von der Reichweite deiner Affiliats profitieren und diese belohnen

In deinem Analytics Account kannst du nun laufend auswerten, wie viel Umsatz dir deine Kampagnen bzw. deine Affiliate Partner bringen. Du kannst auch laufend deine Marketingaktivitäten feinjustieren, also Budget und Arbeitskraft dahin verschieben, wo es dir am meisten Umsatz bringt.

Wenn der Vorverkauf beendet ist, kannst du unter Akquisition / Kampagnen / Übersicht die Ticketkäufe pro Affiliate Link aus dem System herauslesen.



Hier möchten wir dich gerne wieder auf unsere [Analytics Anleitung](#) verweisen, welche dir das Vorgehen im Detail aufzeigt. Wenn du alle nötigen Daten hast, ist es an der Zeit, deine Partner gemäss eurer Vereinbarung an deinem Erfolg teilhaben lassen, indem du ihnen ihre zugesagte Umsatzbeteiligung zukommen lässt.

Das TICKETINO Team wünscht dir viel Erfolg mit deinem Onlinemarketing!