



Tworzymy zaufanie



O marketingu afiliacyjnym w social media – case study

Klient i jego sytuacja wyjściowa



Novem to wiodąca firma performance marketingu w Polsce. Realizuje ona programy afiliacyjne we współpracy z wydawcami, którzy są zrzeszeni w sieci partnerskiej, liczącej około 150 tys. witryn internetowych. W każdym z prowadzonych przez Novem programów, wynagrodzenie jest wypłacane przez reklamodawcę jedynie za wcześniej określony efekt. W drugiej połowie 2009 roku Novem poszukiwała nowych pomysłów na

działania promocyjne, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych. W opracowaniu i wdrożeniu strategii tych działań wzięła udział agencja PR Solutions.

Grupy docelowe

- Wydawcy (główna grupa docelowa)
- Reklamodawcy (w mniejszym stopniu)
- Liderzy opinii (bloggerzy, webmasterzy, dziennikarze branżowi)

Cele

- Budowanie wizerunku Novem, jako nowoczesnej i innowacyjnej firmy, działającej w obszarze reklamy internetowej i wykorzystującej najnowsze możliwości tego medium (social media).
- Edukacja na temat możliwości i zasad działania marketingu afiliacyjnego.
- Usprawnienie komunikacji z wydawcami.

Działania

- Twitter.com i Blip.pl - uruchomienie na tych serwisach kanałów informacyjnych Novem, które były adresowane przede wszystkim do wydawców zrzeszonych w sieci afiliacyjnej firmy. Publikowane tam były takie informacje, jak m.in.: o starcie nowych programów, zapowiedzi ciekawych programów, linki z ankietami dla wydawców (badanie opinii, jakości obsługi), informacje o promocjach i nowych narzędziach dla wydawców.

- [Akademia Afiliacji na Facebooku](#) – miejsce spotkań wydawców oraz reklamodawców, którzy z przystępnego źródła chcieliby dowiedzieć się więcej - również od innych internautów - o reklamie w modelu efektywnościowym. Na potrzeby Akademii PR Solutions opracowało [poradniki informacyjne](#) z podstawowymi informacjami na temat zasad marketingu afiliacyjnego. Startowi serwisowi towarzyszył konkurs „Najlepsza porada”, który nagradzał fanów Akademii Afiliacji za najbardziej pomocne dla innych użytkowników wpisy. Narzędziem promującym Akademię był



Tworzymy zaufanie



także specjalnie opracowany quiz „[Co wiesz o reklamie płatnej za efekt?](#)”, uruchomiony wkrótce po zakończeniu konkursu „Najlepsza porada”. Po rozwiązaniu quizu, użytkownik otrzymywał puchar z opisem swojego wyniku, który potem był dodawany do opisu jego statusu na Facebooku. Puchar był widoczny dla wszystkich znajomych użytkownika. Start Akademii Afiliacji wsparły także: [informacja prasowa](#) (do branżowych mediów związanych z reklamą i marketingiem, a także serwisów IT/ e-biznes), mailing do wydawców z sieci afiliacyjnej Novem, reklama na stronie internetowej Novem.

Efekty

- Ponad 500 fanów Akademii Afiliacji w ciągu pierwszych 3 miesięcy od uruchomienia serwisu (bardzo dobrze stargetowanych, w większości wydawców serwisów internetowych, pragnących poszerzyć swoją wiedzę na temat reklamy marketingu afiliacyjnego).
- Liczne publikacje w mediach o uruchomieniu Akademii Afiliacji.
- Stworzenie nowych, wykorzystywanych przez Novem do tej pory kanałów do komunikacji i edukacji kluczowych grup docelowych (wydawców, reklamodawców, liderów opinii).
- Umocnienie wizerunku Novem jako innowacyjnej i nowoczesnej firmy.