

Affiliate-Modul für Gambio- Onlineshops

Benutzerhandbuch

Inhaltsverzeichnis

Affiliate-Modul für Ihren Gambio-Onlineshop	5
So funktioniert's	5
Integration in Ihren Gambio-Onlineshop	10
Kostenlos testen	12
Affiliate-Modul bestellen	12
Infos vor dem Kauf	14
Technische Voraussetzungen	15
Kostenlose Testversion	15
Gambio 3.5.1 oder neuer	15
Update-Resistenz	17
Aktualisierung des Affiliate-Moduls	17
Das Modul update-sicher erweitern	17
Installation des Moduls	19
Installation Test- oder lizenzierte Version	19
Upgrade von Test- auf lizenzierte Version	20
Troubleshooting	21
Nach der Installation	22
Administration	23
Übersicht & Statistik	24
Bedeutung der Zahlen	24
Umsatzentwicklung	26
Klicks auf Werbemittel	27
Partnerverwaltung	28
Affiliate hinzufügen	28
Login	28
Affiliate-Details	29
Auszahlungen	30
Generierung von Auszahlungen	30
Getätigte Auszahlungen	30
Auszahlung-Details & PDF-Gutschrift	31
Werbemittel	32
Werbemittel hinzufügen	32
Newsletter senden	34
Newsletter senden	34
Anbindung externer Newsletter-Tools	34
Optionen & Einstellungen	36
E-Mail und Name	36
E-Mail an Admin	37
Auszahlungsgrenze	37
IP Sperre für Statistik	37
Cookies speichern	37
Standard-Provision	37

Zeitpunkt Provisionsgutschrift	37
Provisionsgutschrift	38
Auszahlungsmethoden	38
Basis für Provisionsberechnung	39
Reduzierung der Provision bei Rabatten	40
Eigenwerbung	40
Einsicht in Kundendaten	40
Einsicht in Downlinedaten	41
Affiliate-Status nach Klick auf Bestätigungslink	41
Affiliate-ID-Vergabe	41
Affiliate-Login mit...	42
Empfehlungslink-Impressum	42
Partner-Menübox	43
Affiliatemail	43
Länder	44
Länder verwalten	44
Herkunft Affiliates	44
Referrer (MLM)	45
MLM-Ebenen verwalten	45
Weiterführende Informationen	46
Use Cases und Fallbeispiele	47
Wann erfolgt die Provisionsgutschrift?	48
Zeitpunkt festlegen	48
Warum der Unterschied?	49
Berechnung der voraussichtlichen Gutschrift	49
Buchung der bestätigten Gutschrift	50
Warum werden nicht alle Klicks gezählt?	51
Tracking-Cookie bereits gesetzt	52
Browser-Cache	52
Hintergrund: Klick-Erfassung	52
Provisionsangaben-Hierarchie	54
Provisionen auf einzelne Produkte	54
Provision in Abhängigkeit von der Kategorie	55
An Gutschein gekoppelte Provision	55
Individuelle Provision für Affiliates	55
Standard-Provision	56
Fallbeispiele Provisionseinstellungen	57
Auf Basis des Netto-Gesamtbestellwerts	57
Produkt Netto-/Brutto-Preise	61
Eigenwerbung	69
Tracking-Szenarien	71
Allgemeines zur Vertriebspartner-Zuordnung	71
Cookie vor Gutschein	72
Folgebestellungen mit abweichendem Empfehlungsgeber	72
Definition Erstbestellung & Erkennung wiederkehrender Kunden	73

Tutorials	74
Partnerprogramm im Shop verlinken	75
Verlinkung innerhalb Ihres Onlineshops	75
Benutzer- und suchmaschinenfreundliche Links	76
Registrierungsformular anpassen	77
Update-sichere Anpassung	77
Fallbeispiele	78
Partner-Login mit ID oder E-Mail	82
Login mit Partner-ID	82
Login mit E-Mail-Adresse	82
Login mit Partner-ID oder E-Mail-Adresse	83
Vor- und Nachteile der Login-Optionen	84
Partner in eigener Downline registrieren	85
Registrierungsformular verlinken	85
Registrierungsformular-Template anpassen	86
JavaScript für Validierung	87
Ähnliche Tutorials	87
Marketing-Praxistipps	88
Social Media Marketing	89
Technische Voraussetzungen	89
Tipps für die Social Media Praxis	90
Multi-Level-Marketing	92
Ebenen konfigurieren	92
Link zum Werber neuer Partner	94
Effekte von Multi-Level-Marketing	94
Vertriebspartner gewinnen	97
Kunden werben Kunden	97
Weitere Stakeholder einbeziehen	98
Attraktive Provisionen	98
Vergleichsportale für Partnerprogramme	98
Berücksichtigung individueller Wünsche	99
Verlinkung und attraktive Landing Page	99
GutscheinCodes zur Kundenvermittlung	100
Affiliate-ID ändern	101
Zu beachten bei Änderung der Partner-ID	101
SQL-Statements zur Änderung	101

Affiliate-Modul für Ihren Gambio-Onlineshop

Online-Version: </affiliate-modul-fuer-gambio-onlineshop.php>

Das Affiliate-Modul erweitert Ihren Gambio-Onlineshop mit nur wenigen Klicks um Ihr eigenes Partnerprogramm.

Dieser Schritt macht Sie zu einem unabhängig von teuren Affiliate-Systemen. Zum anderen eröffnet er Ihnen alle Möglichkeiten professionellen Affiliate-Marketings. Über die klassische Einbeziehung von Vertriebspartnern hinaus sind dies insbesondere virale Effekte durch Aktivitäten Ihrer Partner in sozialen Netzwerken oder dem eigenen Blog. Auf diese Weise steigern Sie praktisch ohne eigenes Zutun die Präsenz Ihrer Marken und Produkte bei Facebook, Twitter & Co.

[YouTube Video](#)



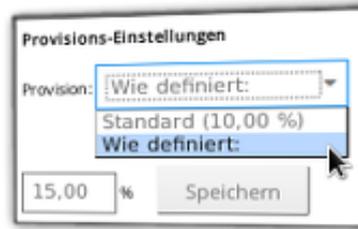
So funktioniert's

Als Webshop-Betreiber sind Ihnen die Marketing-Basics sicherlich ebenso geläufig wie die grundsätzliche Funktionsweise von Partnerprogrammen. Daher betrachten wir im Folgenden ganz konkret die Features und Vorteile des Partnerprogramms für Ihren Gambio-Onlineshop.

Provisionen festlegen

Die Festlegung von Vermittlungsprovisionen kann für jeden erdenklichen Anwendungsfall auf unterschiedlichen Ebenen erfolgen.

Sie bevorzugen es so unkompliziert wie möglich? Dann legen Sie einfach einen pauschalen Provisionsatz von z.B. 10% fest, der für alle Affiliates und alle Produkte gleichermaßen gilt.



Provision pauschal oder individuell festlegen

Sie können jedoch auch unterschiedlichen Partnern verschiedene Provisionsätze zuweisen, Produkte von der Vermittlung ausschließen oder niedrigere Vergütungen gewähren. Zu guter Letzt steht es Ihnen frei, dem selben Partner je nach Art der Vermittlung (mehr dazu im folgenden Abschnitt) unterschiedliche Provisionen zu gewähren.

Empfehlungslinks & SEO-Backlinks

Das Affiliate-Modul unterstützt grundsätzlich zwei Tracking-Methoden. Dies ist zum einen der klassische Empfehlungslink, der zum Zwecke der Zuordnung die individuelle Partner-ID enthält. In diesem Fall erfolgt das Tracking via Cookie. Als Landing-Page kann jede öffentlich zugängliche Seite Ihres Shops fungieren. Das können sowohl eigens erstellte Content-Seiten sein, als auch Kategorien, Produkt-Detailseiten oder ganz einfach Ihre Startseite.

Die zweite Variante ist die Erkennung des Empfehlungsgebers mit Hilfe eines Kupons. Dabei generieren Sie über das Gambio-Backend einen Kupon, weisen diesen einem Affiliate zu und teilen ihm den Gutscheincode mit. Durch den Anreiz eines Rabatt-Kupons erleichtern Sie nicht nur Ihrem Affiliate die Vermittlung neuer Kunden. Über die implizite Zuordnung von Partner und Kunde hinaus ist es nunmehr möglich, anstelle von Ref-Links direkte und somit suchmaschinenfreundliche Links auf alle Seiten Ihres Shops zu setzen.

Beiden Tracking-Methoden gemein sind übrigens weitere Einstellungsoptionen. So können Sie zwischen der einmaligen Vergütung für die Erstbestellung durch einen Neukunden bis hin zur *lebenslangen Provision* verschiedene Provisionsmodelle bestimmen.

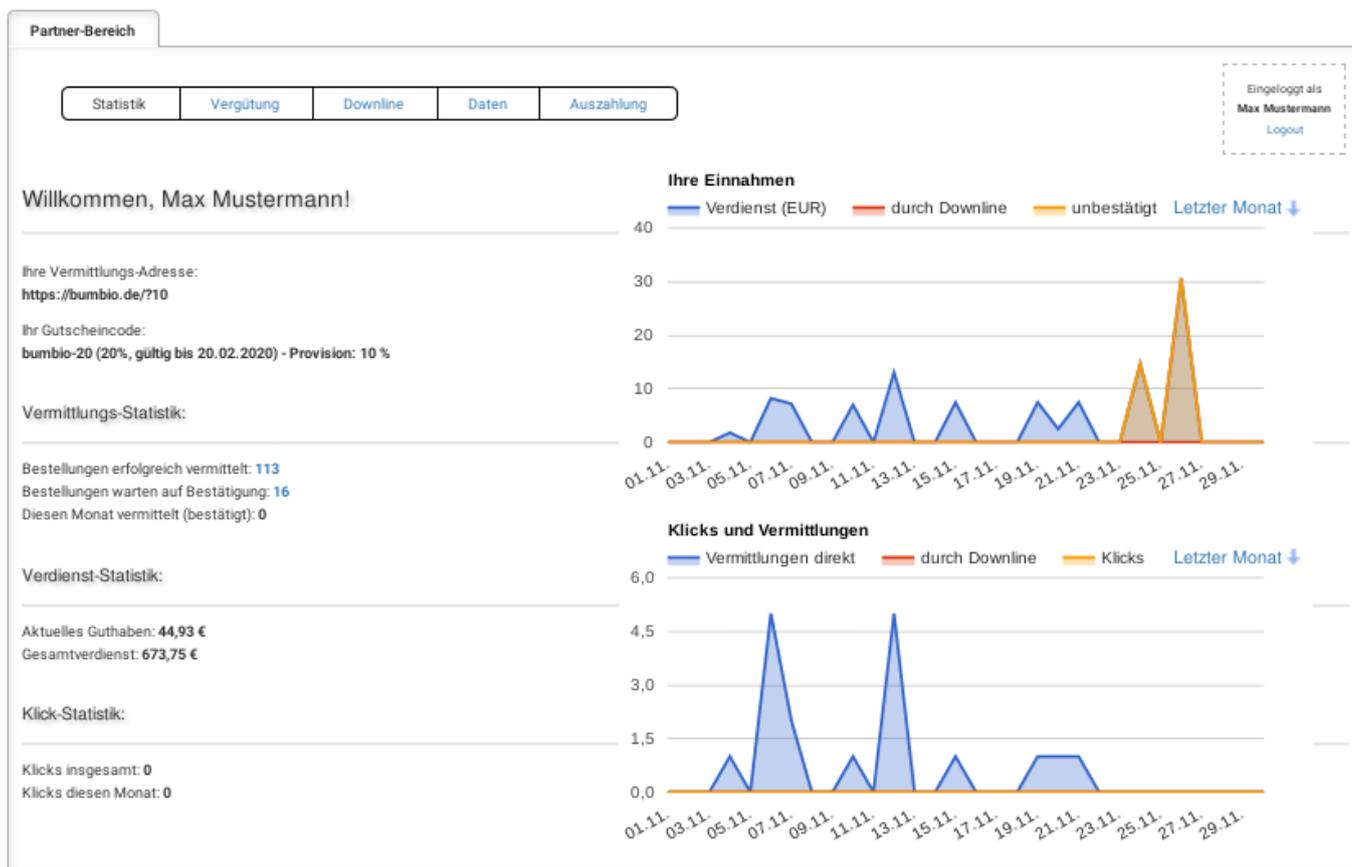
Multi-Level-Marketing

Technisch betrachtet ist das Multi-Level-Marketing (MLM) nur eines von vielen Features des Affiliate-Programms. Die Möglichkeit zum Aufbau eines Strukturvertriebs ist jedoch für viele ein entscheidendes Kriterium.

Das Affiliate-Modul unterstützt Netzwerk-Marketing über beliebig viele Ebenen. Das bedeutet, Partner können neue Partner werben und somit von Vermittlungen in ihrer Downline profitieren. Der deutschen Gesetzgebung entsprechend wird nicht das Werben neuer Partner selbst vergütet, sondern von diesen vermittelte Kundenbestellungen.

Funktionen für Partner

Zunächst einmal stehen Ihren Affiliates mit Registrierung, Password-Recovery, Login und Verwaltung persönlicher Daten inkl. Angaben zur Auszahlung die obligatorischen und für den Ablauf erforderlichen Funktionen zur Verfügung.



Übersicht und Statistik im Affiliate-Login

Empfehlungsdaten & umfangreiche Statistik

Auf der Begrüßungsseite im Affiliate-Login sehen Ihre Partner alle relevanten Informationen übersichtlich aufbereitet. Dies sind zum einen die für die Vermittlung benötigten Daten, also der persönliche Empfehlungslink und etwaige Gutscheincodes. Mit der Vermittlungs-, Verdienst- und Klick-Statistik behalten sie alle Zahlen und Fakten stets im Blick.

Partner-Bereich

Statistik
Vergütung
Downline
Daten
Auszahlung

Eingelogggt als
Max Mustermann
[Logout](#)

Vergütung

Bitte entnehmen Sie nachfolgender Tabelle, wie hoch Ihre Provisionen für die direkte Vermittlung von Bestellungen des jeweiligen Produktes sind.

Produkt	Preis	Ihre Provision
Test-Produkt für 10,- €	10,00 €	2,00 € 20,00%
Test-Produkt für 15,- €	15,00 €	2,70 € 18,00%
Test-Produkt für 20,- €	20,00 €	3,20 € 16,00%
Test-Produkt für 25,- €	25,00 €	3,50 € 14,00%
Test-Produkt für 30,- €	30,00 €	3,60 € 12,00%
Test-Produkt für 35,- €	35,00 €	3,85 € 11,00%
Test-Produkt für 40,- €	40,00 €	4,00 € 10,00%

Zusätzlich zur direkten Vermittlung neuer Kunden können Sie über 3 Ebenen durch Aufbau Ihrer Downline und Vermittlung von Bestellungen durch von Ihnen geworbenen Partnern an deren Erfolg partizipieren.

Verkaufsschlager allgemein

Produkt	Anteil
Test-Produkt für 10,- €	14,2%
Test-Produkt für 15,- €	14,1%
Test-Produkt für 20,- €	14,3%
Test-Produkt für 25,- €	14,5%
Test-Produkt für 30,- €	14,2%
Test-Produkt für 35,- €	14,3%
Test-Produkt für 40,- €	14,2%

Von Ihnen vermittelt

Produkt	Anteil
Test-Produkt für 10,- €	13,4%
Test-Produkt für 15,- €	16,1%
Test-Produkt für 20,- €	14,1%
Test-Produkt für 25,- €	14,1%
Test-Produkt für 30,- €	13,4%
Test-Produkt für 35,- €	18,1%
Test-Produkt für 40,- €	13,4%

Erfolgreich vermitteln mit Stars und Cash Cows

Zu vermittelnde Produkte & Provisionen

Im Affiliate-Menüpunkt *Vergütung* steht für den Partner eine Übersicht zur Vermittlung verfügbarer Produkte, deren Preise und die Provision bereit. In Form eines Tortendiagramms präsentierte Verkaufsschlager unterstützen ihn bei der Entscheidung, welche Artikel die besten Chancen auf eine erfolgreiche Vermittlung bieten.

Partner-Bereich

Statistik Vergütung Downline Daten Auszahlung

Eingeloggt als **Max Mustermann**
Logout

Downline

Der folgenden Tabellen können Sie entnehmen, wie hoch Ihre Provisionen bei der Vermittlung von Bestellungen durch von Ihnen geworbene Partner sind, wieviele Partner Sie in der jeweiligen Ebene bereits geworben haben und wie hoch Ihr Verdienst durch die Kunden-Vermittlung der Partner in der jeweiligen Ebene ist.

Ebene	Provision	Mitglieder	Verdienst
1	20,00%	5	194,02 €
2	10,00%	7	125,22 €
3	5,00%	19	165,45 €

Zusammensetzung Ihrer Einnahmen

- 1. Ebene
- 2. Ebene
- 3. Ebene
- Direktwer...

MLM-Ebenenstruktur im Affiliate-Menü

MLM-Ebenen im Überblick

Sofern Sie die Fähigkeiten der Affiliate-Software in puncto Multi Level Marketing nutzen, bietet der Partner-Menüpunkt *Downline* Einsicht in die Aktivitäten der vom Affiliate geworbenen Vertriebspartner. Dies beinhaltet die Anzahl der Partner in der jeweiligen Ebene und deren Beitrag zu den eigenen Einnahmen.

Partner-Bereich

Statistik Vergütung Downline Daten Auszahlung

Eingeloggt als
Max Mustermann
Logout

Auszahlung

Bei Erreichen der Auszahlungsgrenze von 15,00 € können Sie untenstehend eine Auszahlung Ihres aktuellen Guthabens veranlassen. Bitte stellen Sie zuvor sicher, gültige Angaben zur gewählten Auszahlungsmethode gemacht zu haben.

Ihr aktuelles Guthaben: **44,93 €**

Fehlender Betrag bis zur Auszahlung: **0,00 €**

Zur Auszahlung beantragt: **0,00 €**

Bisher ausbezahlt: **628,82 €**

Auszahlung möglich

Auszahlung über 44,93 € veranlassen

50,0 Betrag bis Auszahlung
37,5 Ihr Guthaben
25,0
12,5
0,0

Auszahlung von Provisionen beantragen im Affiliate-Menü

Guthaben & Auszahlung

Aus dem Menüpunkt *Auszahlung* geht der bis zur von Ihnen definierten Auszahlungsgrenze fehlende Betrag hervor. Sofern das aktuelle Guthaben des Partners darüber liegt, kann er die Auszahlung seiner erwirtschafteten Vermittlungsprovision beantragen. Auf der selben Seite lässt sich anschließend der Status seines Antrags live verfolgen.

Integration in Ihren Gambio-Onlineshop

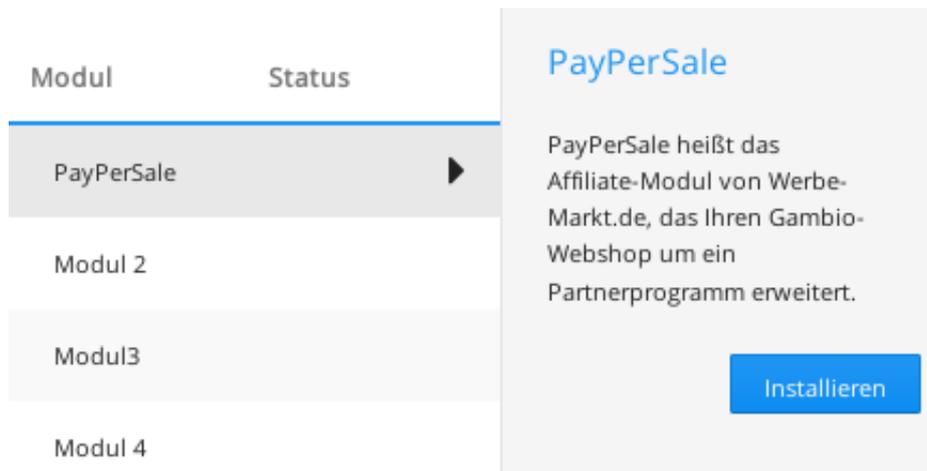
Technische Voraussetzungen

Da es sich beim Partnerprogramm um eine Erweiterung für Ihren mit Gambio realisierten Onlineshop handelt, ist bereits gewährleistet, dass Ihr Webserver die Voraussetzungen hinsichtlich PHP und Datenbank erfüllt.

Unbedingt zu beachten ist hingegen, dass Gambio in der Version 3.5.1 oder höher installiert sein muss. Sollte dies nicht der Fall sein, ein Upgrade der Gambio-Version für Sie nicht in Frage kommen und Sie

dennoch in den Genuss des Affiliate-Moduls gelangen möchten, lesen Sie bitte die [Hinweise zu früheren Gambio-Versionen als 3.5.1](#).

5-Minuten-Installation



Entpacken, hochladen, Installieren-Button klicken - fertig!

An der technischen anspruchslosigkeit nachfolgend genannter Schritte merken Sie bereits, dass "5 Minuten" vermutlich sogar zu hoch gegriffen sind.

1. Affiliate-Modul als ZIP-Datei herunterladen
2. ZIP-Datei entpacken
3. Enthaltene Dateien via FTP auf Ihren Server laden
4. Partnerprogramm im Shop-Backend aktivieren

Das war's. Ihr Shop verfügt über ein funktionsfähiges Partnerprogramm. Weitere Konfigurationseinstellungen sind natürlich möglich, aber nicht zwingend erforderlich. Weitere Hinweise entnehmen Sie bitte der [Installationsanleitung zum Affiliate-Modul für Gambio](#) sowie der [Beschreibung des Menüpunkts Optionen im Gambio-Admin](#).

Steuerung über Shop-Admin



Steuerzentrale des Affiliate-Programms im Shop-Backend

Das Affiliate-Modul fügt sich nahtlos in Ihr bestehendes Admin-Menü ein. Dies gilt zum einen für die neue Admin-Menübox *Affiliate-Programm*. Mit deren Hilfe haben Sie alle relevanten Zahlen und Fakten im Überblick und können Ihr Partnerprogramm komfortabel verwalten. Zum anderen erweitert das Affiliate-Modul bestehende Admin-Menüpunkte wie die Artikelverwaltung und Kupons, um Ihnen nötige Funktionen an der Stelle zur Verfügung zu stellen, an der Sie sie brauchen.

Um sich vorab näher mit den Funktionen im Backend vertraut zu machen, empfiehlt sich ein Blick in die [Hilfe-Seiten zum Affiliate-Modul für GX3](#). Besonders aussagekräftig sind die Beschreibungen zu den [Affiliate-Details im Gambio-Admin](#) und dem Menüpunkt [Optionen des Affiliate-Moduls](#).

Wenn Sie lieber klicken als lesen, steht auf www.partnerprogramm-software.com auch eine funktionsfähige Online-Demo bereit. In dieser ist zwar ein unkomplizierter Einblick in die Administrationsoberfläche möglich. Allerdings handelt es sich dabei um die Standalone-Variante der Affiliate-Software. Das Affiliate-Modul für Gambio ist nicht nur speziell für Ihren Onlineshop zugeschnitten, sondern auch deutlich umfangreicher.

Kostenlos testen

Die zweifelsfrei beste Möglichkeit, sich vor Erwerb des Affiliate-Moduls von dessen Funktionsweise zu überzeugen, ist die kostenlose Testversion. Sie entspricht genau dem Funktionsumfang der Vollversion. Zudem können Sie sämtliche Daten und Einstellungen aus der Testphase bei einem späteren Upgrade auf die Vollversion übernehmen.

[Affiliate-Modul für Gambio jetzt kostenlos testen](#)

Affiliate-Modul bestellen

Die Vorteile eines eigenen Partnerprogramms für Ihren Gambio-Webshop sind zahlreich. Mit Affiliate-Marketing schöpfen Sie bisher ungenutzte Potenziale aus, steigern die Markenbekanntheit, erhöhen die

Reichweite und letztlich den Umsatz. Wenn Sie sich anhand unserer Ausführungen oder der kostenlosen Testversion von der Notwendigkeit eines Affiliate-Programms für Ihren Onlineshop überzeugt haben, würden wir uns über Ihre Bestellung freuen.

- Erstveröffentlichung: 16.12.2017
 - Letzte Aktualisierung: 20.03.2018
 - Autor: Dominik Späte
-



Infos vor dem Kauf des Affiliate-Moduls für Gambio

Online-Version: </infos-vor-dem-kauf-des-affiliate-moduls-fuer-gambio.php>

Mit Hilfe der [kostenlosen Testversion](#) können Sie sich schon vor dem Erwerb unkompliziert und praxisnah von der Funktionalität des [Affiliate-Moduls für Gambio](#) überzeugen. Die weiteren Infos betreffen insbesondere die technischen Voraussetzungen (Gambio Version 3.5.1 oder höher) und Rahmenbedingungen (Modul ist OpenSource und update-resistent).

Des Weiteren versteht sich der angegebene Preis als einmalig zu zahlende Lizenzgebühr inkl. Zugriff auf Updates für 12 Monate. Die Installation in Ihrem Shop übernehmen wir auf Wunsch gerne ohne Aufpreis.

Technische Voraussetzungen des Affiliate-Moduls für Gambio

Online-Version: </technische-voraussetzungen-des-affiliate-moduls-fuer-gambio.php>

Die Webserver-Anforderungen des [Affiliate-Moduls für Gambio](#) sind mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit bereits im Rahmen Ihrer Gambio-Installation erfüllt. Daher ist der Flaschenhals der technischen Voraussetzungen im Normalfall nicht das Webhosting, sondern die Gambio-Version.

 **>=5.5** **>=3.5.1**

Das Affiliate-Modul für Gambio benötigt im Grundzustand weniger als 1 MB an freiem Festplattenspeicher auf Ihrem Webspace. Das ist weniger als ein hochauflösendes Produktbild und sollte keinesfalls ein Problem darstellen.

Des Weiteren sollten ältere als die vom Modul benötigte PHP Version 5.5 keinesfalls mehr im Einsatz sein. In seiner Eigenschaft als Modul erfordert das Affiliate-Programm zudem keine eigene Datenbank, sondern legt die benötigten Tabellen in der vorhandenen MySQL-/MariaDB-Datenbank Ihres Gambio-Onlineshops an.

Kostenlose Testversion

Die lizenzierte Version des Affiliate-Moduls ist OpenSource, d.h., der Quellcode ist einsehbar und auf eigenes Risiko editierbar. Im Gegensatz dazu ist die [kostenlose Testversion](#) verschlüsselt und benötigt einen kostenlosen ionCube-Loader, um lauffähig zu sein. Nähere Informationen dazu finden Sie im [Abschnitt Troubleshooting der Installationsanleitung](#).

Gambio 3.5.1 oder neuer

Mit Version 3.5.1 hat Gambio eine neue, übersichtliche Struktur zur Einbindung von Modulen in den Onlineshop geschaffen. Das Affiliate-Modul baut auf dieser Struktur auf und ist mit älteren Gambio-Versionen folglich nicht kompatibel.

Prinzipiell stehen wir der Anpassung für ältere Gambio-Versionen offen gegenüber und haben auf Anfrage bereits unter 3.0.0 und 3.4.0 lauffähige Versionen bereitgestellt. Wir bitten jedoch um Verständnis, dass bei der Entwicklung die Kompatibilität mit den neuesten Gambio-Versionen sowie neue Features für das Partnerprogramm Vorrang haben. Bei Interesse und Bedarf beachten Sie bitte die gesonderten Hinweise zu [Gambio-Versionen < 3.5.1](#).

Update-Resistenz des Affiliate-Moduls für Gambio

Online-Version: </update-resistenz-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Das [Affiliate-Modul für Gambio-Webshops](#) erfordert keinerlei Änderungen an Original-Dateien der Shopsoftware. Somit sind bei Software-Updates im Normalfall keine zusätzlichen Schritte erforderlich, um die Funktionsfähigkeit des Partnerprogramms zu erhalten.



Beim Affiliate-Modul für Gambio-Onlineshops handelt es sich um ein "echtes" Modul. Als solches stellt es eine Ergänzung zu Ihrer Onlineshop-Software dar, ohne Original-Dateien zu verändern. Sie werden bereits beim [Hochladen der Dateien des Affiliate-Moduls in Gambio](#) feststellen, dass keinerlei Dateien zu überschreiben sind oder gar manuelle Änderungen am Code vorzunehmen wären.

Das heißt, dass Sie im Idealfall die Software Ihres Onlineshops wie gewohnt aktualisieren und das Partnerprogramm ohne weiteres Zutun funktioniert wie vor dem Update. In keinem Fall sind jedoch Änderungen am Quellcode erforderlich.

Aktualisierung des Affiliate-Moduls

Das gleiche gilt natürlich auch umgekehrt. Die Durchführung von Updates zum Affiliate-Programm erfordert keinerlei Änderungen an der Shopsoftware.

Das einzige Konfliktpotenzial bergen seitens Gambio in Updates veränderte Klassen, von denen das Affiliate-Modul erbt. In diesem Fall werden wir selbstverständlich um eine schnellstmögliche Bereitstellung einer mit der neuesten Gambio-Version kompatiblen Version des Affiliate-Moduls bemüht sein.

Das Modul update-sicher erweitern

Auch das Affiliate-Modul selbst ist insbesondere hinsichtlich des Layouts update-sicher erweiterbar. Sämtliche HTML-Templates können Sie nach dem von Gambio bekannten Prinzip Ihren Anforderungen

entsprechend anpassen. Erstellen Sie hierfür einfach Kopien der .html-Dateien und fügen vor der Dateiendung die Zeichenkette -USERMOD ein. Zur Anpassung des Registrierungsformulars beispielsweise kopieren Sie die Datei affiliate.html in affiliate-USERMOD.html. Die HTML-Templates finden Sie in den Verzeichnissen

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates

und

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Admin/Templates

Ebenfalls erweiterbar sind die Helferklassen im Verzeichnis

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Classes/Helpers

Die in den Dateinamen einzufügende Zeichenkette lautet in diesem Fall Usermod. Für Änderungen an den aufklappbaren Informationen zu Bestellungen beispielsweise nehmen Sie Anpassungen an der Datei printOrders.php vor und laden diese als printOrdersUsermod.php auf Ihren Webspace.

In beiden Fällen lädt das Modul ohne Leeren eines Caches zukünftig die "Usermod-Dateien". Konkrete Beispiele zur individuellen Gestaltung von Templates finden Sie unter anderem in den Tutorials [Registrierungsformular anpassen](#) sowie [Partner in eigener Downline registrieren](#).

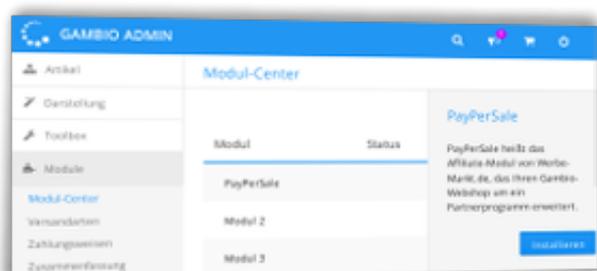
Affiliate-Programm für Gambio installieren

Online-Version: </affiliate-programm-fuer-gambio-installieren.php>

Wenn Sie die [kostenlose Testversion des Affiliate-Programms für Gambio-Onlineshops](#) heruntergeladen, die [lizenzierte Version des Gambio-Affiliate-Moduls](#) erworben haben oder beides, folgen Sie bitte der Installationsanleitung auf dieser Seite.

Die Erweiterung Ihres Webshops um ein Partnerprogramm erfolgt in zwei denkbar einfachen Schritten.

[YouTube Video](#)

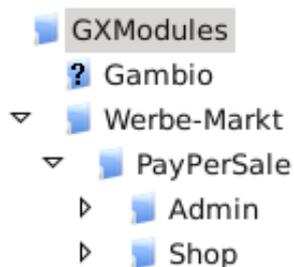


100% abgeschlossen

Installation Test- oder lizenzierte Version

Die Vorgehensweise zur Installation ist bei beiden Versionen identisch. Zunächst laden Sie die entsprechende zip-Datei herunter und entpacken sie. Neben einer install.txt-Datei enthält das entpackte Archiv ein Verzeichnis namens Werbe-Markt.

Datei-Upload



Verzeichnisstruktur

Das Werbe-Markt-Verzeichnis inklusive dessen Inhalt laden Sie mittels Ihres FTP-Programmes in das GXModules-Verzeichnis Ihrer Gambio-Installation, so dass sich eine Verzeichnisstruktur wie auf dem Screenshot zu sehen ergibt.

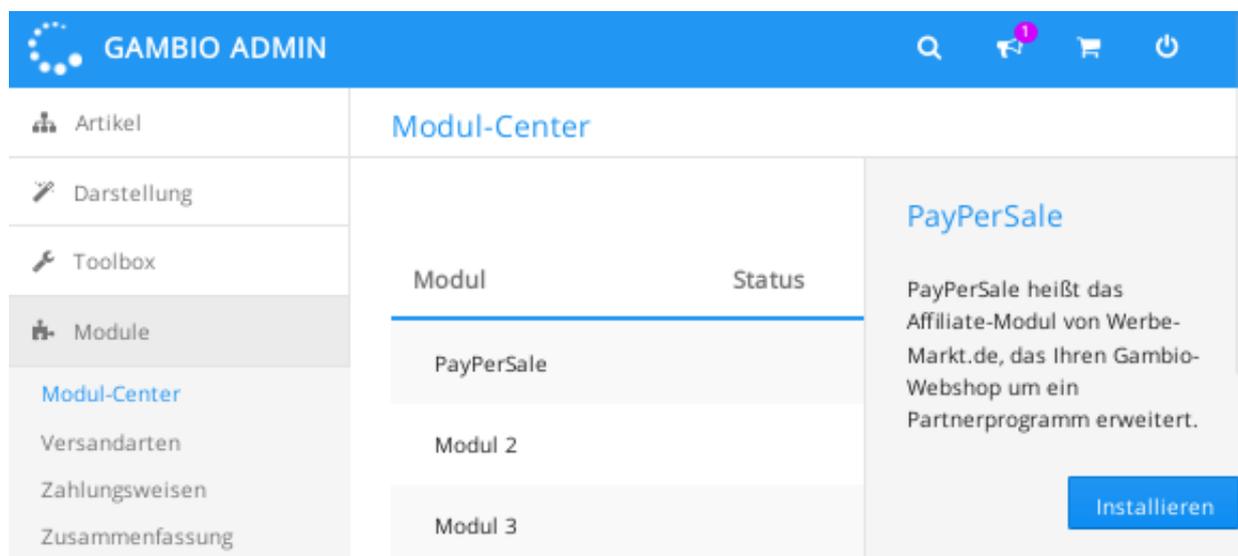
Sollte sich im Wurzelverzeichnis Ihres Shops kein GXModules-Verzeichnis befinden, beachten Sie bitte die Hinweise zu [Gambio-Versionen < 3.5.1](#).

Cache für Modulinformationen leeren

Den aufwendigsten Part der Installation haben Sie mit diesem einfachen Upload bereits hinter sich. Im nächsten Schritt loggen Sie sich in das Admin-Menü Ihres Onlineshops ein. Damit Sie das Affiliate-Programm bequem über das Modul-Center aktivieren können, ist es erforderlich, den *Cache für Modulinformationen* zu leeren. Hierfür betätigen Sie den entsprechenden Ausführen-Button im Admin-Menüpunkt *Toolbox > Cache*.

Affiliate-Modul aktivieren

Nun fehlt lediglich noch die Aktivierung des Moduls. Nach Leeren des Caches rufen Sie das *Modul-Center* im Admin-Menüpunkt *Module* auf.



The screenshot shows the Gambio Admin interface. The top navigation bar is blue with the text 'GAMBIO ADMIN' and several icons. On the left, there is a sidebar menu with items: Artikel, Darstellung, Toolbox, Module (highlighted), Modul-Center, Versandarten, Zahlungsweisen, and Zusammenfassung. The main content area is titled 'Modul-Center' and contains a table with columns 'Modul' and 'Status'. The table lists three modules: 'PayPerSale', 'Modul 2', and 'Modul 3'. To the right of the table, there is a detailed view for the 'PayPerSale' module, which includes the text: 'PayPerSale heißt das Affiliate-Modul von Werbe-Markt.de, das Ihren Gambio-Webshop um ein Partnerprogramm erweitert.' and a blue 'Installieren' button.

Noch ein Button-Klick und Ihr Onlineshop verfügt über ein funktionsfähiges Partnerprogramm.

In der Auflistung verfügbarer Module befindet sich der neue Eintrag PayPerSale. Ein Klick auf diesen zeigt Ihnen rechter Hand zunächst ohnehin bekannte Informationen zum Modul sowie einen Installieren-Button. Betätigen Sie diesen, um das Affiliate-Modul zu aktivieren. Im Anschluss werden Sie automatisch zur Übersichtsseite Ihres neuen Partnerprogramms weitergeleitet.

Upgrade von Test- auf lizenzierte Version

Wenn Sie - wie ausdrücklich empfohlen - zunächst die kostenlose Testversion installiert haben und nun ein Upgrade auf die lizenzierte Version durchführen möchten, ist natürlich keine komplette Neuinstallation erforderlich. Ebenso bleiben alle in der Testversion getätigten Einstellungen, bereits eingetragene Partner etc. erhalten.

Mit Datenübernahme aus Testversion

Um sämtliche Einstellungen und Daten gegenüber der Testversion beizubehalten, tauschen Sie lediglich die Dateien im GXModules-Verzeichnis aus wie oben beschrieben.

Zurücksetzen von Konfiguration und Daten

Möchten Sie hingegen alle Konfigurationseinstellungen und Daten der zuvor installierten Testversion löschen und "bei 0 beginnen", so deinstallieren Sie das PayPerSale-Modul zunächst im Admin-Menü. Anschließend gehen Sie wie bei einer Neu-Installation der Software vor. Bereits vorhandene Dateien und Verzeichnisse innerhalb des GXModules-Verzeichnisses überschreiben Sie dabei einfach.

Die Deinstallation und anschließende erneute Installation des Affiliate-Programms im Modul-Center kommt immer einer Wiederherstellung der Standardeinstellungen und Zurücksetzen von Daten gleich. Dies kann während der Testphase sehr hilfreich sein. Im Produktivbetrieb führt die Deinstallation jedoch logischerweise zu Datenverlust.

Troubleshooting

Kein GXModules-Verzeichnis

Das Affiliate-Modul wurde für Gambio-Onlineshops Version 3.5.1 oder höher entwickelt. Sofern sich im Wurzelverzeichnis Ihres Shops kein Verzeichnis namens GXModules befindet, verwenden Sie vermutlich eine ältere Version als 3.5.1. Beachten Sie daher bitte die entsprechenden Hinweise zu [Gambio-Versionen < 3.5.1](#) und nehmen Sie im Zweifelsfall Kontakt auf.

Fehlender ionCube-Loader (nur Testversion)

Im Gegensatz zur vollkommen quelloffenen lizenzierten Version des Affiliate-Moduls wird die kostenlose Testversion verschlüsselt ausgeliefert und benötigt einen sogenannten "Loader".

ionCube ist relativ weit verbreitet und wird von den Webpace-Paketen namhafter Hosting-Anbieter unterstützt. Zudem benötigen zahlreiche Module anderer Anbieter auch in der lizenzierten Version ionCube. Deshalb stehen die Chancen gut, dass ionCube auf Ihrem Server bereits unterstützt wird.

Dennoch ist es möglich, dass Sie nach Installation der kostenlosen Testversion eine Meldung wie diese sehen:

```
Site error: the file ... requires the ionCube PHP Loader ioncube_loader_lin_7.1.so to be installed
```

In diesem Fall...

- folgen Sie den Hinweisen des Loader Wizards von ionCube
- konsultieren Sie die FAQs Ihres Webhosting-Anbieters
- wenden Sie sich an Ihren Server-Administrator
- beachten Sie die [Anleitung zur serverweiten Installation des ionCube-Loaders](#) oder
- nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

Sollte Ihnen obige Meldung in Zusammenhang mit der lizenzierten Version *begegnen*, stellen Sie bitte sicher, dass beim Datei-Upload wirklich alle Dateien der Testversion durch die gleichnamigen der lizenzierten Version ersetzt wurden.

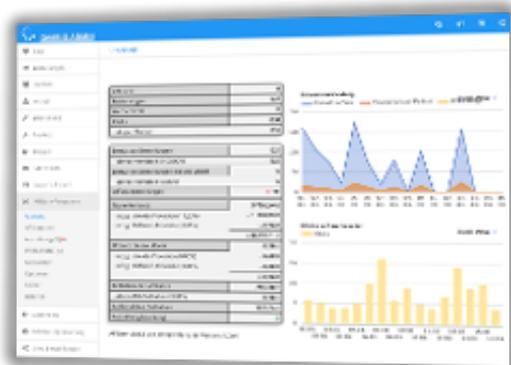
Nach der Installation

In den ersten Schritten nach der Installation sollten Sie natürlich die Möglichkeiten Ihres neuen Partnerprogramms kennenlernen. Hierfür sind folgende Aspekte besonders empfehlenswert:

1. Sehen Sie sich im Partner-Bereich um
Wenn Sie gleich in medias res gehen möchten, betreten Sie doch gleich den Partner-Bereich. Die Software hat bei der Installation ein Affiliate-Account mit Ihren Gambio-Kundendaten angelegt. In der [Partnerverwaltung](#) finden Sie einen Login-Link, der Sie direkt in den Partner-Bereich führt.
2. Machen Sie sich mit den Konfigurationseinstellungen vertraut
Das Script hat einige Angaben zur Konfiguration von Gambio übernommen. Im [Admin-Menüpunkt Optionen](#) haben Sie die Möglichkeit, diese zu prüfen und bei Bedarf anzupassen. So legt die Software beispielsweise einen Standard-Provisionssatz von 10% fest, den Sie natürlich Ihren Vorstellungen entsprechend ändern können.
3. Einstellungen zum Affiliate-Account kennenlernen
Die [Affiliate-Details im Admin-Menü](#) machen den Umfang der Möglichkeiten deutlich, die Ihnen Ihr neues Partnerprogramm bietet. Mittels Provisions-Einstellungen und Gutschein-Zuweisungen bekommen Sie schnell ein Gefühl dafür, welches Potenzial Ihnen die Software in puncto Affiliate-Marketing zu bieten hat.

Sobald Sie die nötigen Einstellungen überprüft bzw. Ihren Vorstellungen entsprechend angepasst haben, steht der Veröffentlichung Ihres Partnerprogramms nichts mehr im Wege. Lesen Sie hierfür bitte die [Informationen zur Anbindung des Partnerprogramms im Frontend Ihres Gambio Onlineshops](#).

Sofern Sie bisher nur die kostenlose Testversion installiert haben und sich bereits davon überzeugen konnten, dass das Modul Ihren Anforderungen an eine professionelle Affiliate-Marketing-Lösung gerecht wird, sollte auch dem Erwerb der [Vollversion](#) nichts mehr im Wege stehen.



Administration des Affiliate-Moduls für Gambio

Online-Version: </administration-des-affiliate-moduls-fuer-gambio.php>

Das [Affiliate-Modul für Gambio](#) fügt sich nahtlos in den Admin-Bereich Ihres Gambio-Onlineshops ein. Die Menübox Affiliate-Programm umfasst 8 Menüpunkte, mit deren Hilfe Sie wichtige Einstellungen zur Ihrem Partnerprogramm vornehmen können und administrative Aufgaben erledigen.

Statistik im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </statistik-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Die *Statistik* Ihres Partnerprogramms ist zugleich die Einstiegsseite in die Administrationsoberfläche des [Affiliate-Moduls](#), die Sie durch Klick auf den Titel der Menübox *Affiliate-Programm* im Admin-Menü Ihres Shops erreichen. Sie liefert Ihnen alle relevanten Zahlen zu Ihrem Partnerprogramm auf einen Blick, insbesondere zu Bestellungen und Umsätzen, Provisionen, Guthaben und Auszahlungen.



Bedeutung der Zahlen

Affiliates

Aus der ersten Zeile geht die Gesamtzahl bei Ihrem Partnerprogramm registrierter Affiliates unabhängig von deren Status hervor.

Bestellungen

Die Summe aller Kundenbestellungen, die das [Affiliate-Modul](#) erfasst hat. Dabei gilt es zu beachten, dass das Modul nur Bestellungen erfasst, die eine Provision nach sich ziehen. Dafür wiederum sind zwei Bedingungen erforderlich:

1. Die Bestellung ist von einem aktiven Partner vermittelt.
2. Die errechnete Provision für die Bestellung ist größer als 0.

Werbemittel

Sofern Sie im [Gambio-Backend Werbemittel](#) hochgeladen haben und Ihren Partnern zur Verfügung stellen, sehen Sie an dieser Stelle die Anzahl. Die Verwendung von Werbemitteln ist rein optional. Die Weitergabe von Empfehlungslinks oder Coupon-Codes ist für den erfolgreichen Betrieb des

Partnerprogramms völlig ausreichend.

Klicks

Hinter *Klicks* verbirgt sich die Anzahl vom Modul erfasster Aufrufe von Empfehlungslinks. Unter Umständen spiegelt sich nicht jeder Aufruf eines Affiliate-Links in der Klick-Statistik wider. Hintergrundinformationen finden Sie im Hilfethema [Warum werden nicht alle Klicks gezählt?](#) Die Zeile *diesen Monat* verrät Ihnen die im laufenden Kalendermonat erzielte Anzahl Klicks bzw. Aufrufe von Affiliate-Links.

Bestätigte Bestellungen

Bestätigte Bestellungen sind alle Kundenbestellungen, für die der Vermittler bereits seine Provision erhalten hat. Gemäß Ihren Vorgaben im [Gambio-Backend unter Affiliate-Programm > Optionen](#) müssen zwei Bedingungen erfüllt sein, damit das Modul eine vermittelte Bestellung als bestätigt einstuft und der Partner seine endgültige Provisionsgutschrift erhält:

1. Die Bestellung hat gemäß Gambio-Bestellverwaltung einen unter Optionen angegebenen Status (z.B. *versendet* oder *abgeholt*).
2. Die angegebene Anzahl Tage ist seit der letzten Änderung des Bestellstatus' verstrichen. Dieser Zeitversatz trägt der Stornierung vermittelter Bestellungen und insbesondere dem Widerrufsrecht Rechnung.

Da das Modul nur vermittelte Bestellungen erfasst, sollte sich der Anteil vermittelter Bestellungen stets auf 100% belaufen. Der Wert in der Zeile hat also praktisch nur Prüfsummencharakter. Ausnahme: Sie haben Partner gelöscht, die bereits erfolgreich als Vermittler tätig waren. In diesem Fall bleiben die betroffenen Bestellungen als *nicht vermittelt* in der Datenbank bestehen.

Ausschlaggebend für die Anzahl *Bestätigte Bestellungen diesen Monat* ist nicht das Datum der Bestätigung, sondern das Bestelldatum.

Offene Bestellungen

Im Umkehrschluss zu den beiden Bedingungen für *Bestätigte Bestellungen* haben *Offene Bestellungen* entweder

- keinen unter *Zeitpunkt Provisionsgutschrift* definierten Status wie z.B. *versendet* oder
- sie haben den Status noch nicht für die erforderliche Dauer in Tagen.

Datum	Kunde	Partner	Provision	Bestellung
17.12.2017 20:44	Klaus Kunde	Max Mustermann	0,75 €	3 Offen
25.01.2018 12:13	Jim Shepper	Max Mustermann	4,50 €	16 Offen
13.03.2018 13:49	Gabi Kauf	Max Mustermann	1,26 €	18 Offen

Details zu offenen Bestellungen

Durch Klick auf die Anzahl oder das Auge-Symbol erfahren Sie nähere Informationen zu den offenen Bestellungen einschließlich des aktuellen Status gemäß Gambio-Bestellverwaltung und Link zu den Details der Bestellung im Gambio-Adminbereich.

Gesamtumsatz

Der Gesamtumsatz bezieht sich wiederum nur auf die vom Affiliate-Modul erfassten Bestellungen. Davon ausgehend, dass nicht jeder Kundenbestellung in Ihrem Onlineshop die Vermittlung durch einen Affiliate zugrunde liegt, ist der Betrag also niedriger als der insgesamt mit Ihrem Onlineshop erwirtschaftete Erlös.

Die darauffolgende Aufschlüsselung unterstützt Sie bei der Validierung Ihrer Kalkulation. Eine pauschale Provision von z.B. 10% bei einem einstufigen Partnerprogramm hat als unbekanntes Faktor lediglich den Anteil zu provisionierender Erlöse am Gesamtumsatz. [Multi Level Marketing](#) oder unterschiedliche [Provisionen auf verschiedenen Ebenen](#) hingegen lassen nur Kostenschätzungen zwischen Best und Worst Case zu.

Die transparente Berechnung zeigt Ihnen die tatsächlich entstandenen Kosten durch die direkte Vermittlung und Ebenenstruktur. In die Berechnung fließen nur bereits bestätigte Bestellungen ein. Ausschlaggebend für die Zahlen unter *Umsatz diesen Monat* ist das Bestelldatum.

Guthaben der Affiliates

Das aktuelle Guthaben der Affiliates umfasst alle bestätigten Provisionsgutschriften, die noch nicht in einer getätigten Auszahlung verbucht sind. Zur Auszahlung beantragtes Guthaben ist also in dieser Summe noch enthalten.

Sofern Sie Provisionen über mehrere Ebenen gewähren, sehen Sie in der Zeile *davon Ref-Guthaben* den Anteil am aktuellen Affiliate-Gesamtguthaben, der auf indirekte Vermittlungen zurückzuführen ist.

Während *Ausbezahltes Guthaben* den Gesamtbetrag bereits getätigter Auszahlungen in Euro repräsentiert, zeigt Ihnen *Auszahlung beantragt* lediglich die Anzahl noch nicht getätigter Auszahlungen.

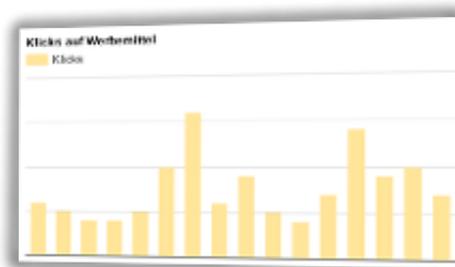
Umsatzentwicklung



Flächendiagramm Umsatzentwicklung

Im Gegensatz zur tabellarischen Übersicht sind im Flächendiagramm auch Umsätze noch unbestätigter Bestellungen enthalten. Der Status spiegelt sich jedoch in den beiden weiteren Flächen wider: *Provisionen an Partner* visualisiert bereits bestätigte Provisionen, *Unbestätigt* die noch offenen. Die freie Auswahl darzustellender Zeitintervalle ermöglicht historische Vergleiche bis zurück zur ersten vom Affiliate-Modul erfassten Bestellung.

Klicks auf Werbemittel



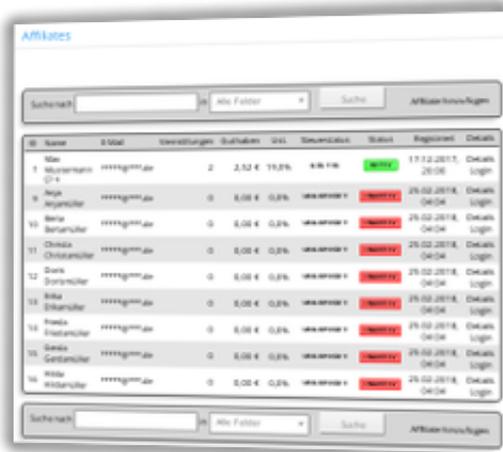
Balkendiagramm Klick-Statistik

Das Affiliate-Modul ermöglicht den Betrieb eines Partnerprogramms auf PayPerSale-Basis. Beim Tracking mit Hilfe von Coupons ist zudem kein Aufruf eines Empfehlungslinks erforderlich, um Bestellungen zu vermitteln. Die graphische Darstellung von Klicks bzw. Aufrufen von Empfehlungslinks hat daher rein statistische Bedeutung. Sie kann jedoch Aufschluss über die Aktivität Ihrer Partner geben.

Partnerverwaltung im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: [/partnerverwaltung-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php](#)

Der Menüpunkt *Affiliates* ist die Schaltzentrale, wenn es um die Verwaltung bei Ihrem Partnerprogramm registrierter Teilnehmer geht. Während Ihnen die Übersicht mit obligatorischer Such- und Filterfunktion die wichtigsten Daten der Partner präsentiert, geben Ihnen die [Affiliate-Details im Gambio-Backend](#) Einblick in sämtliche Angaben und Einstellungen zum jeweiligen Partner.



ID	Name	E-Mail	Registrierungen	Guthaben	USt	Steuerstatus	Status	Registriert	Details
1	Max Mustermann GmbH	max@mustermann.de	2	2,52 €	19,0%	aktiv	aktiv	13.12.2017, 20:06	Details Login
8	John Doe	john@doe.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login
10	Bella Bernauer	bella@bernauer.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login
11	Olivia Osterwalde	olivia@osterwalde.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login
12	Dani Dornfelder	dani@dornfelder.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login
13	Isa Elbauer	isa@elbauer.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login
14	Wesli Wenzel	wesli@wenzel.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login
15	Sarah Gerber	sarah@gerber.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login
16	Wita Witzler	wita@witzler.de	0	0,00 €	0,0%	inaktiv	inaktiv	25.02.2018, 04:04	Details Login

ID ist die eindeutige Kennung eines jeden Affiliate, die das Modul gemäß Ihrer Auswahl bei *Affiliate-ID-Vergabe* im [Menüpunkt Optionen des Affiliate-Programms](#) zuweist. Sofern vorhanden, macht Sie das Modul mittels eines Sprechblasen-Symbols rechts neben des Namens auf Notizen zum jeweiligen Partner aufmerksam.

Anhand der Sortierung nach Anzahl erfolgreicher Vermittlungen oder dem aktuellen Guthaben finden Sie schnell besonders aktive oder inaktive Partner. Informationen zum Umsatzsteuersatz, Steuerstatus und Status finden Sie in der Beschreibung der [Affiliate-Detailseite im Gambio-Adminbereich](#).

Die Sortierung nach Registrierungsdatum ist insbesondere dann hilfreich, wenn Sie die Affiliate-ID als Zufallszahl vergeben, die keine Rückschlüsse auf die Chronologie der Registrierungen zulässt.

Affiliate hinzufügen

Der Link *Affiliate hinzufügen* führt Sie auf das Registrierungsformular für neue Partner. Im Unterschied zur gewöhnlichen Registrierung können Sie jedoch als Administrator selbst entscheiden, ob der von Ihnen eingetragene Partner eine Bestätigungs-E-Mail erhalten oder direkt den Status *aktiv* bekommen soll. Für erstgenannten Fall aktivieren Sie das Kontrollkästchen vor *Aktivierungs-E-Mail senden*.

Login

In der letzten Spalte sehen Sie zusätzlich zum Link zur [Detailansicht des Affiliates im Gambio-](#)

[Adminbereich](#) einen *Login* betitelten Link. Durch Klick auf diesen nehmen Sie die Rolle des jeweiligen Affiliates ein. Sie werden ohne Passworteingabe direkt in dessen Login-Bereich geleitet. Diese Option ist insbesondere dann hilfreich, wenn Sie mit Fragen hinsichtlich bestimmter Zahlen oder Darstellungen im Login-Bereich konfrontiert werden.

Affiliate-Details

Die Affiliate-Details sind der spannendere Part des Menüpunkts. Ein Klick auf den Link *Details* führt Sie zur umfangreichen [Detailansicht des Affiliate-Accounts im Gambio-Backend](#) mit Statistiken spezifischen Einstellungsmöglichkeiten zum jeweiligen Partner.

Verwaltung von Auszahlungen im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </verwaltung-von-auszahlungen-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Die tabellarische Übersicht enthält die Auszahlungs-Nr., Name und E-Mail-Adresse des begünstigten Partners, die angeforderte Summe sowie das Antrags- und Durchführungsdatum. Bei der Auszahlungs-Nr. handelt es sich um eine laufende Nummer, die das [Modul](#) jeder neuen Auszahlung automatisch zuweist. Da die übrigen Daten wenig Spielraum für Unklarheiten bieten, lesen Sie nachfolgend Infos zum Ablauf.



Ausz.-Nr.	Partner	E-Mail	Betrag	Beantwortet am	Getätigt am	Details
1	Max Mustermann	*****	1,50 €	23.07.2018	23.07.2018	Details

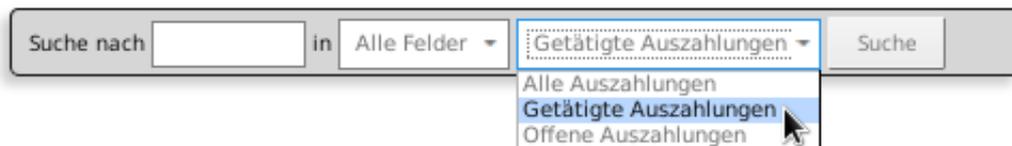
Generierung von Auszahlungen

Auszahlungen generiert das Modul nicht automatisch, sondern sie entstehen ausschließlich durch Beantragung seitens der Affiliates im Login-Bereich. Die drei nachfolgenden Bedingungen muss der Partner erfüllen, um eine Auszahlung beantragen zu können:

1. Sein bestätigtes Guthaben muss mindestens der im [Menüpunkt Optionen des Affiliate-Programms im Gambio-Backend](#) festgelegten Auszahlungsgrenze entsprechen.
2. Sein Steuerstatus muss *geprüft* lauten. Dies ist beispielsweise auch dann der Fall, wenn er keine Ust-IdNr. angegeben hat.
3. Es darf keine noch offene Auszahlung für den Partner vorliegen, denn das Modul sieht keine zwei parallelen ungetätigten Auszahlungen für denselben Partner vor.

Getätigte Auszahlungen

Zwei unter Umständen nützliche Hinweise zu getätigten Auszahlungen noch, bevor wir mit der [Detailansicht einer Auszahlung im Gambio-Backend](#) zum spannenderen Part der Auszahlungsverwaltung kommen.



Leere Suche in getätigten Auszahlungen

Führen Sie eine leere Suche unter Auswahl von *Getätigte Auszahlungen* durch, um alle getätigten Auszahlungen angezeigt zu bekommen. Vorausgewählt beim Aufruf des Menüpunkts sind nur *Offene Auszahlungen*.

Wenn Sie die Auszahlungsmethode Kunden-Guthabenkonto aktiviert haben, das Affiliate-Account mit einem Kundenkonto verknüpft ist und der Partner diese Auszahlungsmethode gewählt hat, erfolgt die Umbuchung des Guthabens in dem Moment automatisch, in dem der Partner die Auszahlung beantragt. Das heißt, dass das Modul zwar auch in diesem Fall eine Auszahlung generiert. Diese bekommt jedoch automatisch den Status *getätigt*.

Auszahlung-Details & PDF-Gutschrift

Umfangreicher als die Übersicht der Auszahlungen sind die [Auszahlungs-Details im Gambio-Backend](#), die Sie durch Klick auf den Link *Details* in der rechten Spalte der Tabelle erreichen.

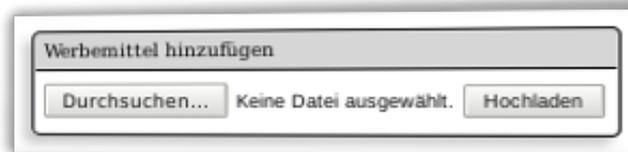
Werbemittel-Verwaltung im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </werbemittel-verwaltung-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Mit dem Partnerlink-Generator und dem Coupon-Tracking stehen im [Affiliate-Modul für Gambio](#) bereits moderne und effiziente Mittel zur Kundenwerbung bereit. Der Admin-Menüpunkt *Werbemittel* gibt Ihnen zusätzlich die Gelegenheit, Ihren Partnern Werbebanner zur Einbindung in die eigene Website zur Verfügung zu stellen .



Werbemittel hinzufügen



Grafik auswählen, Hochladen-Button betätigen - schon steht Ihren Affiliates ein neues Werbemittel zur Verfügung

Oberhalb der Auflistung bereits vorhandener Werbemittel finden Sie das *Werbemittel hinzufügen* betitelte Formular. Dessen einzige Funktionalität ist es, Ihnen den Upload einer Grafik im JPEG-, GIF- oder PNG-Format zu ermöglichen.

Auf diese Weise hochgeladene Werbebanner stehen Ihren Partnern ohne Zeitverzögerung direkt im Partner-Menüpunkt *Werbemittel* zur Auswahl. Den unterhalb der Grafik in einem Textfeld zu sehenden HTML-Code generiert das Modul automatisch. Um unnötige Irritation zu vermeiden, ist der Partner-Menüpunkt *Werbemittel* im Übrigen nur sichtbar, wenn mindestens ein Werbemittel eingetragen ist.

Begegnen Ihnen Permission denied-Fehlermeldungen beim Aufruf der Seite oder fehlgeschlagenem Upload einer Datei, stellen Sie bitte sicher, dass innerhalb des media-Verzeichnisses Ihrer Gambio-Installation ein Verzeichnis namens banner existiert und beschreibbar ist. Das ist der Ort, in dem das Modul hochgeladene Werbebanner ablegt.

Eingetragene Werbemittel

Das Modul gruppiert hochgeladene Werbemittel automatisch anhand ihrer Größe (Länge x Breite). Auf diese Weise können Sie schnell erkennen, ob alle gängigen bzw. gewünschten Formate abgedeckt sind.

Unterhalb der Bilddatei selbst zeigt Ihnen das Modul zu jedem Werbemittel den Dateinamen, die Abmessungen der Grafik sowie die beiden Optionen *Löschen* und *Ändern*.

Werbemittel löschen

Mit Klick auf den Löschen-Link entfernen Sie die Grafik vom Server und den zugehörigen Eintrag aus der Datenbank. Entsprechend ist das Banner auch auf Partnerseiten nicht mehr abrufbar, in denen es möglicherweise bereits eingebunden war. Folglich empfiehlt sich eine Vorankündigung des Löschens von Werbemitteln, wenn Sie nicht ausschließen können, dass Partner ein zu löschendes Banner bereits nutzen.

—

Vorgenanntes Problem entsteht nicht, wenn Sie die *Werbemittel ändern*-Funktion für den Austausch von Bannern nutzen und das neue Werbebanner den gleichen Dateinamen hat wie das überschriebene. In diesem Fall erscheint das neue Banner auf der Website der Publisher, ohne, dass diese den eingebundenen HTML-Code ändern müssten. Dennoch sollten Sie Ihre Affiliates natürlich auf den Austausch der Werbemittel aufmerksam machen, z.B. via Newsletter.

Newsletter an Ihre Partner senden im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </newsletter-ihre-partner-senden-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Für den unkomplizierten Versand von Mitteilungen an registrierte Partner steht Ihnen der Admin-Menüpunkt *Newsletter* des [Affiliate-Moduls für Gambio](#) zur Verfügung. Einfach das gewünschte Format auswählen, Betreff und Mailtext angeben und schon sind Ihre Vertriebspartner über Neuigkeiten zu Ihrem Partnerprogramm informiert.



The screenshot shows a web form titled "Newsletter". It has a header "Newsletter" in blue. Below it, there are four main sections: "Empfänger:" with a dropdown menu showing "Affiliates (4)", "Format:" with a dropdown menu showing "Text", "Betreff:" with a text input field, and "Mailtext:" with a larger text area. At the bottom right of the form is a blue button labeled "Senden".

Newsletter senden Angaben

Das Auswahlfeld für die *Empfänger* ist lediglich aus historischen Gründen im Affiliate-Modul enthalten. Allerdings liefert es Ihnen die Information, wie viele registrierte Partner den Newsletter erhalten werden.

Mit der bei *Format* zu treffenden Auswahl entscheiden Sie, ob das Modul die E-Mail als Klartext oder HTML versenden soll. Während Klartext für kurze Mitteilungen im Normalfall ausreicht, ermöglicht das HTML-Format die Verwendung responsiver Templates, Bilder etc. Entsprechend Ihrer getroffenen Auswahl ist der Mailtext anzugeben.

Der Versand selbst

Klicken Sie auf den *Senden*-Button, um den Newsletter-Versand zu starten. Der Versand selbst verläuft so, dass das Modul im Abstand von 2 Sekunden jeweils 5 Newsletter an den Mailserver übermittelt. Auf diese Weise werden Komplikationen in Zusammenhang mit Serverlimits vermieden und das Risiko einer Überlastung des Mailservers oder auch von automatischen Blacklist-Einträgen minimiert. Bitte lassen Sie das Browser-Fenster bzw. Tab geöffnet, bis das Modul den erfolgreichen Abschluss des Versands meldet.

Anbindung externer Newsletter-Tools

Wie zahlreiche weitere Features im Gambio-Onlineshop ist eine Funktion für den Newslettersversand zwar nominell vorhanden, für den praktischen Einsatz jedoch nicht geeignet. Daher werden Sie als Shopbetreiber vermutlich schon auf die professionelle E-Mail Marketing Lösung eines Drittanbieters wie CleverReach oder MailChimp zurückgreifen.

Entscheiden Sie daher selbst, ab welcher Anzahl registrierter Partner sich die Synchronisation des Datenbestandes mit einem externen E-Mail Marketing Tool lohnt. Hinweise für den Datenabgleich bzw. Export der Affiliate-Daten finden Sie im Abschnitt [E-Mail Marketing Tools auf der Hilfeseite zum Newslettersversand](#) in der Standalone-Variante der Affiliate-Software. Kurz gefasst ist es die Datenbank-Tabelle pay_affiliates, die E-Mail-Adressen und Platzhalter wie Vor- und Zuname der Partner enthält.

Allgemeine Optionen und Einstellungen im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </allgemeine-optionen-und-einstellungen-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Der Menüpunkt *Optionen* des [Affiliate-Moduls für Gambio](#) bietet eine Vielzahl von Einstellungsmöglichkeiten zu Ihrem Partnerprogramm. Einige davon sind optional und nicht für jeden Anwendungsfall erforderlich, weil Sie beispielsweise nur in Zusammenhang mit Multi-Level-Marketing zum Tragen kommen.

Des Weiteren treffen Sie einige Standard-Einstellungen wie z.B. den Provisionsatz, Auszahlungsmethoden oder die Einsicht in Kunden- und Downlinedaten, die Sie auf Ebene der einzelnen Affiliates bei Bedarf anpassen können.

In jedem Fall umfasst der Admin-Menüpunkt *Optionen* Konfigurationseinstellungen, die Sie nur einmalig nach [Installation des Affiliate-Moduls in Gambio](#) oder in der Folge höchst selten ändern werden. Lassen Sie sich daher vom Umfang der Einstellungen bitte nicht abschrecken.



E-Mail und Name

E-Mail:	info@meinshop.de
Name des Partnerprogramms:	MeinShop Partnerprogramm

E-Mail und Name Ihres Partnerprogramms

Die Daten für E-Mail-Adresse und Name Ihres Partnerprogramms hat das Modul bei der Installation

bereits mit den Werten aus Ihrer Gambio-Konfiguration befüllt. Beide Angaben dienen beim Versand von E-Mails durch das Modul (z.B. Registrierungsbestätigungen oder Newsletter) als Absenderdaten.

E-Mail an Admin



E-Mail an Admin:	<input checked="" type="checkbox"/>	Benachrichtigung bei neuem Affiliate
	<input checked="" type="checkbox"/>	Benachrichtigung bei Auszahlungsanforderung

Admin-Benachrichtigungen de-/aktivieren

Entscheiden Sie mittels der beiden Optionen unter *E-Mail an Admin*, ob Sie über die Neuregistrierung von Affiliates und/oder neuen Anträgen auf Auszahlung des Guthabens seitens der Partner per E-Mail informiert werden möchten oder nicht.

Auszahlungsgrenze

Im Eingabefeld *Auszahlung möglich ab* definieren Sie die sog. Auszahlungsgrenze. Das ist der Betrag in Euro, den ein Affiliate mindestens durch bestätigte Provisionen erwirtschaftet haben muss, um die Auszahlung seines Guthabens im Partner-Bereich beantragen zu können.

IP Sperre für Statistik

Wie aus der Beschriftung des Eingabefeldes bereits hervorgeht, dient das in Sekunden anzugebende Limit lediglich der Erfassung von Klicks für die Statistik. Tragen Sie einen Wert von 0 ein, erfasst das Modul jeden Aufruf eines Empfehlungslinks als Klick. Einschränkungen hierzu und weitere Informationen finden Sie auf der Hilfeseite [Warum werden nicht alle Klicks gezählt?](#) in den FAQs zum Affiliate-Modul.

Cookies speichern

Das Eingabefeld *Cookies speichern* erwartet die Angabe der Vorhaltezeit von Tracking-Cookies in Tagen. Das heißt, für die hier angegebene Dauer bleibt ein im Zuge des Affiliate-Link-Aufrufs gesetztes Cookie aktiv, um einen Kunden oder neuen Partner seinem Empfehlungsgeber zuordnen zu können.

Standard-Provision

Der unter Standard-Provision angegebene Prozentsatz greift immer dann, wenn für einen einzelnen Affiliate, einen eingelösten Gutschein oder ein einzelnes Produkt kein abweichender Wert hinterlegt ist. Mehr Informationen zur Rangfolge finden Sie im Hilfethema [Rangordnung der Provisionsangaben](#).

Zeitpunkt Provisionsgutschrift



Zeitpunkt Provisionsgutschrift:	0	Tage nach Änderung des Bestellstatus in
	Versendet	oder...

Status und Zeitversatz für endgültige Provisionsgutschrift

Wie der prägnante Titel es bereits verrät, können Sie Affiliates die Provision zeitversetzt zum Zahlungseingang gutschreiben lassen. Hintergrund ist ganz einfach das Widerrufsrecht für Verbraucher in der EU, aber auch nachträgliche Zahlungsausfälle durch Lastschriftrückgaben oder zurückgebuchte Kreditkartenzahlungen etc. Die freie Angabe zum Zeitpunkt der Provisionsgutschrift bietet Ihnen relative Sicherheit, indem sie das Risiko minimiert, Auszahlungen an Affiliates zu tätigen, denen stornierte Kundenbestellungen zugrunde liegen.

Tragen Sie in das erste Eingabefeld die Anzahl Tage ein, die die Frist zwischen Statusänderung der Bestellung und bestätigter Provisionsgutschrift an den Partner repräsentiert. Im darauffolgenden Auswahlfeld wählen Sie den Bestellstatus, ab dessen Erreichen die Frist beginnt. Üblicherweise ist dies ein Status wie *Versendet* und eine Frist von 14 - 21 Tage.

Da Gambio nicht zwangsläufig einen einheitlichen Status für abgeschlossene Bestellungen verwendet, können Sie mehrere Bestellstadien auswählen, die sinngemäß dem Status *Bestellung abgeschlossen* entsprechen. Ein weiterer solcher Bestellstatus könnte z.B. *abgeholt* heißen.

Provisionsgutschrift

Ging es im vorangegangenen Abschnitt um den Zeitpunkt der Provisionsgutschrift, so geht es nun um die Häufigkeit oder Zeitspanne der Vergütung. Folgende Optionen stehen zur Auswahl:

- *Nur bei Erstbestellung*
Der Empfehlungsgeber erhält einmalig eine Provision für die Vermittlung des neuen Kunden - ungeachtet etwaiger weiterer Bestellungen durch denselben Kunden.
- *Bei Erstbestellung und allen Folgebestellungen binnen 30 Tagen*
Ein Mittelweg aus vor- und nächstgenannter Option: Sollte der geworbene Kunde binnen 30 Tagen weitere Bestellungen tätigen, erhält der Partner auch für diese noch eine Provision. Den Zeitraum (in dem Fall 30 Tage) bezieht das Modul dabei automatisch aus der Cookie-Vorhaltezeit.
- *Bei allen Bestellungen des erworbenen Kunden*
Wählen Sie diese Option, um Ihren Partnern "lebenslange" Provisionen zu gewähren. Die Werber-Kunde-Zuordnung bleibt dauerhaft in der Datenbank gespeichert. Der Empfehlungsgeber erhält für alle zukünftigen Bestellungen des Kunden eine erneute Provision.
- *Immer, wenn Tracking-Cookie aktiv oder Affiliate-Gutschein eingelöst*
Mit dieser Option setzen Sie die serverseitige Speicherung der Werbe-Kunde-Korrelation quasi außer Kraft. Entscheidend ist immer, ob der jeweiligen Bestellung eine Vermittlung zugrunde liegt.

Was passiert nun, wenn es zu Überschneidungen kommt, also ein Kunde beispielsweise mittels Empfehlungslink von Partner A und Gutscheincode von Partner B bestellt? Antworten auf diese und weitere Fragen finden Sie im Hilfethema [Tracking-Szenarien: Verschiedene Empfehlungsgeber](#).

Auszahlungsmethoden



Standardmäßige aktive Auszahlungsmethoden

Wählen Sie aus Bank, PayPal, Moneybookers und Kunden-Guthabenkonto diejenigen Auszahlungsmethoden aus, die Ihren Partnern standardmäßig als bevorzugte Zahlweise für den Erhalt von Provisionen zur Auswahl stehen sollen. Bei Bedarf können Sie in den [Affiliate-Details](#) einzelnen Partner unterschiedliche Auszahlungsmethoden anbieten. Für die Zahlweise *Kunden-Guthabenkonto* ist Voraussetzung, dass das betreffende Affiliate-Account mit einem Kundenkonto verknüpft ist.

Basis für Provisionsberechnung



Brutto-, Nettopreise oder Gesamtbestellwert

Die *Basis für Provisionsberechnung* und den darauffolgende Einstellungsmöglichkeiten wirken vielleicht zunächst etwas kompliziert. Tatsächlich geht es aber nur darum, unterschiedlichen Vorstellungen Rechnung zu tragen, wie im Falle von Kundenrabatten verfahren werden soll.

Entscheiden Sie sich für die Auswahl *Produkt-Nettopreise*, ignoriert das Modul mögliche Rabatte, die der Kunde bei der Bestellung erhält. Der Affiliate bekommt also die Provision in genau der Höhe, als hätte der Kunde keinen Rabatt erhalten.

Das gilt in gleichem Maße für die Option *Produkt-Bruttopreise*, wobei die Kalkulation auf Basis von Bruttopreisen wohl eher unüblich ist.

Wählen Sie die Option *Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte* erhält der Partner die Provision gemäß für ihn geltendem Provisionssatz, allerdings auf den rabattierten Produktpreis.

Ein Kunde kauft ein Produkt zum Nettopreis von 10,- EUR und löst dabei einen 10% Rabattgutschein ein. Für seinen Empfehlungsgeber gilt ein Provisionssatz von 10%. Mit Auswahl von *Produkt-Nettopreise* erhält der Partner 1,00 EUR Provision, bei *Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte* nur 0,90 EUR.

Reduzierung der Provision bei Rabatten

Mit den beiden Einstellungen zur Gutschein-Einlösung und Rabatt gemäß Kundengruppe können Sie Rabatte für Kunden noch stärker zu Lasten der Partnerprovision berücksichtigen. Ob der Rabatt aus einer Gutscheineinlösung oder der Kundengruppenzugehörigkeit stammt, ist für das folgende Beispiel unerheblich.

Gehen wir davon aus, dass ein Kunde einen Artikel für 10,- EUR netto bestellt und 20% Rabatt erhält. Für den Werber gilt ein Provisionsatz von 10% und Sie haben eine Reduzierung der Provision um 40% des Rabatts konfiguriert. Da es unterschiedliche Steuersätze berücksichtigen muss etc., errechnet das Modul zunächst die einzelnen Summen. Diese sind ein Artikel zu 10,- EUR, ein Rabatt von 2,- EUR und eine reguläre Provision von 1,- EUR. Von diesem 1,- EUR zieht das Modul nun 40% von 2,- EUR Rabatt ab, also 0,80 EUR. Die verbleibende Provision beläuft sich folglich auf 0,20 EUR.

In Anlehnung an das Beispiel: Bei einer Reduzierung von mehr als 50% wäre die Provision im negativen Bereich. Das Modul verbucht selbstverständlich keine Provisionen, die kleiner oder gleich 0 sind. In diesem Fall würde der Affiliate schlichtweg keine Provision erhalten. Sie können auf diese Weise also durch Eingabe eines entsprechend hohen Prozentsatzes bewirken, dass Bestellungen unter Einsatz von Rabattgutscheinen oder Kundengruppenrabatten von der Vermittlung ausgeschlossen sind.

Für konkrete Fallbeispiele mit Testbestellungen und detaillierten Rechenexempeln besuchen Sie bitte das Hilfethema [Fallbeispiele Provisionseinstellungen](#).

Eigenwerbung

Eigenwerbung meint in diesem Kontext, dass ein Affiliate gleichzeitig als Kunde aktiv ist und eine Bestellung so generiert, dass er selbst die Provision erhält. Bei manchen Partnerprogrammen ist dieses Vorgehen ausdrücklich untersagt, bei anderen zulässig.

Aktivieren Sie das Kontrollkästchen *nicht provisionieren*, wenn Eigenwerbung bei Ihrem Partnerprogramm nicht erwünscht ist und Sie ganz plumpe Versuche oder versehentliche Bestellungen unterbinden möchten. Das Modul zeigt keine Warnhinweise oder würde gar Sperren aussprechen. Es erfolgt lediglich keine Provisionsgutschrift, wenn eine dieser beiden Bedingungen erfüllt ist:

1. Der Kunde ist während der Bestellung gleichzeitig als sein eigener Werber eingeloggt.
2. Das Konto des Kunden ist mit dem Affiliate verknüpft, der die Provisionsgutschrift für die Bestellung erhalten würde.

Letztgenannter Punkt entspricht im Übrigen genau einem CashBack-System. Wenn Sie also Kunden die Möglichkeit einräumen möchten, sowohl für eigene Bestellungen als auch Neukundenwerbung Guthaben für zukünftige Bestellungen zu sammeln, müssen Sie Eigenwerbung zulassen, d.h., die Option deaktiviert lassen.

Einsicht in Kundendaten

An dieser Stelle treffen Sie die Auswahl, welche Daten vermittelter Kunden für den Empfehlungsgeber sichtbar sein sollen. Hier gilt es, einen Kompromiss aus datenschutzrechtlichen Aspekten einerseits und

Transparenz und Nachvollziehbarkeit für den Affiliate andererseits zu finden. Wie schon den Provisionsatz können Sie auch die Datenfreigabe in den [Affiliate-Details](#) für einzelne Partner unterschiedlich definieren. Zur Auswahl stehen:

- Vorname
- Nachname
- E-Mail
- Telefon

Einsicht in Downlinedaten



Downline-Einsicht in ID, Vor- und Nachname im Affiliate-Menüpunkt Downline

Die beiden Einstellungsmöglichkeiten zur Einsicht in Downlinedaten sind nur von Bedeutung, wenn Sie die Multi-Level-Marketing-Fähigkeiten des Affiliate-Moduls ausnutzen und mindestens eine Downlineebene im [Admin-Menüpunkt Referrer](#) angelegt haben. Funktionell sind sie praktisch identisch mit der Einsicht in Kundendaten aus dem vorangegangenen Abschnitt. Lediglich die *ID* des geworbenen Affiliates und die *Firma* stehen als zusätzlich freizugebende Felder zur Auswahl.

Zudem können Sie unterschiedliche Einstellungen für direkt geworbene Affiliates einerseits, und alle indirekt geworbenen Partner andererseits treffen. Für beide Möglichkeiten gilt, dass Sie sie auch für einzelne Partner in den [Affiliate-Details](#) anpassen können. Für Partner sichtbar sind die freigegebenen Daten im Affiliate-Menüpunkt *Downline*.

Affiliate-Status nach Klick auf Bestätigungslink

Wählen Sie die Option *aktiv*, wenn neu registrierte Partner direkt nach Klick auf den Bestätigungslink aktiv sein sollen, d.h., sich einloggen und Provisionen verdienen können. Durch Auswahl der Option *bestätigt* machen Sie eine manuelle Freischaltung durch einen Administrator erforderlich, bevor neue Affiliates als solche tätig werden können.

Affiliate-ID-Vergabe

Standardmäßig vergibt das Modul eine Affiliate-ID als laufende Nummer beginnend bei 1. Möchten Sie weiterhin laufende Nummern zur Generierung der IDs neuer Affiliates verwenden, können Sie bei Bedarf

den Wert der nächsten ID ändern. Tragen Sie beispielsweise 10.000 ein (allerdings ohne den Punkt als Tausendertrennzeichen), ist das die ID des nächsten Affiliates, 10.001 die des übernächsten u.s.w.

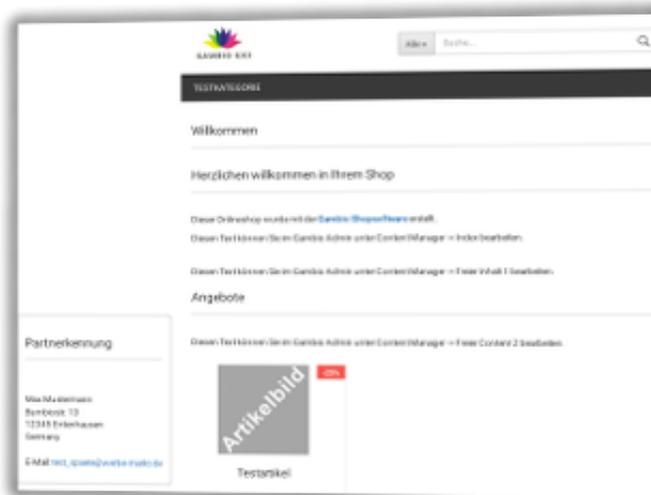
Eine Alternative zur Vergabe von Affiliate-IDs ist die Generierung von Zufallszahlen in einem zu definierenden Intervall. Belassen Sie den vom Modul vorgeschlagenen Zahlenraum von 10.000 bis 99.999, bekommen Ihre Partner als IDs 5stellige Zahlen zugewiesen.

Affiliate-Login mit...

Partner können sich standardmäßig sowohl mit ihrer ID als auch der E-Mail-Adresse in Kombination mit dem Passwort einloggen. Das Template für das Login-Formular ist jedoch auf die Eingabe der ID als Login-Credential ausgelegt.

Eine Änderung an den Login-Optionen im Admin-Menü sollte also mit einer Anpassung des Templates einhergehen. Informationen dazu finden Sie im separaten Hilfethema [Partner-Login mit ID, E-Mail oder beidem](#).

Empfehlungslink-Impressum



Partnerkennung links unten

Mit Empfehlungslink-Impressum ist eine Box gemeint, die Name, Adresse und Kontaktdaten des Empfehlungsgebers enthält. Sofern aktiviert blendet das Modul die Box unten links in Ihrem Onlineshop ein, wie auf dem Screenshot zu erahnen.

Bei Auswahl der Option *Inaktiv* erscheint die Box logischerweise gar nicht. *Nur beim ersten Aufruf* bedeutet, dass die Box bei direktem Aufruf des Empfehlungslinks sichtbar ist und beim Besuch weiterer Seiten Ihres Onlineshops nicht mehr in Erscheinung tritt. Mit der Option *Immer, wenn Tracking-Cookie aktiv* ist die Box auf jeder Seite Ihres Onlineshops sichtbar, solange die Lebensdauer des Tracking-Cookies nicht abgelaufen ist, der Nutzer es gelöscht oder den Browser gewechselt hat.

Um Änderungen am Layout oder den Daten im Empfehlungslink-Impressum vorzunehmen, erstellen Sie bitte eine Kopie der Datei /GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/reflink_imprint.html, nennen diese reflink_imprint-USERMOD.html und laden diese nach vorgenommenen Anpassungen in dasselbe Verzeichnis wie die Original-Datei.

Partner-Menübox

Die Partner-Menübox ähnelt optisch dem Empfehlungslink-Impressum, dient jedoch einem fundamental anderen Zweck. Sofern aktiviert, erscheint sie immer dann, wenn ein Partner eingeloggt ist und sich auf einer Seite Ihres Onlineshops bewegt, die nicht zum Affiliate-Programm gehört.

Die Box beinhaltet einen Link zum Partnermenü sowie den Empfehlungslink des Partners zur aktuell von ihm besuchten Seite. Auf diese Weise fungiert die Partner-Menübox gleichzeitig als Partnerlink-Generator. Der Affiliate kann beispielsweise einzelne Produktseiten aufrufen und zwecks gezielter Bewerbung einzelner Produkte den direkten Ref-Link zur Seite kopieren.

Auch Layout und Inhalt der Partner-Menübox können Sie selbstverständlich Ihren Anforderungen entsprechend anpassen. Die als Vorlage zu verwendende Datei ist die /GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/affiliate_menubox.html, deren Kopie Sie nach Bearbeitung als affiliate_menubox-USERMOD.html hochladen.

Affiliatemail

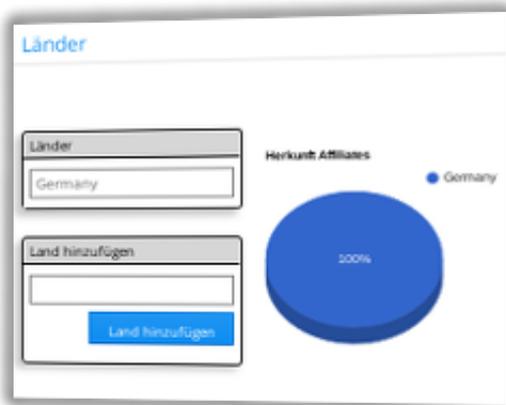
Die beiden Eingabefelder bei Affiliatemail erwarten die Angabe von Betreff und Mailtext der E-Mail, die das Modul als Registrierungsbestätigung an neue Partner sendet. In jedem Fall sollte der Mailtext den Platzhalter {link} enthalten, der beim Versand automatisch durch den Bestätigungslink zur Verifizierung der E-Mail-Adresse ersetzt wird.

Des Weiteren sollten Sie neue Partner über die nach der Registrierung folgenden bzw. empfohlenen Schritte informieren. Von Relevanz ist insbesondere, ob sein Account sofort aktiv ist oder eine Freischaltung durch den Administrator erforderlich und wie er zum Login gelangt.

Länder-Verwaltung im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </laender-verwaltung-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Im Admin-Menüpunkt *Länder* des [Affiliate-Moduls für Gambio](#) verwalten Sie von Partnern bei der Registrierung und im Login-Bereich auswählbare Herkunftsländer. Diese hat das Modul bei der Installation automatisch von Ihrer Gambio-Konfiguration übernommen. Änderungen sind also nur nötig, wenn Partnern andere Länder zur Auswahl stehen sollen, als Kunden zum Zeitpunkt der [Affiliate-Modul-Installation in Gambio](#).



Länder verwalten

Das Hinzufügen oder die Umbenennung vorhandener Länder bieten wenig Spielraum für Erläuterungen. Dafür sind die Eingabefelder, Links und Buttons zu unmissverständlich. Das Löschen von Ländern ist nur unter der Voraussetzung möglich, dass kein Partner dem entsprechenden Land zugeordnet ist.

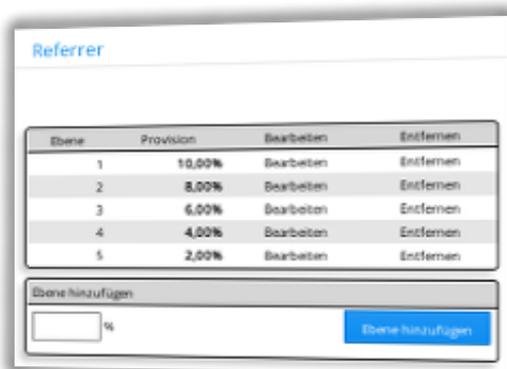
Herkunft Affiliates

Um den vorhandenen Platz auf der Seite nicht ungenutzt zu lassen, sehen Sie rechts der Länder-Verwaltung ein Tortendiagramm, das die Herkunft der Affiliates visualisiert.

Multi Level Marketing Ebenen konfigurieren im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </multi-level-marketing-konfigurieren.php>

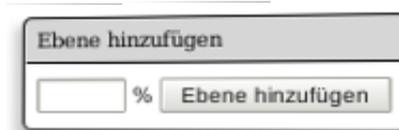
Mit dem [Affiliate-Modul für Gambio](#) können Sie unkompliziert die Vorteile von Multi Level Marketing für Ihren Onlineshop nutzen. Konfigurieren Sie im Admin-Menüpunkt *Referrer* einfach die gewünschte Anzahl Ebenen durch Angabe des jeweiligen Prozentsatzes.



MLM-Ebenen verwalten

Unmittelbar nach der [Installation des Affiliate-Moduls](#) sind noch keine Downline-Ebenen eingetragen. Zum einen möchte bestimmt nicht jeder Partnerprogramm-Betreiber Multi-Level-Marketing nutzen. Zum anderen möchten wir Ihrem eigenen Strukturvertrieb-Konzept nicht durch exemplarisch angelegte Ebenen vorweggreifen. Wenn Sie die MLM-Fähigkeiten des Affiliate-Moduls für Ihren Onlineshop nutzen möchten, ist also der erste Schritt das Anlegen einer Ebene.

Ebene hinzufügen



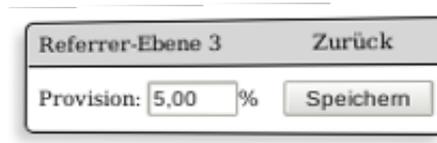
Vertriebsstruktur jederzeit beliebig erweiterbar

Das Hinzufügen einer neuen Downline-Ebene erfolgt ganz einfach durch Eingabe des gewünschten Prozentsatzes für die Ebene. Der Prozentsatz bezieht sich dabei nicht auf den Bestellwert, sondern auf die Provision, die der direkte Vermittler erhält.

Sind also für einen Partner 10% Provision eingestellt und für die Ebene 1 ein Prozentsatz von 10% angegeben, so erhält der Referrer des direkten Vermittlers als indirekte Provision in der ersten Downline-Ebene 1% des Bestellwertes. Der direkte Werber des Kunden bekommt weiterhin unvermindert seine 10%.

Aus technischer Sicht gibt keine Begrenzung, was die Anzahl Ebenen betrifft. Sie können auch problemlos am laufenden Projekt neue Ebenen hinzufügen. Dies erweitert jedoch nicht automatisch die Downline-Struktur schon vorhandener Affiliates, sondern wirkt sich erst auf Neuregistrierungen aus.

Provisionssatz ändern



Gewünschten Provisionssatz eintragen, speichern, fertig.

Durch Klick auf den *Bearbeiten*-Link können Sie den Prozentsatz für alle bereits angelegten Ebenen risikolos nachträglich ändern. Wirksam werden diese Änderungen ab der nächsten Bestätigung einer Provisionsgutschrift.

Das heißt, nicht nur Bestellungen ab dem Zeitpunkt der Änderung sind betroffen. Ausschlaggebend ist tatsächlich der Zeitpunkt, zu dem eine unbestätigte Gutschrift endgültig verbucht wird. Eine nachträgliche Änderung an bereits verbuchten Provisionen aus Downline-Ebenen erfolgt aber selbstverständlich nicht.

Referrer-Ebene löschen

Selbst die Reduzierung von Downline-Ebenen im laufenden Betrieb ist möglich. Nutzen Sie hierfür einfach den *Entfernen*-Link in der rechten Spalte der jeweiligen Ebene. Wie schon bei der Bearbeitung von Ebenen gilt auch beim Entfernen, dass sich die Änderung ab der nächsten Bestätigung von Provisionsgutschriften auswirkt.

Weiterführende Informationen

Nicht umsonst gibt es zum Thema Strukturvertrieb und Multi-Level-Marketing eine Vielzahl von Büchern namhafter Marketing-Experten. Das Potenzial ist enorm und die Liste erfolgreicher [Unternehmen auf MLM-Basis](#) lang. Im Hilfethema [Multi-Level-Marketing mit dem Affiliate-Modul für Gambio](#) finden Sie auch für MLM-Neulinge verständlich aufbereitete und auf das Affiliate-Modul für Gambio zugeschnittene Informationen zum Thema.



Use Cases und Fallbeispiele

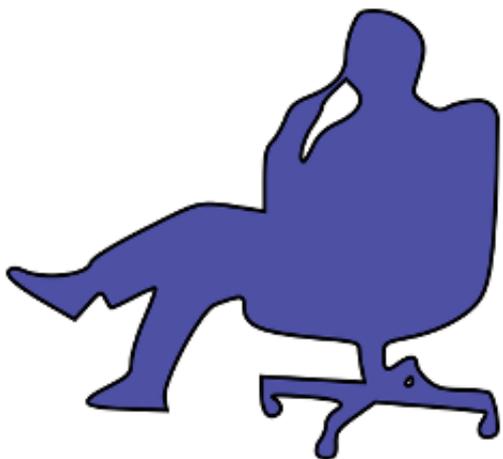
Online-Version: </use-cases-und-fallbeispiele-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Die Auswirkungen von Konfigurationseinstellungen sind ebenso wie bestimmte Abläufe am Anschaulichsten durch konkrete Fallbeispiele darzustellen. Dies betrifft insbesondere die Einstellungen zu Provisionsgutschriften und Berücksichtigung von Rabatten. Aber auch die Prioritäten bei mehreren Empfehlungsgebern oder auf unterschiedlichen Ebenen zu tätigen Einstellungen von Provisionen möchten wir durchleuchten.

Wann erfolgt die Provisionsgutschrift?

Online-Version: </wann-erfolgt-die-provisionsgutschrift-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Während das [Affiliate-Modul](#) die Provision in Echtzeit, also im Moment der Bestellaufgabe vormerkt, erfolgt die bestätigte Gutschrift zeitversetzt. Erfahren Sie die berechtigten Gründe hierfür und wie Sie die Konfiguration Ihren Vorstellungen bzw. den marktüblichen Begebenheiten Ihres Onlineshops entsprechend anpassen.



Zeitpunkt festlegen

Den Zeitpunkt, wann die vorgemerkte Gutschrift in Abhängigkeit vom Bestell-Status zur bestätigten wird, legen Sie im [Menüpunkt Optionen des Affiliate-Programms im Gambio-Admin-Menü](#) fest. Wenn Sie das Affiliate-Modul zunächst testen möchten, empfiehlt sich, an dieser Stelle "0" oder "1" einzutragen. Auf diese Weise sparen Sie sich lange Wartezeiten auf die endgültige Buchung und anschließende Tests der Auszahlungsfunktion.

Zeitpunkt Provisionsgutschrift: Tage nach Änderung des Bestellstatus in

- Versendet
- In Bearbeitung
- ipayment bezahlt
- ipayment Fehler
- ipayment temporaer
- Nicht bestätigt
- Offen
- Rechnung erstellt
- Storniert
- Versendet

Die Buchung erfolgt automatisch. Sie müssen nur sagen, wann.

Für den Betrieb des Partnerprogramms in der Praxis wählen Sie als Zeitpunkt einen Wert, ab dem üblicherweise keine Stornierung der Bestellung mehr eintritt. Das kann das Ende der Widerrufsfrist sein oder beispielsweise Fristen für die Rückbuchung von Lastschriften.

Als Status wählen Sie das sinngemäße Äquivalent zu *abgeschlossen*. Bei Gambio ist das standardmäßig *Versendet*.

Warum der Unterschied?

Durch die Erläuterung zur Festlegung des Zeitpunkts sollte die Notwendigkeit des zeitlichen Unterschieds zwischen Vormerkung und endgültiger Verbuchung bereits deutlich geworden sein. Bestätigtes Guthaben können sich die Partner auszahlen lassen, vorgemerkte Provisionen noch nicht.

Die Alternative zur zeitversetzten Gutschrift wäre, eine stornierte Bestellung in Form von nachträglich stornierter Provisionsgutschrift an den Partner weiterzureichen. Zum einen würde das beim Partner wohl mehr Unzufriedenheit auslösen als das Warten auf die Bestätigung. Zum anderen aber stellen Sie sich vor, der Partner hätte sich das Guthaben einschließlich der zu stornierenden Provisionsgutschrift bereits auszahlen lassen. Eine Rückabwicklung wäre unter diesen Umständen kaum möglich.

Berechnung der voraussichtlichen Gutschrift

Da Partner gegebenenfalls Kenntnis davon haben, dass ein von ihnen vermittelter Kunde eine Bestellung getätigt hat, erscheint diese auch in Echtzeit im Login-Bereich. Sie geht sowohl aus den Diagrammen als auch der Anzahl *Bestellungen warten auf Bestätigung* hervor. Letzteres zeigt mittels Aufklapp-Funktion das Bestell-Datum, die Provisionshöhe sowie von Ihnen zur Einsicht freigegebene Daten des Kunden.

Bestellungen warten auf Bestätigung: 3						
Datum	Kunde	E-Mail	Telefon	Provision	Gutschrift	
16.12.2017 20:46	Max	**** *.*.*****@***.**	12345678	34,14 €	frühestens 18.02.2018	
25.01.2018 18:42	Ul	***** @***.**	12345678	10,07 €	voraussichtlich 16.02.2018	
26.01.2018 08:31	Fred	*** *.*.*****@***.**	12345678	22,24 €	frühestens 18.02.2018	

Live bereitgestellte Daten im Partnerbereich: Das Datum der voraussichtlichen Provisionsgutschrift steht in der letzten Spalte.

Zur transparenten Darstellung der unterschiedlichen Stadien gegenüber den Partnern, sehen diese zudem ein voraussichtliches bzw. ein frühestmögliches Datum der Provisionsgutschrift. Vermutlich ahnen Sie es bereits:

- *frühestens*

Die Bestellung hat noch nicht den Status (z.B. *versendet*), der für die endgültige Buchung der Gutschrift erforderlich ist. Würde sie diesen noch heute bekommen, würde aus dem *frühestens* unter Beibehaltung des angezeigten Datums ein *voraussichtlich* werden. Das

angezeigte Datum ist also das heutige Datum plus die Anzahl Tage, wie im Admin-Menü hinterlegt.

- *voraussichtlich*

Die Bestellung hat bereits den für die Gutschrift erforderlichen Status und der Countdown läuft. Das Wort "voraussichtlich" ist in diesem Fall die Kurzform von "sofern sich der Bestell-Status bis zu diesem Datum nicht noch einmal ändert".

Im Übrigen wirkt sich jede Änderung des Bestell-Status auf die Frist aus. Wenn Sie also beispielsweise ein Limit von 21 Tagen definiert haben, 3 Tage vor Ablauf der Frist den Bestell-Status von *versendet* in *offen* und gleich wieder auf *versendet* schalten, beginnt die 21-Tage-Frist von neuem.

Buchung der bestätigten Gutschrift

Nun steht weiter oben im Text geschrieben, die tatsächliche Buchung der Gutschrift würde *automatisch* erfolgen. Das ist so nicht ganz richtig, denn die Buchung erfolgt zwar ohne Ihr explizites Zutun im Hintergrund. Für den Auslöser dieser Automatik sind Sie als Administrator Ihres Onlineshops aber dennoch verantwortlich.

Das Affiliate-Modul prüft bei zwei Gelegenheiten auf die ausstehende Bestätigung von Gutschriften und nimmt diese im positiven Fall vor:

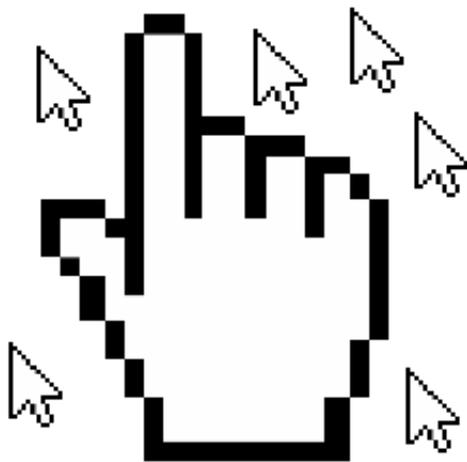
1. beim Login in den Admin-Bereich Ihres Shops und
2. beim Aufruf des Affiliate-Programms innerhalb der Gambio-Administration

Während erstgenannter Punkt dem alltäglichen Umgang mit dem Shop, z.B. durch Zugriff auf Kundenbestellungen etc. Rechnung trägt, ist zweitgenannter Fall insbesondere für Tests vorgesehen. Sie können auf diese Weise Test-Bestellungen tätigen und durch Aktualisieren einer Partnerprogramm-Seite im Admin-Menü die Bestätigung der Gutschrift selbst auslösen.

Warum werden nicht alle Klicks gezählt?

Online-Version: </klick-statistik-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Die im Admin-Menü definierbare IP-Sperre, ein bereits vorhandenes Tracking-Cookie oder das Laden der Seite aus dem Cache des Webbrowsers sind die drei häufigsten Ursachen, weshalb Klicks in der Partner-Statistik nicht erscheinen. Erfahren Sie mehr zu den Hintergründen und möglichen Änderungen.



IP Sperre für Statistik: Sekunden

IP-Sperre deaktivieren

Die IP-Sperre ist der offensichtlichste und am einfachsten zu konfigurierende Grund, warum der Klick auf den Empfehlungslink eines Partners nicht in dessen Statistik erscheint. Im [Gambio-Admin-Menüpunkt Optionen des Affiliate-Programms](#) können Sie als *IP Sperre für Statistik* einen Zeitwert in Sekunden angeben.

Erfolgen binnen der angegebenen Dauer zwei Klicks von der selben IP-Adresse auf den Empfehlungslink desselben Partners, so erscheint nur der erste davon in der Statistik. Zwei Klicks von der selben IP-Adresse auf unterschiedlichen Partnern zugeordnete Links hingegen werden erfasst.

Die IP-Sperre hat keinerlei negativen Einfluss auf die Vergütung! Es geht keineswegs um das Blockieren von Manipulationsversuchen, sondern lediglich um die Aussagekraft der vom Script generierten Klick-Statistik. Sie können also bedenkenlos einen Wert von "0" Sekunden angeben, um die IP-Sperre zu

deaktivieren.

Tracking-Cookie bereits gesetzt

Da Partner Tracking-Links auf jede Seite Ihres Onlineshops setzen können, muss das Modul auch bei jedem Seitenaufruf prüfen, ob es sich um einen Empfehlungslink handelt. Um negative Auswirkungen auf die bei Gambio-Shops ohnehin schon mäßige Performance möglichst zu vermeiden, ist die Prüfung äußerst minimalistisch.

Das bedeutet in erster Linie, dass nur die nötigsten Datenbankabfragen erfolgen. Ist bereits ein Tracking-Cookie vorhanden, erfolgt keine weitere Prüfung der aufgerufenen URL auf Tracking-Parameter. Folglich spiegelt sich der Aufruf eines Affiliate-Links mit schon vorhandenem Tracking-Cookie auch nicht in der Statistik wider.

Unabhängig vom Zählen des Klicks bedeutet das im Übrigen auch, dass kein Wechsel des Empfehlungsgebers stattfindet. Ist also ein Tracking-Cookie von Partner A gesetzt und der potenzielle Kunde besucht Ihren Shop über einen Empfehlungslink von Partner B, bleibt er A zugeordnet.

Browser-Cache

Diese mögliche Ursache für fehlende Klicks in der Statistik ist für die Praxis der Vermittlung praktisch irrelevant. Lediglich bei Tests durch Sie oder die Affiliates, kann dieses Problem in Erscheinung treten.

Unter Umständen lädt der Webbrowser das Dokument direkt aus dem eigenen Cache. HTTP-Header wie Cache-Control, Expires oder der ETag können dabei eine Rolle spielen. In diesem Fall erreicht die Anfrage den (Web-)Server gar nicht und dieser kann folglich keinen Klick erkennen.



Firebug zeigt es an: Diese Anfrage hat den Server nicht erreicht.

Praktisch kann das Problem nur beim wiederholten Aufruf des Empfehlungslinks auftreten. Je nach Konformität des Webbrowsers mit der Spezifikation genügt ein einfacher Reload der Seite, damit der Klick gezählt wird.

Hintergrund: Klick-Erfassung

Das [Affiliate-Modul für Gambio](#) basiert nicht umsonst auf einer Software namens *PayPerSale*. Die Erfassung von Klicks steht in keinem direkten Zusammenhang mit der Vermittlung und daraus resultierenden Provisionen.

Andernfalls wäre die alternative Tracking-Methode *Gutscheine* unter Einsatz direkter Links auf Ihren

Shop ohne Tracking-Parameter unmöglich. Es handelt sich also um rein statistische Daten, um Aktivitäten nachvollziehen zu können.

Die Verfügbarkeit von Live-Statistiken inklusive Klicks ist für neu registrierte Affiliates eine willkommene Gelegenheit, den eigenen Empfehlungslink zu testen. Entsprechend ist es ein erstes, vertrauenerweckendes Indiz für die technische Funktionalität, wenn dieser Klick auch in der Statistik erscheint. Obige Informationen können Sie hoffentlich bei der Beantwortung von Fragen nach nicht-gezählten Klicks unterstützen.

Rangordnung der Provisionsangaben im Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </rangordnung-provisionseinstellungen-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Auf bis zu fünf Ebenen können Sie im [Affiliate-Modul für Gambio-Onlineshops](#) Angaben zur Provisionshöhe machen. Dabei ist die Produktebene die höchste, gefolgt von Provision in Abhängigkeit von der Produktkategorie, gutschein-spezifischen Provisionsangaben, individuellem Provisionsatz für den Affiliate und zuletzt dem allgemeinen Standard-Provisionsatz.



Provisionen auf einzelne Produkte



Höchste Priorität: Provision für einzelnes Produkt festlegen

Die Angabe von Provisionen für einzelne Produkte in Gambios Artikelverwaltung hat höchste Priorität. Alle nachrangigen Einstellungen kommen nur dann zum tragen, wenn für ein Produkt keine Provision festgelegt ist.

Das bedeutet zwar, dass die Angabe eines Provisionssatzes auf Produktebene unterschiedliche Angaben

auf Ebene der Affiliates außer Kraft setzt. Auf Produktebene für jeden Partner einzeln Provisionen angeben zu können, wäre aber sicher nicht praktikabel.

Sollten Sie dennoch eine Lösung benötigen, die eine Art Produkte-Partner-Matrix abbildet, nehmen Sie bitte Kontakt auf. Denkbar wären beispielsweise auch partnerabhängige Provisionsangaben auf Kategorie- statt auf Produktebene.

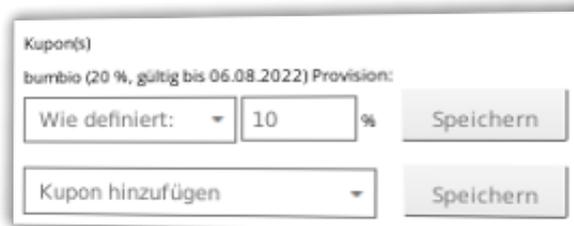
Die Priorisierung der produktspezifischen Provisionsangabe hat auch zur Folge, dass Sie durch Auswahl von *keine Provision* einzelne Produkte von der Vermittlung ausschließen können. Das ist beispielsweise bei Artikeln sinnvoll, deren Preis zu knapp kalkuliert ist, als dass noch Spielraum für Vergütungen im Rahmen von Affiliate-Marketing wäre.

Provision in Abhängigkeit von der Kategorie

Ist für einen einzelnen Artikel keine Provision angegeben, folgt in der Hierarchie die für Kategorien hinterlegte Provision. Die Angabe erfolgt im Admin-Menüpunkt *Kategorie bearbeiten*. An dieser Stelle steht die gleiche Menübox mit dem Titel *Affiliate-Provision* wie auch auf der *Artikel-bearbeiten*-Seite zur Verfügung.

Ist ein Artikel mehreren Kategorien zugeordnet, für die jeweils unterschiedliche Provisionen hinterlegt sind, so verwendet das Affiliate-Modul automatisch den niedrigeren bzw. niedrigsten Prozentsatz. Belassen Sie die Auswahl auf *Standard*, so greift der im nächsten Level angegebene Prozentsatz.

An Gutschein gekoppelte Provision



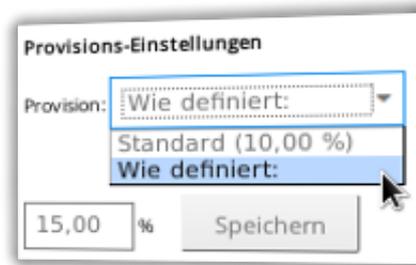
The screenshot shows a configuration window for a coupon. At the top, it says 'Kupon(s)' and 'bumbio (20 %, gültig bis 06.08.2022) Provision:'. Below this, there are two rows of controls. The first row has a dropdown menu labeled 'Wie definiert:' with a downward arrow, a text input field containing '10', a '%' symbol, and a 'Speichern' button. The second row has a dropdown menu labeled 'Kupon hinzufügen' with a downward arrow and another 'Speichern' button.

Überschreibt Affiliate-spezifische Provisionsangabe: Der Gutschein

Für die Kundenwerbung durch Ihre Partner bestimmte Gutscheine sind stets einem einzelnen Affiliate zugeordnet. Sie sind daher noch spezifischer als die Affiliate-Ebene selbst und stehen entsprechend höher in der Rangordnung.

Nur dadurch können Sie unterschiedliche Provisionssätze für ein und denselben Partner festlegen in Abhängigkeit davon, ob die Kundenvermittlung mit einem zusätzlich die Gewinnmarge beeinträchtigenden Rabatt für den Kunden einhergeht oder lediglich die Provision fällig wird.

Individuelle Provision für Affiliates



Platz 3: Affiliate-spezifische Provisionsangabe

Wenn bei einer vermittelten Kundenbestellung kein Gutschein zum Einsatz kam, oder für die Gutschein die Standard-Provision des Affiliates gilt, kommt letztgenannte zum Tragen. Dabei handelt es sich um den Prozentsatz, den Sie in den [Affiliate-Details](#) für jeden Partner unterschiedlich angeben können.

Standard-Provision



Wenn sonst nichts greift, gilt die Standard-Provision

Der im [Admin-Menüpunkt Optionen](#) definierte Standard-Provisionssatz ist das letzte Glied einer Fallback-Kette. Er greift immer dann, wenn auf den vorangegangenen Hierarchieebenen Produkt, Gutschein und Partner keine spezifischere Angabe erfolgte bzw. der Kunde keinen Gutschein eingelöst hat.

Provisionseinstellungen: Konkrete Fallbeispiele

Online-Version: </provisionseinstellungen-konkrete-fallbeispiele.php>

Von der unkomplizierten Festlegung einer für alle Partner und Produkte geltenden Standard-Provision bis hin zum ausgefeilten Konzept mit unterschiedlichen Provisionen je nach Produkt, Kategorie, Affiliate, Tracking-Methode, Kundengruppe und Gutschein-Einlösung hat das [Affiliate-Modul für Gambio-Onlineshops](#) für jeden Bedarf die geeignete Lösung parat. Konkrete Fallbeispiele unterstützen Sie beim Verständnis und der richtigen Konfiguration für Ihren Anwendungsfall.



Auf Basis des Netto-Gesamtbestellwerts

Wählen Sie im [Menüpunkt Optionen des Affiliate-Programms im Gambio-Backend](#) als *Basis für Provisionsberechnung* die Option *Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte*, bedeutet das nicht, dass Provisionsangaben für einzelne Artikel oder Kategorien außer Kraft gesetzt würden. So ist es also auch mit dieser Option möglich, Kategorien oder Artikel von der Vermittlung auszuschließen.

Ausschlaggebend für die Provisionsberechnung ist also der Bestellwert abzüglich etwaiger Rabatte durch Gutscheine oder Spezifikation über die Kundengruppe. Versandkosten und Umsatzsteuer sind für die Bestimmung der Provisionshöhe unerheblich. Folglich ergeben sich zunächst vier mögliche "Haupt-Fallbeispiele".

Basis für Provisionsberechnung:	<input type="text" value="Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte"/>
Bei Gutschein-Einlösung:	Provision um <input type="text" value="0"/> % des Gutscheinwertes reduzieren
Bei Rabatt gemäß Kundengruppe:	Provision um <input type="text" value="0"/> % des Rabatts reduzieren
Eigenwerbung:	<input type="checkbox"/> nicht provisionieren

Basis für Provisionsberechnung: Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte und keine Reduzierung der Provision durch Gutscheine oder Rabatt gemäß Kundengruppe

Des Weiteren gehen wir von einer Provision in Höhe von 10% aus. Dabei ist es unerheblich, ob die 10% einem vom Kunden eingelösten Affiliate-Gutschein zugeordnet sind, aus der Standard-Provision des Empfehlungsgebers oder der allgemeinen Standard-Provision stammen. Das Ergebnis ist in allen drei Fällen das gleiche.

Bestellung ohne Rabatt

Testartikel	1
	15,00 EUR
Zwischensumme:	15,00 EUR
Versand:	6,70 EUR
inkl. 19% MwSt.:	2,39 EUR
Summe netto:	19,31 EUR
Summe:	21,70 EUR

Bestellung ohne Rabatt

Dies ist mit Sicherheit das am einfachsten nachvollziehbare Fallbeispiel. Je nach Verkaufsstrategie ist es vermutlich auch der am häufigsten eintretende Fall in gängigen Onlineshops.

Netto-Bestellwert: 12,61 EUR

Provisionsatz: 10%

Rabatt durch Kundengruppe: n.a.

Rabatt durch Gutschein: n.a.

Vergütung: 10% von 12,61 EUR = 1,26 EUR

Rabatt gemäß Kundengruppe

Rabatt auf gesamte Bestellung

Kundenrabatt auf
Gesamtbestellwert:

Rabatt (0 bis 100%):

%

Rabatt auf gesamte Bestellung für Kundengruppen definieren

Gambios unterirdischer Usability zum Trotz schaffen wir es, für das zweite Fallbeispiel unter Kunden > Kundengruppen > Kundengruppendaten bearbeiten > Rabatt auf gesamte Bestellung einen Kundenrabatt von 10% auf den Gesamtbestellwert anzugeben. Damit ergibt sich für die nächste Test-Bestellung folgendes Szenario:

- Netto-Bestellwert vor Rabattabzug: 12,61 EUR
- Provisionssatz: 10%
- Rabatt durch Kundengruppe: 10%
- Rabatt durch Gutschein: n.a.
- Vergütung: 10% von (12,61 EUR - 10% von 12,61 EUR) = 1,13 EUR

Rabatt-Gutschein

Testartikel	1
	15,00 EUR
Zwischensumme:	15,00 EUR
Rabatt Kupons: test2:	- 1,50 EUR
Versand:	6,70 EUR
inkl. 19% MwSt.:	2,16 EUR
Summe netto:	18,04 EUR
Summe:	20,20 EUR

Bestellung mit Rabatt-Gutschein

Das logische Prinzip ist identisch mit dem vorangegangenen geschilderten Rabatt gemäß der Kundengruppen-Zugehörigkeit. Solange wir die Standardeinstellung *Provision um 0 % des Gutscheinwertes reduzieren* beibehalten oder keine abweichende Provision für den verwendeten Gutschein hinterlegen, ist es auch unerheblich, ob der verwendete Gutschein dem Partner zugeordnet ist oder nicht. Das Ergebnis ist demnach identisch mit dem vorherigen:

- Netto-Bestellwert vor Rabattabzug: 12,61 EUR
- Provisionssatz: 10%
- Rabatt durch Kundengruppe: n.a.
- Rabatt durch Gutschein: 10%
- Vergütung: 10% von (12,61 EUR - 10% von 12,61 EUR) = 1,13 EUR

Rabatt durch Kundengruppe und Gutschein

Kombinieren wir die beiden vorangegangenen Szenarien. Unser Test-Kunde erhält nun sowohl einen Rabatt über die Kundengruppe, als auch durch einen eingelösten Rabatt-Gutschein. Nun gibt es logischerweise zwei verschiedene Rechenwege, die zu unterschiedlichen Ergebnissen führen:

1. $x - 20\%$ von x ...
2. $x - 10\%$ von $x - 10\%$ von (...

Testartikel	1
Einzelpreis: 15,00 EUR	15,00 EUR
Zwischensumme:	15,00 EUR
10.00 % Rabatt:	-1,50 EUR
Rabatt Kupons: test2:	- 1,35 EUR
Versand:	6,70 EUR
inkl. 19% MwSt.:	1,94 EUR
Summe netto:	16,91 EUR
Summe:	18,85 EUR

Übersichtliche Aufschlüsselung von Bestellsummen und Rabatten im Gambio-Checkout

Was macht Gambio? Gambio verwendet die zweite Formel und zieht dabei zunächst den Kundengruppen-Rabatt, dann den Gutscheinrabatt ab.

Die Kenntnis der Reihenfolge ist einerseits wichtig für die Programmierung, worüber Sie sich jedoch keinen Kopf machen müssen. Andererseits ist sie für Ihre Kalkulation bedeutsam. Schlägt der doppelte Rabatt zu sehr ins Gewicht, sollten Sie die Reduzierung der Provision auf Basis dem Kunden gewährter Rabatte erwägen. Dazu mehr in weiteren Fallbeispielen. Zunächst aber bleiben wir bei folgendem Szenario:

- Netto-Bestellwert vor Rabattabzug: 12,61 EUR
- Provisionssatz: 10%
- Rabatt durch Kundengruppe: 10%
- Rabatt durch Gutschein: 10%
- Vergütung: 10% von $(12,61 \text{ EUR} - 10\%$ von $(12,61 \text{ EUR} - 10\%$ von $12,61 \text{ EUR})) = 1,02 \text{ EUR}$

Reduzierung der Provision bei Rabatt

Wie die Bezeichnung *Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte* schon impliziert, ist die Provision bereits um einen Teil des Rabatts reduziert. Wenn Ihre Margen knapp kalkuliert sind, möchten Sie den Rabatt aber ggf. noch stärker gewichten. Verdeutlichen wir die dahingehenden Möglichkeiten anhand eines einzigen, dafür prägnanten Fallbeispiels.

Basis für Provisionsberechnung:	<input type="text" value="Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte"/>
Bei Gutschein-Einlösung:	Provision um <input type="text" value="60"/> % des Gutscheinwertes reduzieren
Bei Rabatt gemäß Kundengruppe:	Provision um <input type="text" value="40"/> % des Rabatts reduzieren
Eigenwerbung:	<input type="checkbox"/> nicht provisionieren

Basis für Provisionsberechnung: Netto-Gesamtbestellwert abzgl. Rabatte mit Reduzierung der Provision durch Gutscheine und Kundengruppen-Rabatt

Aus Kundensicht entspricht die getätigte Bestellung exakt der des vorangegangenen Fallbeispiels:

- Netto-Bestellwert vor Rabattabzug: 12,61 EUR
- Provisionssatz: 10%
- Rabatt durch Kundengruppe: 10% = 1,26 EUR
- Rabatt durch Gutschein: 10% = 1,13 EUR
- Verbleibender Netto-Bestellwert: 12,61 EUR - 1,26 EUR - 1,13 EUR = 10,22 EUR

Auf Basis des verbleibenden Netto-Bestellwerts erhielt der Partner im vorangegangenen Beispiel seine 10% Provision, also 1,02 EUR.

Nun haben wir die Reduktion der Provision um 40% des Gutscheinwertes und um 20% des Kundengruppen-Rabatts angegeben. Erhöhen wir der Übersicht bzw. Genauigkeit halber die Anzahl Nachkommastellen auf drei:

- Zwischensumme Provision: 1,022 EUR
- Abzgl. 40% von 1,13 EUR (Gutschein-Rabatt) = 0,452 EUR
- Abzgl. 20% von 1,26 EUR (Kundengruppen-Rabatt) = 0,252 EUR
- Verbleibende Provision: 0,318 EUR

Sie merken: Dadurch, dass die Rabatte bereits bei der einfachen Provisionsberechnung berücksichtigt sind, bedarf es bei der Reduzierung keiner hohen Zahlen mehr, um die Provision *aufzutilgen*. Auf diese Weise ist rechnerisch auch ohne weiteres eine negative Provision möglich, die das Modul aber natürlich nicht verbucht.

Produkt Netto-/Brutto-Preise

Unterschiedliche Provisionen oder der Ausschluss von Produkten auf Basis von Kategorien oder einzelner Artikel sind unabhängig von der *Basis für Provisionsberechnung* möglich. Wie Sie anhand der folgenden Beispiele sehen werden, ist der Unterschied nur in der Berücksichtigung möglicher Rabatte bzw. der Umsatzsteuer zu finden.

Netto vs. Brutto

Die im Gambio-Checkout an das Affiliate-Modul übergebenen Bestellpositionen liegen mit Bruttopreisen vor. Daher soll Ihnen die Möglichkeit nicht vorenthalten werden, die Provisionen auf Basis der Preise inklusive Umsatzsteuer zu vergeben.

Das kann beispielsweise dann sinnvoll sein, wenn Sie digitale Güter an Privatkunden verkaufen. Dabei ist es gängige Praxis, einheitliche Bruttopreise zu verwenden. Der Nettopreis errechnet sich in dem Fall anhand des im Land des Leistungsempfängers gültigen Umsatzsteuersatzes, ist also variabel.

Exerzieren wir beide Fälle durch und gehen dabei gleich in die Vollen, indem wir das letzte Beispiel aus dem vorangegangenen Abschnitt aufgreifen und beide Rabatte bei gleichzeitiger Reduzierung der Provision verwenden. D.h., der Kunde erhält sowohl durch seine Zugehörigkeit zu einer Kundengruppe als auch durch Einlösung eines Gutscheins einen Rabatt. Beide gehen zu Lasten der Provision.

Bruttopreise

Basis für Provisionsberechnung:	<input type="text" value="Produkt-Bruttopreise"/>
Bei Gutschein-Einlösung:	Provision um <input type="text" value="40"/> % des Gutscheinwertes reduzieren
Bei Rabatt gemäß Kundengruppe:	Provision um <input type="text" value="20"/> % des Rabatts reduzieren
Eigenwerbung:	<input type="checkbox"/> nicht provisionieren

Beginnen wir mit der Provisionsberechnung auf Basis der Brutto-Preise.

Testartikel	1
Einzelpreis: 15,00 EUR	15,00 EUR
Zwischensumme:	15,00 EUR
10.00 % Rabatt:	-1,50 EUR
Rabatt Kupons: test2:	- 1,35 EUR
Versand:	6,70 EUR
inkl. 19% MwSt.:	1,94 EUR
Summe netto:	16,91 EUR
Summe:	18,85 EUR

Zur Erinnerung: Test-Bestellung mit 2 Rabatten

- Brutto-Artikelpreis vor Rabattabzug: 15,00 EUR
- Provisionsatz: 10%
- Zwischensumme Provision: 1,50 EUR

Zum Verständnis: Ohne die Einstellungen zur Reduzierung erhalte der Partner 1,50 EUR Provision und das war's. Stattdessen subtrahieren wir:

- Abzgl. 40% von 1,35 EUR (Gutschein-Rabatt) = 0,54 EUR
- Abzgl. 20% von 1,50 EUR (Kundengruppen-Rabatt) = 0,30 EUR
- Verbleibende Provision: 0,66 EUR

Nettopreise

- Netto-Bestellwert vor Rabattabzug: 12,61 EUR
- Provisionsatz: 10%
- Zwischensumme Provision: 1,261 EUR
- Abzgl. 40% von 1,13 EUR (Gutschein-Rabatt) = 0,452 EUR
- Abzgl. 20% von 1,26 EUR (Kundengruppen-Rabatt) = 0,252 EUR
- Verbleibende Provision: 0,557 EUR

Artikelspezifische Provision



5% Provision für unseren Test-Artikel

Lassen wir die Rabatte nun außen vor und legen stattdessen den Fokus auf die bisher außer Acht gelassene [Priorisierung der Provisionsangaben](#). Die ersten beiden Beispiele sind zugleich die trivialsten: Ist bei der *Affiliate-Provision* auf der Artikel-bearbeiten-Seite eine andere Option als *Standard* ausgewählt, sind alle Provisionsangaben auf nachrangigen Ebenen irrelevant.

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Provisionsatz gemäß Angabe im Artikel: 5%
- Provision: 0,63 EUR

Einzelnen Artikel vom Partnerprogramm ausschließen



Artikel ausschließen

Der Ausschluss eines einzelnen Artikels vom Partnerprogramm erfolgt ebenso unkompliziert und zwar durch Auswahl von *Keine Provision* auf der Artikel-bearbeiten-Seite in der Gambio-Artikelverwaltung. Im Beispiel sparen wir uns daher auch den Taschenrechner:

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Provisionsatz gemäß Angabe im Artikel: *Keine Provision*
- Provision: 0,00 EUR

Provision auf Kategorieebene

Sofern für einen bestellten Artikel keine Provision explizit angegeben ist, sucht das Modul auf Ebene der Kategorie, die dem Artikel zugeordnet ist. Vom Wert abgesehen ist die Box *Affiliate-Provision* in

Gambios Kategorieverwaltung identisch mit der gleichnamigen Box in der Artikelverwaltung.

Damit es nicht allzu langweilig wird, behandeln wir gleich den etwas komplexeren Fall, wonach ein Artikel zwei Kategorien zugeordnet ist. Sind für beide Kategorien unterschiedliche Provisionsätze angegeben, verwendet das Modul den niedrigeren.

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Provisionsatz gemäß Artikel: *Standard*
- Provision gemäß Kategorie 1: 5%
- Provision gemäß Kategorie 2: 10%
- Tatsächliche Provision: 0,63 EUR

Soweit, so überschaubar. Was passiert, wenn eine Kategorie vom Partnerprogramm ausgeschlossen ist?

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Provisionsatz gemäß Artikel: *Standard*
- Provision gemäß Kategorie 1: 5%
- Provision gemäß Kategorie 2: *Keine Provision*
- Tatsächliche Provision: 0,00 EUR

Bevor wir die Kategorieebene verlassen, schauen wir uns noch den Fall an, dass für eine Kategorie eine Provision angegeben ist, für die andere die Auswahl *Standard* getroffen.

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Provisionsatz gemäß Artikel: *Standard*
- Provision gemäß Kategorie 1: 5%
- Provision gemäß Kategorie 2: *Standard*
- Tatsächliche Provision: 0,63 EUR (5%)

Einem Affiliate zugeordneter Gutschein

Voraussetzung, dass der einem Gutschein zugewiesene Provisionsatz zum Tragen kommt, ist, dass weder für den Artikel noch für die Kategorie eine spezifische Provision hinterlegt oder das Produkt vom Partnerprogramm ausgeschlossen ist. Für alle nachfolgenden Beispiele gilt daher:

- Provisionsatz gemäß Artikel: *Standard*
- Provision gemäß Kategorie: *Standard*

Übersichtlicher wird es dadurch allerdings nicht. Denn anstelle der Angaben auf Artikel- und Kategorieebene müssen wir nun die Tracking-Methode berücksichtigen. Hier gilt nämlich: Cookie vor Gutschein. Die optional für einen Gutschein hinterlegte Provision greift folglich nur, wenn kein Tracking-Cookie eines anderen Partners aktiv ist.

Testartikel	1
	15,00 EUR
Zwischensumme:	15,00 EUR
Rabatt Kupons: test:	- 0,75 EUR
Versand:	6,70 EUR
inkl. 19% MwSt.:	2,28 EUR
Summe netto:	18,67 EUR
Summe:	20,95 EUR

Bestellung mit Tracking-Cookie und -Gutschein

Des Weiteren muss es sich entweder um einen Neukunden handeln, oder bei der *Provisionsgutschrift* die Option *Immer, wenn Tracking-Cookie aktiv oder Affiliate-Gutschein eingelöst* gewählt sein. Andernfalls gehört der Kunde seinem ursprünglichen Werber und die während der Bestellung aktive Tracking-Methode wird ignoriert. Nähere Informationen zu diesem Thema finden Sie unter [Tracking-Szenarien: Verschiedene Empfehlungsgeber](#).

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Gutschein von Partner A
- Provision bei Gutschein: 5%
- Tracking-Cookie von Partner B
- Provisionssatz für Partner B: 10%
- Begünstigter Partner: B
- Provision für B: 1,261 EUR (10%)

Wie sieht es aus, wenn sowohl ein Tracking-Cookie aktiv ist, als auch ein dem selben Partner zugeordneter Gutschein eingelöst wird?

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Gutschein von Partner A
- Provision bei Gutschein: 5%
- Tracking-Cookie von Partner A
- Standard-Provisionssatz für Partner A: 10%
- Provision: 0,63 EUR (5%)

Reduzieren wir die Komplexität noch etwas, indem wir ohne Tracking-Cookie einen Gutschein einlösen:

- Netto-Preis: 12,61 EUR

- Provision bei Gutschein: 5%
- Kein Tracking-Cookie
- Provision: 0,63 EUR (5%)

Nicht weniger einfach stellt sich die Situation dar, wenn für den Gutschein keine gesonderte Provision hinterlegt ist:

- Netto-Preis: 12,61 EUR
- Provision bei Gutschein: *Standard*
- Standard-Provision: 10%
- Kein Tracking-Cookie
- Provision: 1,26 EUR (10%)

Gutschein mit festem Betrag

Bei einem Gutschein mit einem festen Betrag als Wert ist die Berechnung ungleich komplizierter als bei einem prozentualen Rabatt auf die gesamte Bestellung. Stellen Sie sich vor, eine Kundenbestellung umfasst einen Artikel für 60,- EUR inkl. 7% MwSt. und einen Artikel für 40,- EUR inkl. 19% MwSt. Zusätzlich löst der Kunde einen Rabatt-Kupon über 20,- EUR ein. Somit beträgt der Brutto-Gesamtbestellwert 80,- EUR.

Das Beispiel wirft zwei Fragen auf, deren technische Antwort uns der Gambio-Checkout liefern muss:

1. Wie hoch ist der Netto-Bestellwert?
2. Wie hoch ist der Nettowert des 20,- EUR-Rabatt-Kupons?

Artikel für 40,- EUR inkl. 19% MwSt.	1 40,00 EUR
Artikel für 60,- EUR inkl. 7% MwSt.	1 60,00 EUR
Zwischensumme:	100,00 EUR
Rabatt Kupons: rabatt20eur:	- 20,00 EUR
Versand	6,70 EUR
inkl. 19% MwSt.:	5,11 EUR
inkl. 7% MwSt.:	3,14 EUR
Summe netto:	78,45 EUR
Summe:	86,70 EUR

Falsch, aber dennoch aufschlussreich: Unterschiedliche MwSt.-Sätze im Gambio-Checkout

Ignorieren wir die wiederum falsch bzw. gar nicht ausgewiesene MwSt. auf die Versandkosten - der ermäßigte Steuersatz von 7% wäre hier anzuwenden, also 3,58 EUR statt 3,14 EUR wären richtig. Konzentrieren wir uns stattdessen darauf, was Gambio mit dem Gutschein macht.

Tatsächlich teilt die Software die 20,- EUR gemäß den Brutto-Summen der einzelnen Posten auf. D.h., 8,- EUR gehen zugunsten des 40,- EUR Artikels, der somit nur noch 26,89 EUR (32,- EUR inkl. 19% MwSt.) kostet und 12,- EUR zugunsten des 60,- EUR Artikels, dessen Preis auf 44,86 EUR (48,- EUR inkl. 7% MwSt.) sinkt. Der Netto-Wert des Gutscheins beläuft sich demnach auf 17,94 EUR.

Sofern Ihnen der Spaß an der Verwendung von Gutscheinen mit festem Betrag nicht vergangen ist, können wir mit diesem Wissen nun in medias res gehen. Da die wenigsten Onlineshops Artikel zu unterschiedlichen Mehrwertsteuersätzen und gleichzeitig Gutscheine mit festem Betrag verwenden dürften, beschränken wir uns auf nur ein, dafür aber sehr umfassendes Fallbeispiel. Dabei setzen wir das bereits eingeleitete Szenario fort. Der eingesetzte Gutschein ist keinem Partner zugeordnet. Dafür ist die Reduzierung der Provision bei Einlösen des Gutscheins um 40% konfiguriert.

Preis Artikel A: 33,61 EUR (40,- EUR inkl. 19% MwSt.)

Preis Artikel B: 56,07 EUR (60,- EUR inkl. 7% MwSt.)

Provisionsatz: 10%

Zwischensumme Provision: 8,968 EUR

Abzgl. 40% vom Netto-Gutscheinwert 17,94 EUR = 7,176 EUR

Verbleibende Provision: 1,792 EUR

Eigenwerbung

Sie können den Taschenrechner beiseite legen. In den letzten Beispielen geht es nur noch darum, ob der Partner eine Provision erhält oder nicht. Dabei kommt es ausschließlich auf Aktivierung des Kontrollkästchens *nicht provisionieren* bei der *Eigenwerbung* an. Sämtliche übrigen Provisionseinstellungen spielen keine Rolle, sofern das Häkchen gesetzt ist und einer der beiden nachfolgend geschilderten Fälle zutrifft.

Basis für Provisionsberechnung:	<input type="text" value="Produkt-Bruttopreise"/>
Bei Gutschein-Einlösung:	Provision um <input type="text" value="40"/> % des Gutscheinwertes reduzieren
Bei Rabatt gemäß Kundengruppe:	Provision um <input type="text" value="20"/> % des Rabatts reduzieren
Eigenwerbung:	<input checked="" type="checkbox"/> nicht provisionieren

Keine Provision auf selbstvermittelte Bestellungen

Als Partner eingeloggt

Der Fall ist denkbar einfach. Der Kunde ist im Moment der Bestellaufgabe als der Partner eingeloggt, dem die Provision zugute kommen würde. Das kann sowohl durch ein aktives Tracking während des Checkouts der Fall sein, als auch bei einer Folgebestellung durch einen durch den Partner (sich selbst) vermittelten Kunden. Letztgenannter Fall kann logischerweise nur eintreten, wenn Sie die Eigenwerbung nicht von Anfang an ausgeschlossen haben. In beiden Fällen gibt es

- keine Provision

Als eingeloggter Partner eine Bestellung über den Empfehlungslink eines anderen Partners aufzugeben, zählt logischerweise nicht als Eigenwerbung.

Mit Affiliate-Account verknüpftes Kundenkonto

Seit Version 1.1 des Affiliate-Moduls besteht die Möglichkeit, Affiliate-Accounts mit Kundenkonten zu verknüpfen, um beispielsweise erwirtschaftete Provisionen auf das Guthabenkonto des Kunden zu transferieren. Die Deaktivierung der Eigenwerbung ist das genaue Gegenteil eines möglicherweise ganz bewusst gewollten CashBack-Systems. Denn auch bei der Bestellung eines Kunden, dessen Konto mit dem Affiliate-Account verknüpft ist, auf das die Provision gutgeschrieben werden würde, erfolgt

- keine Provisionsgutschrift.

Tracking-Szenarien: Verschiedene Empfehlungsgeber

Online-Version: </tracking-szenarien-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Die Verfügbarkeit mehrerer Tracking-Verfahren und Einstellungen zur Provisionierung bei Folgebestellungen bergen Kollisionsgefahr. Wie verhält sich das [Affiliate-Programm für Gambio](#) bei einem Gutschein von Vertriebspartner A und gleichzeitigem Tracking-Cookie von B? Wie bei der zweiten Bestellung eines von A vermittelten Kunden, der nun über B's Empfehlungslink auf Ihren Shop gelangt?



Allgemeines zur Vertriebspartner-Zuordnung

Eine Kundenbestellung ist stets nur maximal einem Partner zugeordnet. D.h., das Modul teilt nicht etwa die Provision zwischen zwei Empfehlungsgebern oder vergibt gar Provisionen doppelt. Im Falle mehrerer möglicher Empfehlungsgeber teilt die Software stattdessen den "Ranghöchsten" als Vermittler der Bestellung zu.

Prinzipiell gibt es zwei Möglichkeiten, die eine Auswahl aus mehreren potenziellen Werbern erfordern. Während der Konfliktfall *Cookie von A, Coupon von B* ganz einfach zugunsten von A aufgelöst wird, ist das zweite Szenario abhängig von den Konfigurationseinstellungen und somit komplexer. Dabei geht es um die Priorisierung für den Fall, dass ein ursprünglich von A vermittelter Kunde eine zweite Bestellung aufgibt und dabei gemäß Cookie oder Coupon B zuzuordnen wäre.

Beide Szenarien treten bei gängigen Affiliate-Marketing-Konzepten in der Praxis höchst selten auf. Dennoch muss die Affiliate-Software damit umgehen können und Sie als Partnerprogramm-Betreiber wenn auch nicht wissen, zumindest nachlesen können, welche Entscheidung für welchen Fall vorgesehen ist.

Cookie vor Gutschein

Das Tracking kann sowohl über den Affiliate-Link und ein über ihn gesetztes Cookie, als auch über einen dem Affiliate zugeordneten und vom Kunden eingelösten Gutschein erfolgen.

Löst ein Kunde mit aktivem Tracking-Cookie zusätzlich einen Gutschein ein, der einem Partner zugeordnet ist, ist das ohne Auswirkung auf die Zuordnung. **Das Cookie hat also Vorrang vor dem Kupon.**

Folgebestellungen mit abweichendem Empfehlungsgeber

Obgleich dies in der Praxis selten der Fall sein dürfte, sollen Sie wissen, wie die Affiliate-Software in derartigen Fälle verfährt. Dies hängt von Ihrer Einstellung zur Provisionsgutschrift ab - sei es allgemein unter [Optionen](#) oder spezifisch für den jeweiligen [Partner](#).

Nur bei Erstbestellung

Der Werber erhält einmalig eine Gutschrift. Bei Folgebestellungen durch den Kunden erhält weder der ursprüngliche noch ein möglicher neuer Affiliate nochmals eine Gutschrift. Dies gilt sowohl für Cookies als auch Gutscheine des selben oder eines anderen Partners.

Bei Erstbestellung und allen Folgebestellungen binnen 30 Tagen

Ausschlaggebend ist das Datum des Bestelleinganges. Alle Bestellungen des Kunden binnen 30 Tagen ab Eingang der ersten Bestellung kommen dem ursprünglichen Werber zugute. Nach Ablauf der Frist aufgegebene Bestellungen werden unabhängig von einem evtl. neuerlichen Tracking-Cookie nicht mehr vergütet.

Bei allen Bestellungen des geworbenen Kunden

Plakativ ausgedrückt ist das die Option, die Sie Ihren Affiliates als "lebenslange Provision" anpreisen können. Völlig unabhängig von neuen Cookies oder Gutscheinen bleibt ein Kunde immer seinem ursprünglichen Werber zugeordnet und dieser erhält kontinuierlich für jede Bestellung des Kunden seine Provision.

Die Kalkulation ist selbstverständlich Ihnen überlassen. Die Gefahr langfristig geschmälerter Gewinnmargen durch diese Option ist jedoch offensichtlich. Deshalb ist die zeitlich uneingeschränkte Provisionierung insbesondere für digitale Güter geeignet, bei denen die Beschaffungskosten gegen 0 gehen.

Immer, wenn Tracking-Cookie aktiv oder Affiliate-Gutschein eingelöst

Dies ist die einzige Option, mit der ein Wechsel des Affiliates erfolgen kann. Unabhängig von möglichen vorherigen Bestellungen des Kunden zählt nur, ob ihm für seine aktuelle Bestellung ein Werber

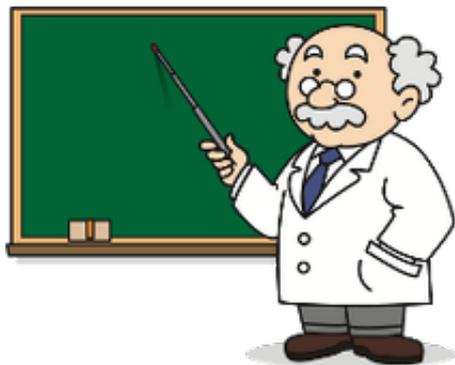
zugewiesen ist.

Die Option wird vom ursprünglichen Referrer ausgelesen, nicht von einem etwaigen neuen Referrer. Das heißt, ist beim Affiliate der Erstbestellung des Kunden einer der in den 3 vorherigen Absätzen beschriebenen Optionen ausgewählt, erhält entweder der ursprüngliche Werber die Provision oder niemand.

Definition Erstbestellung & Erkennung wiederkehrender Kunden

Mit *Erstbestellung* ist in Wirklichkeit die erste Bestellung eines Kunden gemeint, die von der Affiliate-Software erfasst wird. Aus Gründen der Performance und um Redundanzen zu vermeiden, verarbeitet das Affiliate-Modul lediglich Bestellungen, die eine Provision nach sich ziehen. Für die eigentliche Verwaltung von Bestellungen ist schließlich Ihre Shopsoftware zuständig.

Wann handelt es sich überhaupt um eine Folgebestellung? Die Software prüft anhand der E-Mail-Adresse des Kunden und der von Gambio generierten Kunden-Id. Nur eines von beiden muss im System bereits vorhanden sein, um einen Besteller als wiederkehrenden Kunden zu identifizieren.



Tutorials zum Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </tutorials-zum-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Sämtliche Tutorials basieren auf Anfragen von Nutzern des [Affiliate-Moduls für Gambio](#). Gerne nehmen wir Vorschläge zur Erweiterung des Affiliate-Programms um neue Funktionen entgegen und haben einen Großteil davon bereits umgesetzt. Einige Wünsche sind jedoch sehr individuell und nicht ohne Weiteres über das Admin-Menü de-/aktivierbar. Das betrifft insbesondere Anpassungen an Template-Dateien. Für diese Fälle erstellen wir gerne konkrete Anleitungen inklusive Codebeispielen, um Sie bei der Umsetzung Ihrer Anforderungen zu unterstützen.

Anbindung des Partnerprogramms im Frontend Ihres Gambio Onlineshops

Online-Version: </anbindung-des-partnerprogramms-im-frontend-ihres-gambio-onlineshops.php>

Mit Abschluss der Installation und Aktivierung des Moduls verfügt Ihr Gambio Onlineshop bereits über ein voll funktionsfähiges Partnerprogramm. Sobald Sie auch die Konfigurationseinstellungen (insbesondere Höhe der Provisionen) vorgenommen haben, ist es an der Zeit, Ihr neues Partnerprogramm publik zu machen.

```
RewriteRule ^partnerprogramm/?$ shop.php?do=WMAffiliate
RewriteRule ^affiliate-anmeldung/?$ shop.php?do=WMAffiliate&act=affiliate
```

Tatsächlich ist die minimale Anbindung bereits ohne Ihr Zutun gegeben, denn alle erforderlichen Seiten sind standardmäßig bereits aufrufbar. Dabei handelt es sich um:

Registrierungsformular für neue Partner, erreichbar über
www.ihredomain.de/shop.php?do=WMAffiliate&act=affiliate
Loginformular für bereits registrierte Partner:
www.ihredomain.de/shop.php?do=WMAffiliate
Passwort-Recovery:

Gesetzt den Fall, Sie möchten das Partnerprogramm geschlossen betreiben, also nicht jedem die Möglichkeit zur Teilnahme einräumen, brauchen Sie nichts weiter zu unternehmen, als die ersten beiden Links an Personen weiterzugeben, die als Affiliates für Ihren Shop tätig werden sollen.

Verlinkung innerhalb Ihres Onlineshops

Hinsichtlich der Einbindung im Frontend beschränkt sich das Affiliate-Modul auf die Ausgabe der Inhalte bei Aufruf oben genannter URLs. D.h., es fügt nicht automatisch Links oder gar Boxen in Ihren Onlineshop ein.

Das Einfügen der Links obliegt daher Ihnen im Rahmen der vom Hersteller der Shopsoftware bereitgestellten Möglichkeiten. Ansatzpunkte sind der sog. *Content Manager* im Admin-Menü, die Bearbeitung des Templates oder ein Script namens StyleEdit.

Benutzer- und suchmaschinenfreundliche Links

Oben genannte Links sind funktional, jedoch optisch nicht unbedingt ansprechend. Sofern Sie Ihr Partnerprogramm einem breiten Publikum präsentieren und bewerben möchten, empfiehlt sich die Anpassung der öffentlich zugänglichen URLs des Affiliate-Programms.

Wenn Sie zur breiten Mehrheit gehören, auf deren Server `mod_rewrite` zur Verfügung steht, können Sie sich an folgendem Snippet orientieren, das in die `.htaccess`-Datei oder besser: In eine Konfigurationsdatei des Webservers einzufügen ist.

```
RewriteRule ^partnerprogramm/?$ shop.php?do=WMAffiliate
RewriteRule ^affiliate-
anmeldung/?$ shop.php?do=WMAffiliate&act=affiliate
```

Üblicherweise finden Sie in der entsprechenden Datei bereits eine Passage wie diese:

```
RewriteEngine on
RewriteBase /
```

Achten Sie darauf, `RewriteRules` stets unterhalb der Direktive zur Aktivierung der `RewriteEngine` und - sofern vorhanden - unterhalb der Festlegung der `RewriteBase` einzufügen.

Obige `RewriteRules` bewirken, dass das Partner-Login über `www.ihredomain.de/partnerprogramm/` und das Registrierungsformular unter `www.ihredomain.de/affiliate-anmeldung/` erreichbar ist. Die Anpassung der Links kann sowohl als optische Aufwertung für Besucher als auch in puncto Suchmaschinenoptimierung als relevant aufgefasst werden.

Registrierungsformular anpassen

Online-Version: </registrierungsformular-anpassen-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Kein Onlineshop ist wie der andere, die Konzepte für das Affiliate-Marketing unterscheiden sich und so sind auch die Anforderungen an das Registrierungsformular für Partner unterschiedlich. Erfahren Sie im Tutorial, wie Sie Update-sichere Anpassungen vornehmen, um die Pflichtfelder zu bearbeiten, einen Link zu den AGB einzufügen oder Änderungen an den Auszahlungsmethoden vorzunehmen.



Update-sichere Anpassung

A screenshot of a file manager interface showing a directory listing. The server path is "/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates". The table lists several HTML files with their sizes and types. The file "affiliate_usermod.html" is highlighted with a blue selection bar.

Dateiname ^	Dateigröße	Dateityp
..		
<input type="checkbox"/> activate_err.html	329	html-Datei
<input type="checkbox"/> activate_ok.html	439	html-Datei
<input checked="" type="checkbox"/> affiliate_usermod.html	3.629	html-Datei
<input type="checkbox"/> affiliate.html	3.629	html-Datei
<input type="checkbox"/> affiliate_admin.html	142	html-Datei
<input type="checkbox"/> affiliate_err.html	289	html-Datei

Die "usermod"-Datei hat Vorrang vor der Original-Template-Datei.

Unabhängig davon, welche Änderungen Sie am Registrierungsformular vornehmen möchten, sollten diese Update-sicher sein. Das heißt, sie verändern nicht die Original-Datei, sondern fertigen im ersten Schritt eine Kopie derer an.

Die Vorgehensweise zur Erstellung individueller Templates ist für alle Seiten des Affiliate-Moduls dieselbe. Im konkreten Fall handelt es sich aber um die folgende Datei:

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/affiliate.html

Von dieser erstellen Sie eine Kopie namens affiliate-USERMOD.html. Wenn Sie mit der Bearbeitung fertig sind, laden Sie die Datei einfach in dasselbe Verzeichnis wie die Original-Datei, so dass sie unter diesem Pfad erreichbar ist:

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/affiliate-USERMOD.html

Fortan lädt das Affiate-Modul zur Ausgabe des Registrierungsformulars die angepasste Template-Datei anstelle der originalen.

Fallbeispiele

Soweit zur allgemeinen Vorgehensweise bei der Erstellung eigener Templates. Kommen wir nun zu den eigentlichen Anpassungen. Dabei gehen die unterschiedlichen Anforderungen auseinander, weshalb wir uns ganz konkrete Fallbeispiele in der Praxis häufig vorzunehmender Änderungen anschauen werden.

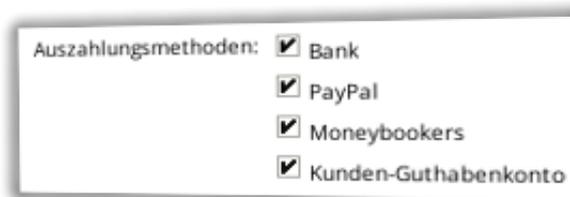
AGB verlinken

Gegebenenfalls ist "AGB" bereits die falsche Bezeichnung, wenn Sie beispielsweise gesonderte Teilnahmebedingungen für das Partnerprogramm verwenden möchten. In jedem Fall öffnen wir die neu erstellte affiliate-USERMOD.html-Datei und finden darin die Zeichenkette *AGB zustimmen*.

Gehen wir nun davon aus, dass Sie eine eigene Content-Seite erstellt haben, die über <https://www.ihrshop.de/info/partnerprogramm-teilnahmebedingungen.html> erreichbar ist. Die Seite soll in einem neuen Tab öffnen, auf ein PopUp verzichten wir. Dann könnte der einzubindende HTML-Code so aussehen:

Auszahlungsdaten ausblenden

Wenn Sie nur eine einzige Auszahlungsmethode anbieten möchten, macht ein Auswahlfeld mit nur einer Option wenig Sinn. Ein weiterer möglicher Anwendungsfall wäre, dass Sie Partnern die Angabe von Zahlungsinformationen erst nach erfolgter Registrierung im Login-Bereich anbieten möchten.



Auswahl aktiver Auszahlungsmethoden im Admin-Menü

Die verfügbaren Auszahlungsmethoden wählen Sie im Admin-Menüpunkt Optionen aus. Das Auswahlfeld passt sich sowohl im Registrierungsformular als auch der Datenbearbeitung im Login-

Bereich automatisch an. Betrachten wir zwei konkrete Fälle, in denen die Auswahl von Auszahlungsmethoden im Registrierungsformular nicht mehr erscheinen soll.

CashBack-System statt Auszahlung

Nehmen wir an, dass eine Barauszahlung von Guthaben überhaupt nicht möglich sein soll. Ihre Partner sind allesamt auch Kunden und sollen in "Naturalien" vergütet werden. Das heißt, jedes Partner-Account ist mit einem Kundenkonto verknüpft. Provisionen sollen als Guthaben auf das Kundenkonto umgebucht werden.

In der Template-Datei finden Sie folgenden HTML-Code, der für die Auswahl und Detailangaben zur Auszahlung verantwortlich ist:

Wir entfernen den gesamten Code-Block und ersetzen ihn durch diesen:

Auf diese Weise bleibt eine Trennlinie sichtbar, wohingegen die Auszahlungsmethoden verschwinden. Durch das versteckte Input-Feld erfasst das Affiliate-Modul für den neu registrierten Partner automatisch die Zahlungsart *Kunden-Guthabenkonto*, das im Registrierungsformular keine weitere Angabe erfordert.

Somit ist auch keine Anpassung der Pflichtfeldangaben nötig, wohl aber der JavaScript-Datei. Diese ist in der Template-Datei selbst referenziert und zwar durch die Zeile:

Wie schon für die Anpassung der Template-Datei selbst, erstellen wir auch von der JavaScript-Datei *affiliate.js* eine "usermod"-Kopie, die in folgendem Verzeichnis liegen soll:

```
/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/assets/js/affiliate-USERMOD.js
```

Aus der kopierten JavaScript-Datei entfernen wir die Funktion *zeig_auszahlungsdaten* sowie deren Aufruf. Anschließend ändern wir in der *html*-Datei die Referenz von *affiliate.js* in *affiliate-USERMOD.js*, so dass die Zeile wie folgt aussieht:

Wichtig dabei: Standardmäßig würde die Auszahlungsmethode *Kunden-Guthabenkonto* erst zur Auswahl stehen, wenn das Affiliate-Account mit einem Kundenkonto verknüpft ist. Bei der Beantragung einer Auszahlung erfolgt daher keine weitere Prüfung auf Existenz der Verknüpfung oder des verknüpften Kundenkontos. Wenn Sie sich für diese Vorgehensweise entscheiden, müssten Sie also darauf achten, dass bis zum Erreichen der Auszahlungsgrenze die entsprechende Verknüpfung besteht.

Für das genannte Problem gibt es praktikable Lösungswege:

1. Sie können es umgehen, indem Sie die Seiten zum Partnerprogramm nur für angemeldeten Kunden sichtbar machen. Auf diese Weise nimmt das Modul bei der Partnerregistrierung automatisch die Verknüpfung mit dem Kundenkonto vor, in das der Kunde respektive neue Partner eingeloggt ist.
2. Sie geben nicht die Auszahlungsart *Kundenkonto* vor, sondern beispielsweise *Banküberweisung*, indem Sie den Wert des versteckten Feldes *auszahlung* mit 1 statt mit 4 angeben.

Auszahlungsmethode erst nach der Registrierung auswählbar

Die Vorgehensweise ist annähernd identisch mit der für das CashBack-System bzw. entspricht genau dem letztgenannten Lösungsvorschlag. Sie geben im Hintergrund die Auszahlungsmethode Bank vor, ohne die Angabe einer IBAN zu verlangen. Das erreichen Sie durch folgende Code-Passage:

Pflichtfelder ändern

Die Anpassung des Registrierungsformulars erfolgt zunächst gemäß obigen Schritten. Das heißt, Sie erstellen in jedem Fall eine Kopie der Template-Datei. Geht es um die Entfernung eines Pflichtfeldes, so ist auch eine Kopie der JavaScript-Datei zu erstellen, um darin die Prüfung zu entfernen.

Möchten Sie ein Pflichtfeld hinzufügen, so kommen als Alternative zur JavaScript-Datei in puncto client-seitiger Validierung ggf. auch HTML5-Attribute wie required in Frage.

Wiederum in allen Fällen ist für die server-seitige Prüfung eine Anpassung in der Helfer-Klasse erforderlich. Hierfür erstellen Sie eine Kopie der Datei

```
/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Classes/Helpers/checkRequiredFields.php
```

Nach dem schon bekannten Prinzip legen Sie die Kopie an dieser Stelle Ihrer Gambio-Installation ab:

```
/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Classes/Helpers/checkRequiredFieldsUsermod.php
```

Soweit zu den allgemeinen Voraussetzungen für die Anpassung der Pflichtfelder. Sehen wir uns konkrete Beispiele an.

Telefonnummer als Pflichtfeld entfernen

Szenario: Die Angabe der Telefonnummer soll erhalten bleiben, allerdings optional sein. Hierfür ist in der html-Datei keine Anpassung nötig, außer die Referenz auf die überarbeitete JavaScript-Datei zu ändern, wie schon oben beschrieben:

In der JavaScript-Datei selbst entfernen wir die Prüfung auf Angabe eines Wertes bei der Telefonnummer. Die zu entfernende Passage sieht so aus:

Zu guter letzt gehen wir die server-seitige Prüfung an. Diese erfolgt in der kopierten Helfer-Klassendatei checkRequiredFields-USERMOD.php. Aus nachfolgender Zeile ist ganz einfach der Array-Wert 'tel' zu entfernen:

Damit ist im Übrigen auch die server-seitige Prüfung auf Angabe einer Telefonnummer bei der Bearbeitung persönlicher Daten im Login-Bereich deaktiviert.

Firma als Pflichtfeld hinzufügen

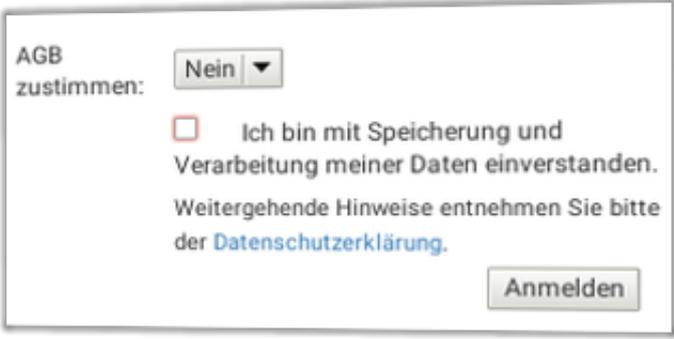
Gehen wir nun davon aus, Sie möchten nur gewerblich tätige Partner bzw. Unternehmen zulassen und

daher das Eingabefeld *Firma* als Pflichtfeld deklarieren. Wir sparen uns die Validierung via JavaScript und verwenden stattdessen das HTML5-Attribut `required`. Die gemäß obiger Beschreibung erstellte usermod-Version der Template-Datei enthält somit diesen HTML-Code für das Eingabefeld:

In der Kopie der Helfer-Klassendatei erweitern wir das Array für die Pflichtfeld-Prüfung wie folgt:

`/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Classes/Helpers/checkRequiredFields-USERMOD.php`

Einverständnis mit Datenschutzerklärung



The screenshot shows a form section for 'AGB zustimmen:'. There is a dropdown menu currently set to 'Nein'. Below it is a checkbox that is currently unchecked, followed by the text 'Ich bin mit Speicherung und Verarbeitung meiner Daten einverstanden. Weitergehende Hinweise entnehmen Sie bitte der [Datenschutzerklärung](#).' At the bottom right of this section is a button labeled 'Anmelden'.

Einverständnis zur Datenverarbeitung bei der Affiliate-Registrierung

Im 2. Beispiel für die Änderung der Pflichtfelder fügen wir ein Kontrollkästchen zur Akzeptanz der Datenschutzerklärung ein. Dieses muss der Partner zwingend aktivieren, um am Partnerprogramm teilnehmen zu können. Mit einem Verbreitungsgrad von [mehr als 97% für die Formularvalidierung](#) verlassen wir uns auf das `required`-Attribut. Im Gegensatz zum vorangegangenen Beispiel verzichten wir also auf eine Server-seitige Prüfung.

Davon ausgehend, dass Sie bereits eine Kopie der `/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/affiliate.html` nach `affiliate-USERMOD.html` im selben Verzeichnis vorgenommen haben, sehen wir uns gleich den Quellcode an. Kontrollkästchen und Text sollen sich im Formular zwischen AGB-Verweis und *Anmelden*-Button einfügen. Wir ergänzen daher vor der Tabellenzeile des Buttons wie folgt:

An Stelle von `/datenschutz.htm` tragen Sie bitte den Link zu Ihrer Datenschutzerklärung ein.

Weitere Beispiele

Beispiele zu weiteren Anwendungsfällen benötigt? Bitte einfach anfragen...

Partner-Login mit ID, E-Mail oder beidem

Online-Version: </partner-login-optionen-templates-affiliate-modul-gambio.php>

Während Sie die Server-seitig verfügbaren Login-Optionen im Admin-Menü des [Affiliate-Moduls](#) konfigurieren können, sind für das Frontend Anpassungen des Templates erforderlich. Um Ihnen ebenjene zu ersparen, steht die Template-Datei für das Partner-Login in drei Varianten zur Verfügung.



A screenshot of a login form. It features two input fields: 'E-Mail-Adresse:' and 'Passwort:'. The password field contains six dots. Below the password field is a link 'Passwort vergessen?' and a 'Login' button.

Login mit Partner-ID



A screenshot of a login form. It features two input fields: 'Partner-ID:' with the value '1' and 'Passwort:'. The password field contains six dots. Below the password field is a link 'Passwort vergessen?' and a 'Login' button.

Login via Partner-ID

Dies ist die Standard-Option im Auslieferungszustand. Folglich sind keine Anpassungen am Template erforderlich. Kontrollieren Sie aber bitte die Einstellung im [Menüpunkt Optionen des Affiliate-Programms im Gambio-Backend](#). Hier sind standardmäßig sowohl die ID als auch die E-Mail-Adresse aktiviert. Die Option *ID* ist für den vorliegenden Fall vollkommen ausreichend.

Login mit E-Mail-Adresse



Affiliate-Login mit: ID E-Mail

Login via E-Mail aktivieren

Wenn Sie Partnern standardmäßig nur die Anmeldung durch Eingabe der E-Mail-Adresse an Stelle der Partner-ID gestatten möchten, deaktivieren Sie zunächst die Option *ID* im Admin-Menüpunkt Optionen des Affiliate-Moduls. Die Angabe des Passworts ist selbstverständlich mit allen auswählbaren Optionen erforderlich.



E-Mail-Adresse:
Passwort:
[Passwort vergessen?](#)

Partner-Login mit E-Mail-Adresse und Passwort

Navigieren Sie anschließend in das Verzeichnis `/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/` Ihrer Gambio-Installation und benennen Sie die darin enthaltene Datei `loginform-email.html` um in `loginform-USERMOD.html`. Durch diese Umbenennung lädt das Modul die Template-Datei, die für die Partner-Anmeldung via E-Mail-Adresse vorgesehen ist.

Login mit Partner-ID oder E-Mail-Adresse



Partner-ID / E-Mail:
Passwort:
[Passwort vergessen?](#)

Login mit Partner-ID oder E-Mail

Zu guter letzt kombinieren wir die beiden vorgenannten Möglichkeiten. Achten Sie darauf, dass im Admin-Menü beide Kontrollkästchen aktiviert sind. Für die Anpassung im Frontend laden Sie die Datei `loginform-id-email.html` als `loginform-USERMOD.html` hoch, so dass Sie unter folgendem Pfad liegt:

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/loginform-USERMOD.html

Vor- und Nachteile der Login-Optionen

Von Login-Optionen auf Basis von OAuth abgesehen ist die Anmeldung via E-Mail-Adresse beinahe als Standard im Web zu bezeichnen. Die E-Mail-Adresse vergisst man nicht so schnell wie eine ID, die nur auf einer einzigen Seite als Login Credential dient.

Andererseits ist das genau der Punkt, der Ihrem Partnerprogramm einen individuellen Touch verleihen kann. Die ID hat der Partner ganz exklusiv nur bei Ihrem Affiliate-Programm.

Aus technischer Sicht sind die Templates nicht nur aufgrund der Beschriftung des Eingabefelds für die jeweilige Option optimiert. Beim Login via Partner-ID erfolgt eine Überprüfung auf Eingabe von Zahlen. Bei der Variante mit Eingabe der E-Mail-Adresse hingegen wird der Input-Typ email verwendet inklusive entsprechender Validierung durch den Webbrowser.

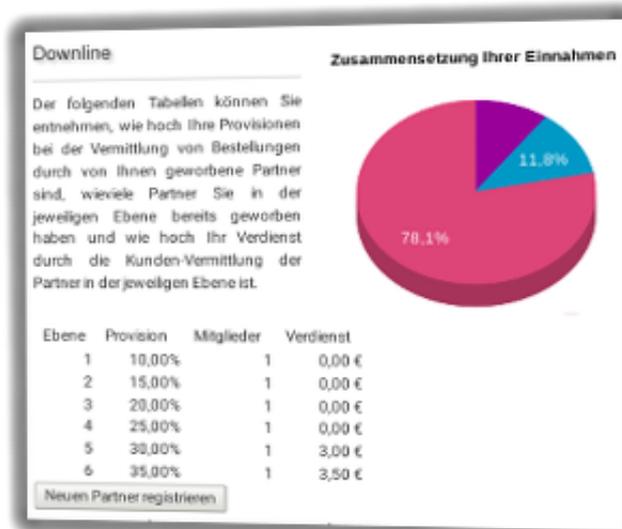
Neue Partner in der eigenen Downline registrieren

Online-Version: </eigene-downline-erweitern-im-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Bei mehrstufigen Partnerprogrammen kommt es nicht selten vor, dass sich neue Partner mit der Unterstützung Ihres Empfehlungsgebers in dessen Downline registrieren möchten. Mit Hilfe des Tutorials auf dieser Seite können Sie ein Registrierungsformular innerhalb des Login-Bereichs einbinden. Des Weiteren können Sie die beschriebene Template-Anpassung nutzen, um ein Feld zur Angabe des Empfehlungsgebers einzubinden.



Registrierungsformular verlinken



Der neue Partner-registrieren-Button unterhalb der Downline-Tabelle

Damit das Registrierungsformular auch eingeloggten Partnern angezeigt wird, ist ein entsprechender Link im Login-Bereich hinzuzufügen. Eine geeignete Stelle ist der Partner-Menüpunkt Downline, weshalb wir

dessen Template im nachfolgenden Beispiel verwenden.

Kopieren Sie die Datei

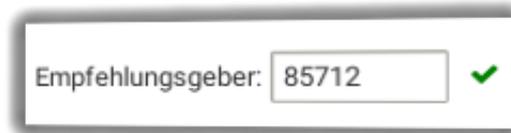
/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/referrer.html

nach

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/referrer-USERMOD.html

Öffnen Sie die kopierte Datei mit einem Texteditor. Exemplarisch fügen wir unterhalb der nach Ebenen gegliederten Downline-Tabelle einen Button ein, der auf das Registrierungsformular verweist. Wir ergänzen daher den HTML-Code nach dem schließenden Tabellen-Tag wie folgt:

Registrierungsformular-Template anpassen



Neues Eingabefeld die Partner-ID des Empfehlungsgebers

Auch vom Template für das Partner-Registrierungsformular legen wir zunächst eine Kopie an und zwar von

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/affiliate.html

nach

/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/Templates/affiliate-USERMOD.html

Öffnen Sie nun die affiliate-USERMOD.html in einem Texteditor. Wir fügen unterhalb der Eingabefelder für das Passwort und dessen Wiederholung eine neue Zeile ein. Diese soll ein Eingabefeld für die ID des Empfehlungsgebers sowie ein Tag zur Ausgabe einer Meldung, ob die ID gültig ist oder nicht. Wir ergänzen die Zeilen also wie folgt:

Der vorgegebene Wert \$tplRef stammt aus der PHP-Datei. Es handelt sich dabei um...

1. die ID des eingeloggten Partners, sofern das Registrierungsformular vom Login-Bereich aus aufgerufen wird
2. den Wert eines Tracking-Cookies, sofern vorhanden und der Besucher zugleich nicht als Partner eingeloggt ist
3. eine leere Zeichenkette, wenn keine der beiden vorgenannten Bedingungen zutrifft.

Im nächsten Schritt erstellen wir eine JavaScript-Datei mit einem Handler für die Validierung der eingegebenen Partner-ID. Als Vorarbeit hierfür binden wir den Link zur Datei bereits ins Template ein, indem wir folgende Zeile am Dateiende einfügen:

Weitere Tipps zu Änderungen an den Eingabefeldern etc. finden Sie übrigens im Hilfethema [Registrierungsformular anpassen](#).

JavaScript für Validierung



JavaScript-Code einfach kopieren

Im letzten Schritt erstellen wir die im vorangegangenen Abschnitt erwähnte JavaScript-Datei namens `ref_check.js` und füllen sie mit folgendem Inhalt:

Diese Datei laden wir in folgenden Pfad unserer Gambio-Installation:

`/GXModules/Werbe-Markt/PayPerSale/Shop/assets/js/ref_check.js`

Der unkomplizierte Aufbau einer Downline, Kontroll- sowie Unterstützungsmöglichkeiten für den Empfehlungsgeber sind wesentliche Erfolgsfaktoren für Network-Marketing. Mit diesen wenigen Schritten haben Sie Ihr Affiliate-Programm für Multi-Level-Marketing-affine Nutzer ein ganzes Stück interessanter gemacht.

Ähnliche Tutorials



Marketing-Praxistipps zum Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </marketing-praxistipps-zum-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Die Praxistipps sollen einerseits Neulingen im Affiliate-Marketing den Einstieg erleichtern und gleichzeitig erfahrenen Marketern den Weg zur Umsetzung ihrer Konzepte mit dem [Affiliate-Modul für Gambio](#) aufzeigen. Außerdem möchten wir Ihnen Ideen und Anregungen für erfolgreiches Social Media Marketing, Multi-Level-Marketing und die Gewinnung neuer Vertriebspartner liefern.

Social Media Marketing mit dem Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </social-media-marketing-mit-dem-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Soziale Netzwerke sind wie prädestiniert für effizientes Affiliate-Marketing mit dem [Affiliate-Modul für Gambio](#). Erfahren Sie mehr zu Best Practices, technischen Hintergründen und praktischen Tipps für mehr Traffic durch Facebook, Twitter, Instagram & Co.



Technische Voraussetzungen Affiliate-Marketing, Facebook & Gambio

In puncto Social Media Marketing führt kein Weg am Branchenprimus Facebook vorbei. Für Facebook wiederum sind Open Graph Metadaten nahezu unabdingbar, um die gewünschte Darstellung von Links, Produktbildern, -titeln und -beschreibungen in Beiträgen und Kommentaren zu bewirken.

Gambio unterstützt die Auszeichnung von zumindest Produkten in den aktuellen Versionen. Leider sind weder entsprechende Release Notes auffindbar, noch würde das Thema im "Handbuch" Erwähnung finden. Mindestens seit Version 3.5.1. jedoch sind zumindest die Produkt-Detailseiten für Facebook geeignet. Sofern Sie über ein Facebook-Konto verfügen, können Sie den von Facebook bereitgestellten [Sharing Debugger](#) verwenden, um eine "Link-Vorschau" zu generieren.

The advertisement features a graphic on the left with a blue line graph and yellow bars, and text on the right. The text describes a partner program for Gambio online shops, highlighting benefits like SEO backlinks and traffic from social media. The website 'WERBE-MARKT.DE' is mentioned at the bottom.

PayPerSale-Software
für Ihr eigenes
Partnerprogramm

Provisionen
Affiliates
Produkte

**Eigenes Partnerprogramm mit dem
Affiliate-Modul für Gambio-Onlineshops**

Affiliate-Modul zur Erweiterung Ihres Gambio-Onlineshops um ein
eigenes Partnerprogramm ✓ SEO-Backlinks ↗ Traffic von
Facebook, Twitter & Co. ↗

WERBE-MARKT.DE

Vorschau-Snippet in Facebooks Sharing Debugger

Eine ansprechende Präsentation Ihrer Produkte in dem von Facebook generierten Vorschau-Snippet ist übrigens nicht nur in puncto Affiliate-Marketing essenziell. Sie ist ebenso bedeutsam, wenn Sie selbst Social Media Marketing betreiben oder auch nur das Teilen von Links auf Ihren Onlineshop innerhalb von Facebook erwünscht ist.

Was ist mit Twitter, Pinterest und Instagram?

Twitter

Was bei Facebook das *Open Graph protocol* ist, sind bei Twitter die sogenannten *Card Tags*. Hier ist seitens Gambio leider keinerlei Unterstützung erkennbar. Twitter selbst greift jedoch als "Fallback" auf Open Graph Metadaten zurück, sofern keine Twitter-Tags existieren. Entsprechende Informationen stellt Twitter innerhalb seiner Dokumentation englischsprachig unter dem Thema [Optimize Tweets with Cards](#) bereit.

Was heißt das? Die Unterstützung für Twitter ist nicht so optimal wie für Facebook, aber immer noch ausreichend, um Twitter in Eigenregie oder im Rahmen von Affiliate-Marketing sinnvoll in Ihre Social Media Marketing Strategie einfließen zu lassen.

Pinterest

Pinterest greift sowohl auf schema.org Mikrodaten zurück, als auch Open Graph Daten, oEmbed oder Shopify. Die ersten beiden sind in aktuellen Gambio-Versionen gegeben. Allerdings ist eine Validierung erforderlich, damit Produktdaten als *Rich Pins* in Zusammenhang mit Pins präsentiert werden. Eine Anleitung stellt Pinterest in englischer Sprache unter [Getting started](#) bereit.

Instagram

Instagram gehört Facebook und noch vor dem Erwerb für 1 Mrd. Dollar unterstützte man den Emporkömmling bei der Implementierung von Open Graph. Das bedeutet, für Facebook richtig ausgezeichnete Webseiten sind implizit auch für Instagram optimiert.

Tipps für die Social Media Praxis

Interessante Inhalte

Auch wenn Sie im Rahmen des Affiliate-Marketings einen Großteil Ihrer Social Media Aktivitäten Ihren Vertriebspartnern überlassen, benötigen diese Material zum Teilen. Neue Produkte in Ihrem Sortiment, Rabattaktionen oder erhaltene Gütesiegel können als Anreiz für einen Beitrag oder Tweet dienen.

Ausführliche Erfahrungsberichte oder originelle Geschichten Ihrer Kunden sind ebenfalls gerne geteilte Inhalte. Eine ausgefallene Kombination mit positivem Geschmackserlebnis bei selbst-zusammenstellbaren Müslis, die Erweiterung der persönlichen Sammlung dank einer in Ihrem Shop

erworbenen Antiquität oder Münze - diese Geschichten teilt man gerne mit seinen Freunden.

Das Affiliate-Modul unterstützt als Tracking-URL jede beliebige Content-Seite Ihres Shops. Räumen Sie also Ihren Kunden ein, Erfahrungsberichte und Meinungen in Ihrem Shop zu veröffentlichen, wie es im Web 2.0 üblich ist, eignen sich diese Seiten auch als Zieladresse für Ihre Affiliates.

Allerdings sind das nur Ideen, wie Sie als Shopbetreiber Ihren Vertriebspartnern die Vermittlung erleichtern können. Letztlich obliegt es dem jeweiligen Affiliate selbst, Inhalte zu kreieren und zu teilen.

Kostenlose Produktproben & Hintergrundinformationen

Sofern Ihre Produkte hierfür geeignet sind, können Sie ausgewählten Partnern Produktproben zur Verfügung stellen, um das Verfassen von Erfahrungsberichten im Blog oder auf Facebook zu ermöglichen. Etwas gratis zu erhalten, sorgt für eine positive Grundstimmung des Affiliates Ihrem Shop gegenüber, die sich in entsprechender Publicity und Motivation zur Vermittlungstätigkeit niederschlägt.

Allein schon der regelmäßige Austausch mit Ihren Partnern kann Vertrauen schaffen und Inspiration sein. Sie haben noch eine Palette einer veganen Seife vorrätig, die inzwischen nicht mehr produziert wird? Das ist Anlass genug für einen Beitrag à la "Schade, ich mochte diese Seife sehr. In diesem Shop gibt es noch ein paar Restexemplare."

Offen sein für Anregungen

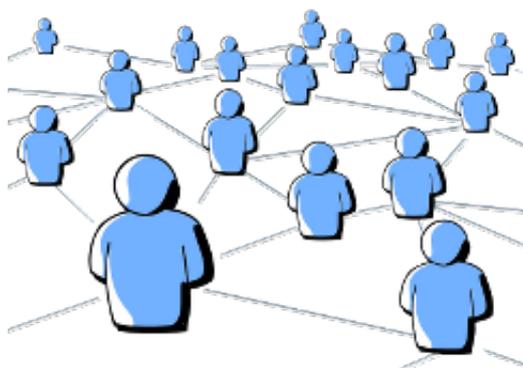
Erfolgreiche Blogger, Twitter-Nutzer mit großer Gefolgschaft und viel abonnierte Facebook-User wissen, was die Abonnenten, Follower und Freunde begeistert. Dieses Social Media Know-How können Sie sich ganz einfach zunutze machen, indem sie auf realisierbare Wünsche Ihrer Vertriebspartner eingehen. Das hat den positiven Nebeneffekt, dass diese sich ernst genommen fühlen und noch motivierter ans Werk gehen.

Sollten die Anregungen der Affiliates technischer Natur sein, dürfen Sie uns diese selbstverständlich gerne weiterleiten. Auch wir haben Interesse am Erfolg Ihres Onlineshops und an der Verbesserung des Affiliate-Moduls.

Multi-Level-Marketing mit dem Affiliate-Modul für Gambio

Online-Version: </multi-level-marketing-mit-dem-affiliate-modul-fuer-gambio.php>

Nachdem wir an verschiedenen Stellen die Multi-Level-Marketing-Fähigkeiten des Affiliate-Moduls für Gambio anpreisen, möchten wir sie nun auch praxisnah erläutern. Dies reicht von der Konfiguration der Hierarchieebenen über den Affiliate-Link zum Werben neuer Partner bis hin zum konkreten Beispiel für die Vergütung von Provisionen aus der Downline.



Ebenen konfigurieren

Das Screenshot zeigt ein Webformular mit dem Titel "Ebene hinzufügen". In dem Formular befindet sich ein Textfeld, in dem der Wert "10" eingegeben ist, gefolgt von einem Prozentzeichen (%). Rechts neben dem Textfeld befindet sich ein blauer Button mit der Aufschrift "Ebene hinzufügen".

Prozentsatz angeben, Ebene hinzufügen - fertig.

Wie *Multi-Level* schon besagt, ist die Konfiguration von mindestens einer zusätzlichen Ebene Grundvoraussetzung für den Start ins Multi-Level-Marketing. Dies geschieht im unscheinbaren [Admin-Menüpunkt Referrer](#) auf denkbar einfache Art und Weise. Sie geben den gewünschten Prozentsatz an, betätigen den Button *Ebene hinzufügen* und schon ist Ihr Partnerprogramm mehrstufig.

Was bedeutet die neue Ebene?

Downline			
<p>Der folgenden Tabellen können Sie entnehmen, wie hoch Ihre Provisionen bei der Vermittlung von Bestellungen durch von Ihnen geworbene Partner sind, wieviele Partner Sie in der jeweiligen Ebene bereits geworben haben und wie hoch Ihr Verdienst durch die Kunden-Vermittlung der Partner in der jeweiligen Ebene ist.</p>			
Ebene	Provision	Mitglieder	Verdienst
1	10,00%	1	0,00 €

Darstellung im Partner-Menüpunkt Downline

Unabhängig vom angegebenen Prozentsatz hat die Existenz einer Ebene zunächst einmal Auswirkungen auf die Registrierung neuer Partner. Sofern während der Registrierung ein Tracking-Cookie eines anderen Partner gesetzt ist, speichert das Modul die entsprechende Zuordnung. Der neue Partner befindet sich also fortan in der ersten Downline-Ebene seines Werbers.

Dieser Vorgang läuft größtenteils im Hintergrund ab und löst noch keinerlei Provisionsgutschriften aus. Lediglich im Partner-Menüpunkt *Downline* ist die Anzahl geworbener Partner in allen Ebenen ersichtlich.

Zum Verständnis: Von einem Affiliate neu geworbene Partner befinden sich grundsätzlich immer in dessen erster Ebene. Eine zweite Ebene, sofern im Admin-Menü konfiguriert, kommt erst ins Spiel, wenn geworbene Partner ihrerseits neue Partner werben.

Was bedeutet der Prozentsatz?

Der angegebene Prozentsatz entspricht der Provision, mit der ein Partner von den Vermittlungsaktivitäten eines von ihm geworbenen Partners profitiert. Er spielt also erst dann eine Rolle, wenn ein geworbener Partner tatsächlich auch Kundenbestellungen vermittelt hat.

Ganz konkret bezieht sich der Prozentsatz auf die Provision, die der geworbene Partner in der jeweiligen Ebene selbst erhält. Wie im Netzwerk-Marketing üblich, schmälert diese Provision jedoch nicht den Verdienst des Vermittlers der Bestellung, sondern geht zu Lasten des Partnerprogramm-Betreibers. Machen wir es anhand eines Szenarios konkret:

- Konfiguration: 1 Ebene mit 10% Provision
- Partner A wirbt Partner B
- Partner B erhält durch die Vermittlung einer Kundenbestellung 20,- EUR Provision.
- Im gleichen Moment erhält Partner A eine Gutschrift über 2,- EUR (10% von 20,- EUR).

Im Unterschied zur Variante ohne Downline-Ebene entstehen Ihnen also in diesem Fall 22,- EUR

Vermittlungskosten an Stelle von nur 20,- EUR.

Mehrere Downline-Ebenen

Im Affiliate-Modul gibt es keine technische Grenze für die Anzahl Ebenen. Es obliegt rein Ihrer Kalkulation, wie viel Provision über wie viele Ebenen Sie anbieten möchten.

Link zum Werber neuer Partner

Der Empfehlungslink zum Werben neuer Partner ist aus technischer Sicht identisch mit dem für die Vermittlung neuer Bestellungen. Das heißt, es kommen der gleiche Parameter (die Partner-ID) und das gleiche Tracking-Cookie zum Einsatz. Die Zielgruppe ist jedoch eine ganz andere.

Um im Rahmen von Multi-Level-Marketing das Werben neuer Partner praktikabel zu gestalten, empfiehlt sich daher die Schaffung einer Landing-Page mit Informationen zu Ihrem Partnerprogramm. Ohnehin ist es die empfohlene Vorgehensweise, eine solche Vorschaltseite in Ihren Shop einzubinden und innerhalb dieser auf [Registrierung und Partner-Login zu verweisen](#).

Gehen wir davon aus, dass Sie eine solche Seite erstellt haben und sie über www.ihrshop.de/partnerprogramm.html erreichbar ist. Als Link zum Werben neuer Affiliates könnte der Partner mit der ID 1 dann diesen verwenden: www.ihrshop.de/partnerprogramm.html?1 Diesen können Sie mit ein wenig HTML-Kenntnissen in eines der Templates für den Partner-Bereich einfügen. Gerne unterstützen wir Sie dabei.

Da bei der Partner-Registrierung naturgemäß keine Gutscheine einzulösen sind, kann das Tracking für die Partner-Werbung ausschließlich über den parametrisierten Empfehlungslink und das darüber gesetzte Cookie erfolgen.

Effekte von Multi-Level-Marketing

Durch den Einsatz von Multi-Level-Marketing bewegen Sie sich mit Ihrem Partnerprogramm in anderen Gefilden als ohne MLM. Mit nur einstufigem Empfehlungsmarketing kennen Sie womöglich einen Großteil Ihrer Partner, haben diese ggf. höchstpersönlich für Ihr Partnerprogramm gewinnen können. Es handelt sich um Geschäftspartner, Lieferanten, befreundete Blog-Betreiber etc. Diese sind mit Ihrem Onlineshop und Ihren Produkten vertraut und können sie gezielt bewerben.

Via Netzwerk-Marketing mit einer attraktiven Struktur über mehrere Ebenen sprechen Sie (zusätzlich) ein ganz anderes Publikum an. Viele interessieren sich nicht für Ihre Produkte, haben mit Ihrer Branche nichts zu tun, sondern sind an Provisionen interessiert. Wie alles hat auch MLM sowohl Vor- als auch Nachteile.

Schattenseiten von MLM

Mit MLM können Sie Verkaufsprofis für Ihr Partnerprogramm gewinnen, die sich ohne Mehrstufigkeit nicht dafür interessieren würden. Irgendwelche Probleme gibt es immer. Auch ohne Partnerprogramm werden Sie schon mit fragwürdigen Reklamationen durch Kunden konfrontiert worden sein.

Deshalb ist es ganz natürlich, dass sich mit einer größeren Anzahl Vertriebspartner auch mehr Schwierigkeiten ergeben können. Das können beispielsweise durch Vertriebspartner in Umlauf gebrachte Informationen hinsichtlich Produkteigenschaften sein, die nicht zutreffen. Der Versand von Spam-E-Mails durch Affiliates ist ein weiteres Beispiel.

Da es unmöglich ist, die zur Vermittlung eingesetzten Maßnahmen Ihrer Partner permanent zu kontrollieren, werden Sie auf solche Missstände ggf. erst durch Mitteilung von unzufriedenen Kunden aufmerksam. Aber wie gesagt: Auch ohne MLM sind Sie nicht vor solchen Vorfällen nicht gefeit. MLM steigert lediglich das Risiko. Nicht unerwähnt bleiben sollte, dass durch die Kommunikation mit einer Vielzahl an Affiliates natürlich auch ein entsprechender Aufwand einhergeht.

Vorteile von Network-Marketing

Die Vorteile von MLM liegen auf der Hand. Durch Netzwerk-Marketing mit einer attraktiven Ebenenstruktur sprechen Sie Verkaufs- und Networking-Profis an, die Ihren Umsatz vervielfachen können. Nicht umsonst fußt das ganze Geschäftsmodell vieler namhafter Firmen ausschließlich auf Netzwerk-Marketing. Der [Wikipedia-Artikel](#) nennt als Beispiele unter anderem die Deutsche Vermögensberatung, Ergo Pro und die Kosmetikfirma Avon. Gerade letztgenannte ist das Paradebeispiel für erfolgreiches Multi-Level-Marketing.

Zusätzliches Know-how

Zum einen profitieren Sie vom Know-how, das Ihre Vertriebspartner einbringen. Man kann sich nicht um alles kümmern. Produktion bzw. Einkauf, Lagerverwaltung, Pflege des Onlineshops, Verkauf, Kundenkontakt, Buchhaltung - schön, wenn man sich in vielen Bereichen auskennt und die Ressourcen hat, einiges in Eigenregie zu machen.

Aber für die verschiedenen Aspekte rund um den Onlineshop gibt es Experten, so auch für den Direktvertrieb. Durch ein mehrstufiges Partnerprogramm geben Sie keine Kompetenzen ab, profitieren jedoch vom Einsatz und im Idealfall auch von konstruktiver Kritik seitens Ihrer Vertriebspartner. So können Sie über die Neukunden-Generierung hinaus wertvolle Vorschläge zur Optimierung Ihres Shops erhalten.

Höhere Reichweite

Netzwerker tragen Ihren Namen nicht zu Unrecht. Gerade in Zeiten sog. sozialer Netzwerke sind eine hohe Anzahl Abonnenten, Follower oder wie auch immer das erreichte Publikum heißt, von unschätzbarem Wert. Wenn Sie selbst auf soziale Netzwerke oder einen Blog in Zusammenhang mit Ihrem Onlineshop setzen, wissen Sie um das Potenzial, aber auch den damit verbundenen Aufwand.

Die *richtigen* Partner verfügen über eine "Followerschaft" in einem oder mehreren Kanälen. So können sie auf einen Schlag hunderte oder tausende potenzielle Kunden ansprechen - ganz ohne Ihr Zutun.

Kosteneffizienz und geringerer Aufwand

Diese Überschrift ist das Fazit der vorangegangenen Absätze. Das Kostenrisiko hält sich bei vernünftiger

Kalkulation der Provisionen in Grenzen. Dem Nutzen durch persönlichen Einsatz, Kenntnisse und Vernetzung Ihrer Partner hingegen sind praktisch keine Grenzen gesetzt.

Vertriebspartner gewinnen

Online-Version: [/vertriebspartner-fuer-ihre-gambio-onlineshop-gewinnen.php](#)

Im Gegensatz zu Affiliate-Netzwerken wie ZanoX (Awin) oder Belboon obliegt das Werben neuer Affiliates für das eigene Partnerprogramm Ihnen als Shop- und Partnerprogramm-Betreiber. Lesen Sie nachfolgend einige Anregungen und Informationen, wie Sie auf einfachem Wege neue Vertriebspartner gewinnen können.



Kunden werben Kunden

Im Anhang finden Sie unsere AGB, die Hinweise zum Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen sowie unser Muster-Widerrufsformular.

Ein für das Öffnen der PDF-Dokumente im Anhang benötigter PDF-Reader kann kostenlos heruntergeladen werden unter <https://get.adobe.com/de/reader/>.

**Kennen Sie schon unser Partnerprogramm?
Empfehlen Sie uns weiter und profitieren Sie von attraktiven Provisionen.
[Weitere Infos finden Sie hier.](#)**

Kleine, aber effektive Änderung: Ein Hinweis auf das Partnerprogramm in der E-Mail zur Bestellbestätigung

Der Klassiker im Empfehlungsmarketing: Machen Sie in E-Mails über Versandbestätigungen oder im Rahmen der After-Sales-Kommunikation auf Ihr Partnerprogramm aufmerksam. Kunden, die mit Ihren Produkten und der Kaufabwicklung zufrieden sind, empfehlen Sie bestimmt gerne weiter.

Das gilt insbesondere dann, wenn Sie mit dem Affiliate-Programm einen finanziellen Anreiz zur Weiterempfehlung bieten. Veröffentlichungen zufriedener Kunden wirken glaubhaft und sorgen für ein positives Image Ihres Shops.

Unter dem Strich entspricht das Ergebnis zwar dem Prinzip *Kunden werben Kunden*. Streng genommen ist es jedoch so, dass ein Kunde zusätzlich ein Affiliate-Account eröffnet, um zum Vertriebspartner zu werden. Eine Gratifikation in Form von Rabattcoupons ist nicht vorgesehen.

Weitere Stakeholder einbeziehen

Wenn Ihre Lieferanten oder andere Geschäftspartner Sie und Ihren Onlineshops bereits weiterempfehlen, ist das natürlich sehr vorteilhaft. Eine Vermittlungsprovision als *Dankeschön* steigert nicht nur die Motivation zur Weiterempfehlung. Sie festigt auch die Geschäftsbeziehung und steigert das gemeinschaftliche Interesse an Ihrem Geschäftserfolg.

Attraktive Provisionen

Bestimmt kennen Sie die Binsenweisheit: Wenn Sie Wohneigentum für die Eigennutzung erwerben, ist ein gewisser Prozentsatz der eingesparten Jahresmiete für Instandhaltung, Renovierung etc. aufzubringen. Nichts anderes ist es mit dem Betrieb eines Partnerprogramms in Eigenregie.

Bei einem Affiliate-Netzwerk mit 60% Ausschüttungsquote, kommen von 100,- EUR, die Sie bezahlen, 60,- EUR beim Affiliate an. 40,- EUR gehen an den Netzwerkbetreiber und selbstverständlich hat dieser auch Kosten für Marketing und Infrastruktur zu decken. Dennoch haben Sie durch Ersparnis der 40% unter Berücksichtigung von etwaigen Aufwendungen für Support und Vermarktung des Partnerprogramms im Normalfall noch deutlichen Spielraum, um Ihren Partnern höhere Provisionen bieten zu können, als Sie es über den Umweg Affiliate-Netzwerk könnten.

Vergleichsportale für Partnerprogramme



Vergleichsportale zur Gewinnung neuer Affiliates gibt es viele.

Das Affiliate-Modul ist mehrstufig und somit höchst attraktiv für Betreiber von Partnerprogramm-Vergleichsportalen. Sofern Sie von der MLM-Fähigkeit des Affiliate-Moduls Gebrauch machen, indem Sie mindestens eine Provisionsebene eintragen, stehen Ihre Chancen gut, in Verzeichnisse und Vergleichsportale aufgenommen zu werden.

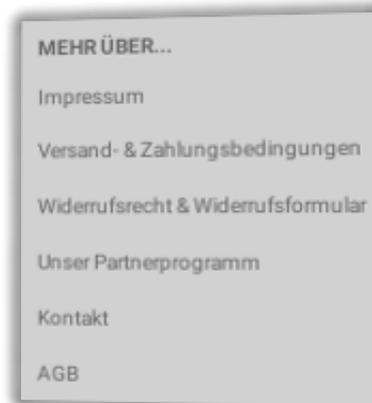
Eine kurze Recherche nach beispielsweise *Partnerprogramme im Vergleich* liefert hunderte relevante Seiten. Auf vielen finden Sie bereits ein vorgefertigtes Formular mit dem Titel *Anbieter melden* oder *Partnerprogramm melden*. Ein Standardtext, in dem Sie die Vorzüge Ihres Partnerprogramms insbesondere hinsichtlich der Ebenenstruktur verdeutlichen, ist mittels Copy & Paste schnell bei Betreibern von Partnerprogramm-Verzeichnissen in Umlauf gebracht. Genannte Portale dienen unzähligen Webmastern als Informationsquelle. So führen virale Effekte in Folge der Aufnahme Ihres Affiliate-Programms in Partnerprogramm-Verzeichnissen schnell zu einer Vielzahl neuer Vertriebspartner.

Berücksichtigung individueller Wünsche

Ohne Ihnen zu nahe treten zu wollen, sind Sie mit Ihrem Onlineshop vermutlich in puncto Mitarbeiterzahl und Umsatz nicht ganz auf einer Stufe mit einem Giganten wie Amazon. Das ist keineswegs negativ gemeint. Denn was Sie Ihren Partnern im Gegensatz zu den Affiliate-Programmen von Amazon oder eBay bieten können, sind Flexibilität und persönlicher Kontakt.

Standard-Antworten à la "Vielen Dank... zur Kenntnis genommen", wie man Sie als Affiliate der *großen* Programmbetreiber bekommt, reißen niemanden vom Hocker. Individuelle Antworten oder die Entsprechung sinnvoller Anregungen eröffnen ganz andere Möglichkeiten. Durch die Umsetzung konstruktiver Verbesserungsvorschläge profitieren Sie vom Know-How Ihrer Affiliates, steigern deren Motivation und die Effizienz Ihres Partnerprogramms.

Verlinkung und attraktive Landing Page



Verlinkung der Info-Seite zu Ihrem Partnerprogramm im Fußbereich des Onlineshops

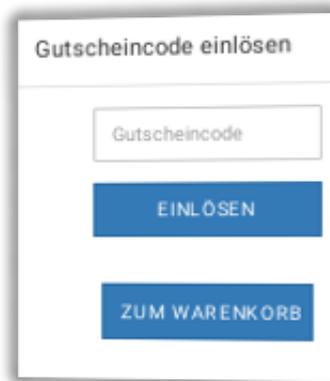
Vielleicht kennen Sie als Inhaber einer Website die Situation selbst. Bevor Sie als Neukunde eine Bestellung in einem Onlineshop tätigen, schauen Sie zumindest kurz, ob es einen Neukundenrabatt gibt

oder im Rahmen eines Partnerprogramms Eigenwerbung erlaubt ist und Aussicht auf eine Provision besteht. Links zu Partnerprogrammen sind üblicherweise im Fußbereich in der Nähe der Verweise auf das Impressum, Hinweise zum Datenschutz und AGB zu finden. Sofern Sie Ihr Partnerprogramm nicht exklusiv für von Ihnen ausgewählte Partner betreiben möchten, ist eine entsprechende Verlinkung unabdingbar.

Das Affiliate-Modul stellt lediglich die funktional erforderlichen Ausgaben bereit, also Login, Registrierung etc. Informationen zu Ihrem Partnerprogramm sind von der Branche und Ihren Einstellungen, z.B. hinsichtlich Multi Level Marketing abhängig. Daher obliegt es Ihnen, eine attraktive Landing Page zu erstellen, auf der Sie die Vorzüge Ihres Partnerprogramms präsentieren.

Unter [Anbindung des Partnerprogramms im Frontend Ihres Gambio Onlineshops](#) finden Sie alle nötigen Informationen, um das Registrierungs- und Login-Formular in Ihrem Onlineshop zu verlinken. Übliche Vorgehensweise ist jedoch, nicht beide Links in jeder Seite Ihres Shops einzubinden. Stattdessen verweisen Sie im Fußbereich auf eine neu erstellte Content-Seite, die neben Informationen zu Ihrem Partnerprogramm die beiden Calls-to-Action *Jetzt Partner werden* und *Login für registrierte Partner* enthält.

GutscheinCodes zur Kundenvermittlung



The image shows a user interface for redeeming a coupon code. At the top, the title 'Gutscheincode einlösen' is displayed. Below the title is a text input field with the placeholder text 'Gutscheincode'. Underneath the input field is a prominent blue button with the text 'EINLÖSEN'. At the bottom of the form is another blue button with the text 'ZUM WARENKORB'.

Coupons ziehen immer

Das Tracking via Coupon-Codes bieten bei weitem nicht alle Affiliate-Programme und ist für die Partner wirklich sehr attraktiv. Erfahrene Online-Marketer erkennen diesen Vorteil sofort. Rabatte und GutscheinCodes stellen immer einen nicht zu unterschätzenden Kaufanreiz dar. Umso leichter sollte Ihren mit exklusiven GutscheinCodes ausgestatteten Partnern die Vermittlung neuer Kunden fallen. Weisen Sie potenzielle Partner am besten vor der Registrierung auf diese Möglichkeit hin. Als überaus positiver Nebeneffekt können Partner suchmaschinenfreundliche Links direkt auf Ihren Shop bzw. einzelne Unterseiten setzen.

Partner-ID im Affiliate-Modul für Gambio nachträglich ändern

Online-Version: </gambio-affiliate-modul-partner-id-aendern.php>

Eine nachträgliche Änderung der Partner-ID im [Affiliate-Modul für Gambio](#) ist eigentlich nicht vorgesehen. Der Partner erhält seine ID zusammen mit der Registrierungsbestätigung und hat sie ggf. schon verwendet, um neue Kunden oder Partner zu werden. Lesen Sie in diesem Tutorial, wie Sie einem Partner bei Bedarf dennoch eine neue ID zuweisen können.



Zu beachten bei Änderung der Partner-ID

Sofern Sie den Platzhalter nicht aus der Vorlage entfernt haben, erhalten neue Affiliates ihre Partner-ID direkt in der E-Mail zur Registrierungsbestätigung. Einstellungen zur Generierung der ID treffen Sie im Admin-Menüpunkt [Optionen des Gambio-Affiliate-Moduls](#).

Die Änderung der Partner-ID über die Admin-Oberfläche ist deshalb nicht möglich, weil es die absolute Ausnahme sein sollte. Sobald der Partner Kenntnis seiner ID hat, kann er sie für das Werben neuer Kunden oder Partner (falls [MLM im Gambio-Affiliate-Modul](#) konfiguriert) nutzen. Ändern Sie die Partner-ID, ist die bisherige nicht mehr gültig. Das heißt, dem Partner entgehen direkte Provisionen oder Mitglieder in seiner Downline, wenn jemand den alten Empfehlungslink verwendet.

SQL-Statements zur Änderung

Zwar sind nicht unbedingt alle der nachfolgenden Datenbankbefehle zwingend notwendig. Ihre Ausführung richtet aber auch keinen Schaden an, wenn der betreffende Partner beispielsweise noch keine Bestellungen vermittelt hat.

Die einfachste Möglichkeit zur Änderung der Partner-ID ist, die SQL-Statements über ein Tool wie z.B. phpMyAdmin ausführen zu lassen. Aber auch im Gambio-Backend finden Sie mit phpMiniAdmin (erreichbar über Toolbox > SQL) ein Eingabefeld zur Ausführung von SQL-Befehlen.

Ersetzen Sie in den exemplarischen Befehlen bitte den Text *alteID* durch die bisherige ID des Partners und *neueID* durch die gewünschte neue ID.

Die Syntax ist absichtlich so, dass Ihr Datenbank-Administrationstool eine Fehlermeldung ausgibt, wenn Sie eine Ersetzung übersehen haben sollten. In diesem Fall können Sie die fehlende ID-Angabe ganz einfach nachtragen und die Befehle erneut ausführen, ohne, dass dabei Schaden entstehen würde.

Natürlich muss eine Partner-ID unikär sein, also dürfen sich nicht zwei Partner dieselbe ID teilen. Zwar liegt es an Ihnen, zu prüfen, dass die neue ID noch nicht anderweitig vergeben ist. Die Ausführung bricht aber (zumindest in phpMyAdmin & phpMiniAdmin) auch dann ab, wenn Sie versehentlich versuchen, eine ID doppelt zu vergeben. Auch in diesem Fall kann nichts passieren, denn schon die Ausführung des ersten Befehls scheitert. Führen Sie die Befehle also nach vorgenommener Korrektur einfach erneut aus.

Wie Sie der Schilderung bereits entnehmen, müssen Sie die Befehle nicht einzeln ausführen. Kopieren Sie stattdessen nach Einsetzen der Partner-IDs den gesamten Block und senden somit alle Befehle auf einmal ab.

Nach erfolgreichem Update der Partner-ID in der Datenbank sind alle mit dem Affiliate verknüpften Daten auf die neue ID übertragen. Das Ergebnis können und sollten Sie zu Kontrollzwecken in der [Affiliate-Verwaltung im Gambio-Adminbereich](#) nachvollziehen.

Wenn schon Empfehlungslinks des Affiliates im Umlauf sind, die die soeben geänderte ID enthalten, sollten Sie für diese eine Weiterleitung einrichten. Dies kann beispielsweise mit Hilfe einer RewriteRule geschehen.
