

## 'Sterke affiliate kan retailrol vervullen'

15-05-2014 00:00

Een goede affiliate kan in bepaalde omstandigheden de rol van de retailer overnemen. Dat stelt oprichter Jochem Vroom van kortingsbonnenplatforms Imbull en Flipit in EtailTrends 3, dat eind deze week verschijnt.

Dat past bij de ontwikkeling dat merken vaker een eigen webshop opzetten of aanhaken bij Amazon.com of Bol.com. Daarbij regelen ze hun eigen logistiek en bevorderen ze brede promotie via affiliates.

Affiliates die bijdragen aan conversie krijgen nu vaak vergoedingen van vier tot zes procent, aldus Vroom. "Je kan ook beargumenteren dat voor bepaalde deals veel hogere vergoedingen gerechtvaardigd zijn. Waarom zou dat geen twintig procent kunnen zijn voor werkelijk actieve bijdragen?"

Waar Vroom met Imbull-dochters Kortingscode.nl en Actiecode.nl richt op ons land, is hij sinds eind maart onder het label Flipit.com internationaal actief in 21 landen. Die wereldwijde spreiding wekt de belangstelling van wereldmerken, vertelt Vroom.

Zo had hij laatst een meeting met sportlabel Adidas. "Die coördineren vanuit Amsterdam hun affiliate-contacten wereldwijd en willen samenwerken met partners die een breed bereik aanbieden."

Omdat Flipit in diverse landen actief is, kan het platform veel en in korte tijd testen in verschillende markten. Daarnaast is het mogelijk om centraal vergelijkingen te maken en terug te koppelen naar de opdrachtgever. "Daarmee kunnen we het voordeel van ons internationale netwerk demonstreren", aldus Vroom. "Over een paar jaar hoop ik de populairste kortingscodes van de wereld te publiceren. Dat lijkt me supervet."

Vroom vertelt in EtailTrends 3 verder over de strategie van zijn couponing websites en ontwikkeling van kortingscodes in het algemeen. Waar de codes nu nog vooral een online verschijnsel zijn, verwacht hij bijvoorbeeld dat ze op termijn via QR-codes in fysieke winkels worden ingezet.

Die QR-codes worden dan via apps of mobiele wallets verspreid. "Maar het gaat allemaal een stuk trager dan iedereen denkt. Er staat veel spanning op die markt, maar ik zie nog geen leidende apps of wallets opduiken."

EtailTrends 3 verschijnt eind deze week met het meinummer van RetailTrends. Klik hier voor een jaarabonnement voor elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.