

Zanox Nederland scherpt eisen voor affiliates aan

27-05-2015 22:00

Affiliatenetwerk Zanox Nederland gaat een strengere schifting doorvoeren bij zijn affiliates. "Een onderdeel van ons werk is om bij affiliates de slechte appels van de goede te onderscheiden", zegt coo Adam Ross van Zanox/AffiliateWindow in het thema Performance Marketing in EtailTrends 3.

Hogere eisen zijn volgens hem logisch vanwege de volwassenheid van de Nederlandse markt. Om potentieel verdachte activiteiten beter te kunnen monitoren, gaat Zanox Nederland werken met technische instrumenten van AffiliateWindow. "Momenteel zien we daar al streng op toe, maar het is een vrij arbeidsintensief proces waarbij AffiliateWindow meer geautomatiseerde mogelijkheden biedt."

Ook de technologie die AffiliateWindow gebruikt voor cross-device tracking in het Verenigd Koninkrijk komt naar de Benelux. Sommige affiliates werden namelijk onvoldoende beloond worden voor hun cross-device activiteiten, aldus Ross. "We zien inmiddels tien tot vijftien procent betere performance in programma's die geschikt zijn voor cross-device tracking."

In het thema Performance Marketing in EtailTrends 3 gaat Adam Ross verder in op de uitdagingen en toekomst van affiliates en performance marketing. "Dit is een jonge industrie, we beginnen nu op gang te komen."

In hetzelfde thema wordt gekeken naar het kans- of-bedreigingsdilemma voor Nederlandse marktplaatsen als bol.com, Wehkamp en fonQ. Verder in EtailTrends: Alibaba over zijn ambities in Europa; uitdagingen van de single customer view; Etrias: vijftig niches onder één dak; One click buy, maar dan anders; en meer. EtailTrends 3 is verschenen met het meinummer van RetailTrends. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.