

Afilo wdraża autorską platformę do zarządzania programami partnerskimi – Open Track. Finalne przełączenie na nowe rozwiązanie planowane jest na połowę sierpnia. Wprowadzenie Open Track pozwoli na pełniejszą analizę prowadzonych kampanii i ich optymalizację – zarówno z punktu widzenia klientów, jak i wydawców, zrzeszonych w sieci.

Obecnie Afilo pracuje równolegle na dwóch rozwiązaniach: dotychczasowym - Direct Track oraz nowym - Open Track. Amerykańska platforma Direct Track to rozwiązanie zewnętrzne, z którego korzysta wiele sieci afiliacyjnych w Polsce. Wdrożenie autorskiej platformy pozwoli spółce na uzyskanie pełnego dostępu do wszystkich statystyk prowadzonych kampanii i przeprowadzanie bardziej skomplikowanych analiz, dotyczących ich efektywności oraz opracowanie trafniejszych rekomendacji optymalizacji kampanii. Wprowadzenie platformy Open Track przyczyni się również do obniżenia kosztów działania spółki.

„Korzystanie z platformy Direct Track oczywiście umożliwiałoby zarządzanie efektywnością kampanii, jednak nie w takim stopniu, jak nowe rozwiązanie. Open Track daje nam możliwość śledzenia dowolnej liczby parametrów – takich jak odsłony, kliki, leady, akcje użytkownika. Możemy opracowywać sekwencje zdarzeń, które poddamy analizie. Dzięki temu lepiej poznajemy zachowania użytkowników Internetu i grup docelowych naszych Klientów, a co za tym idzie, możemy planować kampanie jeszcze lepiej dopasowane do ich potrzeb.” – mówi Jarosław Bułka, dyrektor sprzedaży bezpośredniej Afilo.

Klienci Afilo otrzymają dostęp do panelu statystyk, w którym na bieżąco będą mogli śledzić efektywność swoich kampanii we wszystkich witrynach, na których jest prowadzona. Możliwe będzie również porównanie efektywności poszczególnych kreacji reklamowych. Ponadto klienci będą otrzymywać od zespołu Afilo rekomendacje dotyczące optymalizacji kampanii.

Nowa platforma pozwoli również na maksymalizację zysków wydawców i witryn, współpracujących z Afilo. Dzięki identyfikacji najskuteczniejszych kreacji, emitowanych na danej stronie, oraz programów, które są najlepiej odbierane przez użytkowników danej witryny, będzie można skuteczniej zarządzać powierzchnią reklamową wydawców.

„Open Track to platforma, którą będziemy stale rozwijać i rozbudowywać. W najbliższym czasie dodamy takie funkcje jak emisja kreacji z XML czy reklama kontekstowa. Wydawcy otrzymają od nas narzędzia pozwalające na znaczne skrócenie czasu uruchomienia kampanii i zwiększenie przychodów. Reklamodawcom zaoferujemy nowe systemy antyfraudowe, chroniące przed nieuczciwymi partnerami, dostosowane do lokalnej specyfiki i pomysłowości.” – mówi Przemek Śmiechowski, traffic director Afilo, odpowiedzialny za rozwój i wdrożenie systemu.

Open Track został napisany na zamówienie i jest narzędziem elastycznym, pozwalającym na stałą rozbudowę. Afilo rozważa możliwość udostępnienia w przyszłości platformy, jako otwartego systemu do emisji kampanii rozliczanych za efekt.

Afilo