

ROLE • ODPOWIEDZIALNOŚCI • WSPÓŁPRACA

Afiliacja bez chaosu

Mapa ról i odpowiedzialności wydawcy, reklamodawcy i sieci afiliacyjnej

Praktyczny workbook, który porządkuje cały proces afiliacyjny: kto za co odpowiada, gdzie przekazywane są zadania, jakie narzędzia ma każda ze stron i jak reagować, gdy współpraca przestaje działać.

wydawca

reklamodawca

sieć

Affiliate Manager

tracking

walidacja

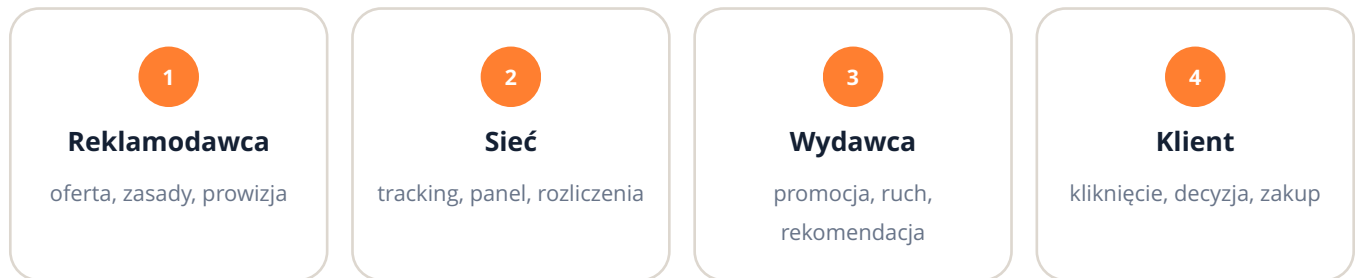
Jedna współpraca, kilka ról.

Ten materiał pomaga ustalić odpowiedzialności zanim pojawią się nieporozumienia dotyczące promocji, trackingu, materiałów, walidacji i rozliczeń.



Kto uczestniczy w afiliacji?

Program afiliacyjny działa wtedy, gdy cztery role łączą się w jeden proces: reklamodawca dostarcza ofertę, sieć zapewnia infrastrukturę, wydawca promuje, a klient finalizuje zakup.



Reklamodawca: cel sprzedażowy

Wydawca: prowizja

Sieć: sprawny proces

Klient: wartościowa oferta

Wspólny mianownik

Każda strona ma inny cel operacyjny, ale sukces powstaje tylko wtedy, gdy role są zgodne i mierzalne.

Najczęstszy błąd

Traktowanie afiliacji jak jednego kanału reklamowego bez ustalenia, kto odpowiada za kolejne etapy współpracy.



Rola wydawcy: promocja i jakość ruchu

Wydawca wybiera program, dopasowuje sposób promocji do swojej społeczności lub modelu działania i odpowiada za to, skąd pochodzi ruch kierowany do reklamodawcy.

Za co odpowiada wydawca?

- ✓ wybór programu i oferty
- ✓ zgodny z zasadami sposób promocji
- ✓ publikacja linków, kodów lub materiałów
- ✓ jakość i transparentność ruchu
- ✓ aktualność publikowanych informacji
- ✓ reakcja na zmiany warunków programu

Co otrzymuje?

Linki afiliacyjne	_____
Kody rabatowe	_____
Feed / materiały	_____
Statystyki	_____
Prowizję	_____

Punkt kontrolny: wydawca nie odpowiada za konwersję sklepu po swojej stronie, ale odpowiada za to, czy kieruje właściwego użytkownika właściwą komunikacją.



Rola reklamodawcy: oferta, warunki i walidacja

Reklamodawca tworzy środowisko, w którym wydawca ma realny powód do promocji: konkurencyjną ofertę, jasne zasady, działający tracking oraz regularną komunikację.

Przed startem

- ✓ ustal model rozliczenia
- ✓ określ prowizję i zasady
- ✓ wdroż tracking
- ✓ wykonaj testową transakcję
- ✓ przygotuj feed i materiały

Po starcie

- ✓ akceptuj odpowiednich wydawców
- ✓ przekazuj promocje i kody
- ✓ waliduj transakcje terminowo
- ✓ analizuj wyniki grup partnerów
- ✓ rozwijaj aktywnych wydawców

Reklamodawca nie powinien

Traktować programu jako projektu „ustaw i zapomnij”. Bez materiałów, aktualnej oferty, walidacji i komunikacji nawet duża baza wydawców może pozostać nieaktywna.



Technologia, proces i koordynacja współpracy

Sieć afiliacyjna spina obie strony technologią i procesem. Affiliate Manager przekłada dane oraz wiedzę o wydawcach na konkretne działania rozwojowe.

Sieć zapewnia

- ✓ tracking i identyfikację konwersji
- ✓ panel dla obu stron
- ✓ narzędzia afiliacyjne
- ✓ raportowanie
- ✓ rozliczenia
- ✓ dostęp do bazy wydawców

Affiliate Manager wspiera

- ✓ rekrutację partnerów
- ✓ rekomendacje grup wydawców
- ✓ analizę wyników
- ✓ komunikację promocji
- ✓ identyfikację luk programu
- ✓ planowanie kolejnych działań

W praktyce: sieć nie zastępuje reklamodawcy ani wydawcy. Jej zadaniem jest sprawić, aby ich współpraca była mierzalna, sprawna i możliwa do skalowania.



Jak odpowiedzialność przechodzi między stronami?

Najwięcej nieporozumień pojawia się na styku ról. Poniższa mapa pokazuje, gdzie kończy się odpowiedzialność jednej strony i zaczyna kolejnej.

Reklamodawca	udostępnia ofertę, warunki i tracking	→
Sieć	udostępnia program i narzędzia wydawcy	→
Wydawca	promuje produkt i generuje kliknięcie	→
Klient	przechodzi do sklepu i składa zamówienie	→
Tracking	rejestruje konwersję i przypisuje ją do źródła	→
Reklamodawca	waliduje zamówienie zgodnie z zasadami	→
Sieć	rozlicza prowizję wydawcy	✓

Najważniejsze: każdy etap powinien mieć właściciela. Gdy odpowiedzialność jest „wspólna”, często w praktyce nie ma jej nikt.



Kto jest właścicielem którego zadania?

Nie wszystkie zadania są po jednej stronie. Warto jednak wskazać właściciela procesu oraz osobę lub stronę wspierającą.

ZADANIE	REKLAMODAWCA	WYDAWCA	SIEĆ
Ustalenie prowizji	Właściciel	-	Benchmark / wsparcie
Tracking	Wdrożenie po stronie sklepu	-	Technologia i pomiar
Promocja produktu	Oferta i materiały	Publikacja	Wsparcie
Rekrutacja wydawców	Zaproszenia / akceptacja	Dołączenie	Pozyskanie i rekomendacje
Walidacja transakcji	Właściciel	-	Panel / proces
Rozliczenie prowizji	Finansuje	Otrzymuje	Rozlicza
Analiza wyników	Tak	Tak	Tak

Wniosek: odpowiedzialność może być współdzielona, ale właściciel konkretnego kroku powinien być jednoznaczny.



Tracking, materiały, promocja i walidacja

To właśnie w tych miejscach najczęściej dochodzi do przerzucania odpowiedzialności. Wpisz właściciela i ustal prostą zasadę działania dla każdego obszaru.

Tracking

Sieć dostarcza technologię, reklamodawca wdraża i testuje integrację.

Właściciel
po naszej
stronie

Materiały

Reklamodawca aktualizuje ofertę, wydawca wybiera format dopasowany do promocji.

Osoba
odpowiedzialna

Promocja

Wydawca odpowiada za publikację zgodną z zasadami programu i własnym modelem działania.

Kontrola
zgodności

Walidacja

Reklamodawca potwierdza status zamówień, sieć udostępnia proces i raportowanie.

Termin
przeglądu



Jakimi narzędziami pracuje każda ze stron?

Dobrze dobrane narzędzia zmniejszają liczbę pytań i przyspieszają pracę. Warto wiedzieć nie tylko „co mamy”, ale też kto faktycznie z tego korzysta.

Reklamodawca

panel

raporty

walidacja

zaproszenia

promocje

feed

Cel: zarządzać programem i dostarczać wydawcom aktualną ofertę.

Wydawca

link

deeplink

kod

baner

feed

statystyki

Cel: promować ofertę i oceniać efekty swoich działań.

Sieć

tracking

panel

API

rozliczenia

raportowanie

support

Cel: utrzymać mierzalny i sprawny przepływ między stronami.

Ćwiczenie: zaznacz narzędzia, z których korzystacie regularnie. Brak użycia ważnego narzędzia często wskazuje na lukę procesową, nie techniczną.



Kto z kim powinien rozmawiać i kiedy?

W sprawnym programie informacje nie czekają do końca miesiąca. Najważniejsze zmiany powinny trafiać do właściwej strony wtedy, gdy można jeszcze na nie zareagować.

Reklamodawca → Sieć

- ☐ nowa promocja lub kod
- ☐ zmiana prowizji lub zasad
- ☐ problem z trackingiem
- ☐ priorytetowe produkty
- ☐ feedback do jakości ruchu

Sieć → Wydawcy

- ☐ nowa akcja promocyjna
- ☐ zmiana warunków programu
- ☐ nowe materiały
- ☐ zaproszenie do kampanii
- ☐ informacja o problemie / naprawie

Wydawca → Sieć

pytania o zasady, problem z linkiem, prośba o kod, feedback o ofercie.

Rytm programu

ustal regularny przegląd wyników i osobny kanał dla pilnych problemów technicznych.



Gdy współpraca nie działa - od czego zacząć?

Zamiast szukać winnego, znajdź właściciela problemu. Każdy scenariusz ma inną kolejność diagnozy.

SCENARIUSZ 1

Ruch jest, sprzedaży brak

- sprawdź źródło ruchu
- sprawdź landing page
- zweryfikuj tracking
- porównaj CR sklepu
- oceń dopasowanie oferty

SCENARIUSZ 2

Brak transakcji w panelu

- sprawdź parametry wejścia
- wykonaj test zakupu
- sprawdź request konwersji
- zweryfikuj duplikację
- eskaluj do sieci

SCENARIUSZ 3

Walidacja się opóźnia

- ustal właściciela procesu
- sprawdź statusy zamówień
- ustal stały rytm walidacji
- nie czekaj do końca okresu
- komunikuj opóźnienia

Zasada: najpierw dane i proces, dopiero potem ocena partnera. To ogranicza błędne wnioski i konflikty między stronami.



Kto robi co w Twoim programie?

Na koniec przypisz konkretne osoby lub strony do najważniejszych zadań. Ta karta powinna być zrozumiała bez dodatkowego tłumaczenia.

Checklista dobrej współpracy

- ☐ każde zadanie ma właściciela
- ☐ tracking ma osobę techniczną
- ☐ promocje mają stały proces komunikacji
- ☐ wydawcy wiedzą, gdzie zgłaszać problemy
- ☐ walidacja ma stały rytm
- ☐ Affiliate Manager zna priorytety programu
- ☐ wyniki są przeglądane regularnie

Moja mapa odpowiedzialności

Tracking	_____
Promocje	_____
Materiały	_____
Akceptacja wydawców	_____
Walidacja	_____
Analiza wyników	_____

Uporządkuj współpracę z webePartners

Wykorzystaj tę mapę jako wspólny punkt odniesienia dla zespołu, wydawców i Affiliate Managera. Im jaśniejsze odpowiedzialności, tym mniej czasu tracisz na przekazywanie problemów między stronami.

webePartners.pl