

Werbeeinnahmen durch den Online-Shop - benefitwindow im Interview

✖ Nachdem Amazon gerade ein Anzeigenmodell für Drittanbieter einführt hat, fragen sich viele Shopbetreiber: Welche Möglichkeiten habe ich, um auch Zusatzumsätze neben meinem Kerngeschäft des Produktverkaufs zu generieren. Hierzu gibt es jetzt eine interessante Idee: benefitwindow.

Erfahren Sie mehr über diese Werbeform speziell für Shops im Interview.

Normalerweise geben Shopbetreiber viel Geld für Anzeigen aus. Eine neue Idee dreht den Spieß jetzt um und verspricht Online-Händlern Werbe-Einnahmen – und das, ohne in den eigentlichen Shop störend einzugreifen. Wie das geht und welche Technik dahinter steckt, wollten wir von Arkadiusz Horzela, Geschäftsführer von benefitwindow, im Interview erfahren.

✖ **Herr Horzela, was ist benefitwindow genau?**

benefitwindow ist eine performanceorientierte Werbeform, welche dem Shopbetreiber die Möglichkeit bietet, ohne Mehraufwand Umsätze außerhalb der reinen Abverkäufe im Shop zu generieren. Zusätzlich kann er die Kundenbindung mit Gutscheinen vertiefen, ohne selbst die Kosten hierfür tragen zu müssen. Die Teilnahme ist kostenfrei und es können Shops jeglicher Größe mitmachen.

Wieso sollte ein Shopbetreiber ein benefitwindow einsetzen?

Es gibt mehrere Gründe: Erstens, Kundenbindung. Shopbetreiber stärken die Kundenbindung durch individuelle Gutscheine, welche nicht selbst finanziert werden müssen. Die gesamte Abwicklung übernimmt benefitwindow. Zweitens, zusätzlicher Umsatz. Der Shop generiert über den schon getätigten Verkauf hinaus zusätzlichen Umsatz. Der Bestellprozess wird nicht beeinflusst. Drittens, und nicht zuletzt, die kostenfreie Teilnahme. Die Werbeeinnahmen werden zwischen drei Parteien aufgeteilt. Der Kunde erhält einen Teil der Werbeeinnahmen als Gutschein im Namen des Shop-Betreibers, einen Teil bekommt der Shop-Betreiber selbst und einen Teil benefitwindow. Die Höhe der Werbeeinnahmen variiert von Produkt zu Produkt.



Wir werden im zweiten Quartal in der Lage sein, auf eines der großen Affiliate-Netzwerke zurückgreifen zu können, so dass wir Zugriff auf ein großes Repertoire interessanter Produkten haben. Dadurch werden wir in die Lage versetzt, passende Produkte einzublenden, welche themenspezifisch zum Shop passen und haben die Aussicht auf höhere Werbeeinnahmen, welche dann wiederum allen beteiligten Parteien zu Gute kommen.

Gibt es schon Erfahrungen mit den Einnahmen, die Shops hierüber erzielt haben?

Es ist noch zu früh, darüber eine Aussage zu treffen, da wir im Januar online gegangen sind. Hierzu werde ich in drei Monaten eine handfeste Aussage treffen können.

Wie viel Aufwand ist es für einen Shopbetreiber, ein Benefitwindow zu integrieren?

Der technische Aufwand ist sehr gering, da lediglich ein kurzer HTML-Code auf die Danke-Seite implementiert werden muss.



Wie sind Sie auf die Idee zu Benefitwindow gekommen?

Die Idee, die Dankeseite nach der Bestellung im Shop sinnvoll zu nutzen, kam per Zufall, als ich einen meiner Onlineeinkäufe abgeschlossen hatte. Auf einer Bestelldankeseite wurden Produkte beworben, welche ich bereits gekauft habe, was ich für nicht besonders sinnvoll hielt. Wer geht schon gerne ins Geschäft zurück, wenn er sich bereits durch das Sortiment und an den Kassen vorbeigekämpft hat? Doch die Idee, die Bestelldankeseite sinnvoll zu nutzen, gefiel mir. Es musste etwas anderes her. Ein anderes Produkt und dann würde es passen.

So entwickelte sich langsam eine Idee, wie man diesen wertvollen Platz sinnvoll nutzen kann:

Performance-Marketing mit Vorteile für alle Teilnehmenden: Shopbetreiber, Kunden des Shops und uns. Eine WIN-WIN-WIN-Situation sozusagen.

Da das Performance-Marketing in den vergangenen Monaten stark an Gewichtung im Internet gewonnen hat und mit hoher Sicherheit weiterhin stark wachsen wird, haben wir ein viel versprechendes Instrument geschaffen.

Was ist Ihr persönlicher Hintergrund?

Ich bin seit sieben Jahren Unternehmer und sehr stark im Internet aktiv. Zum Unternehmensnetzwerk gehören diverse Unternehmen, wie die moreQuality Media & Beteiligungs GmbH, eine Dialogmarketing Agentur, der Finanzdiscounter 4 Free AG, ein CallCenter welches gewonnene Interessentendatensätze aus dem Internet telefonisch veredelt und die moreQuality LEADS, welche veredelte Interessentendatensätze für verschiedene Branchen generiert. Da wir ständig auf der Suche nach innovativen Werbemöglichkeiten sind, können wir benefitwindow sehr gut für unsere Kunden und uns nutzen.

Kann ein Shopbetreiber die Inhalte des benefitwindow beeinflussen?

Der Shopbetreiber hat jederzeit die Möglichkeit, bequem im Log-In bestimmte Inhalte aus dem Netzwerk auszublenden. Somit behält er die Kontrolle über sämtliche Inhalte und kann selbst entscheiden, was angezeigt wird.

Und noch eine Frage zum Abschluss: Wo kaufen Sie selbst am liebsten ein?

Bei Amazon.

Alle weiteren Informationen finden Sie unter www.benefitwindow.de