



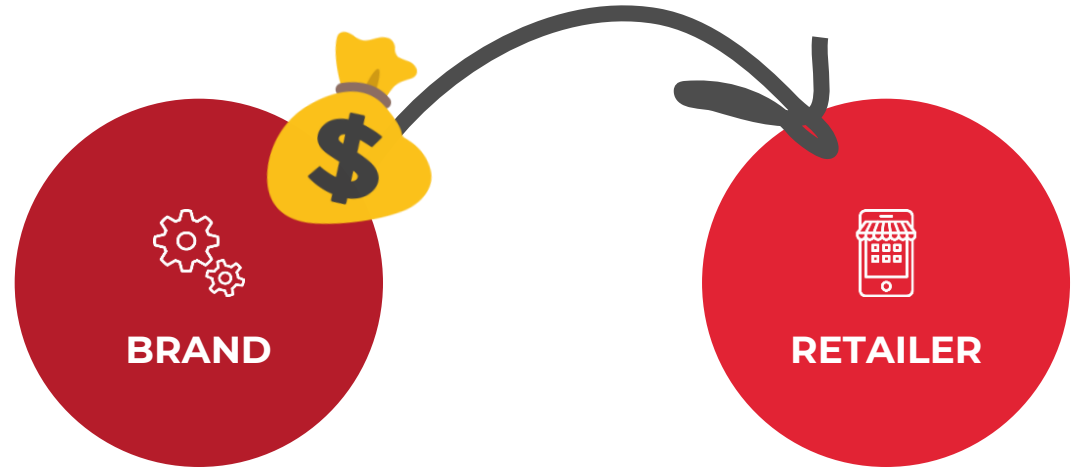
**PERFORMANCE
MARKETING MIT WKZ**

JUNI 2021



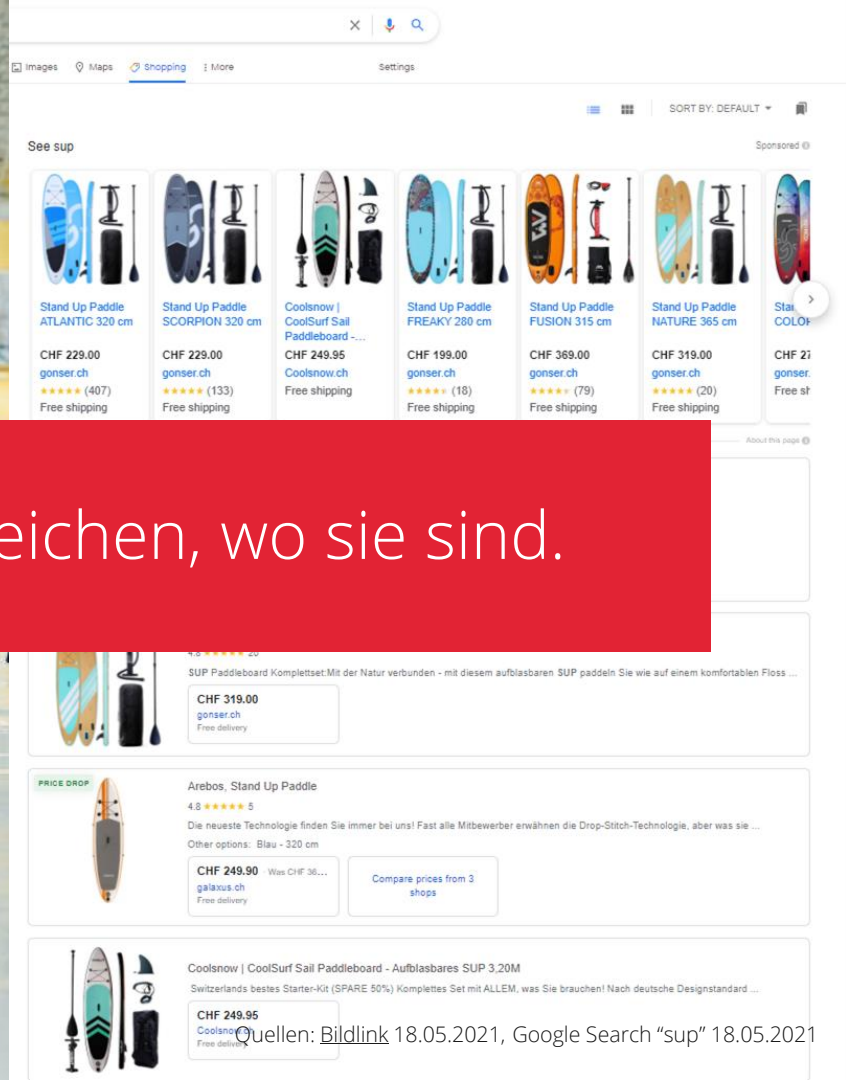
WERBE- KOSTEN- ZUSCHUSS

“Bei WKZ (Werbekostenzuschüssen) handelt es sich um finanzielle Zuwendungen der Industrie an Handelsunternehmen, die ursprünglich mit dem Ziel eingesetzt wurden, den Handel zur werblichen Förderung bestimmter Produkte zu aktivieren.” [Wirtschaftslexikon](#)





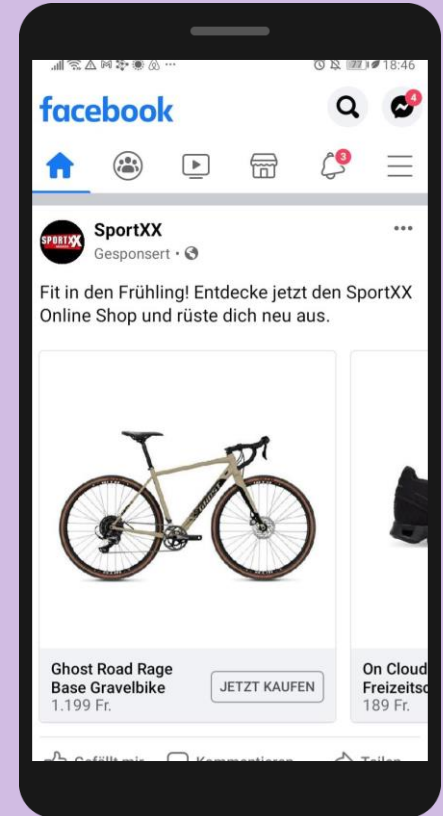
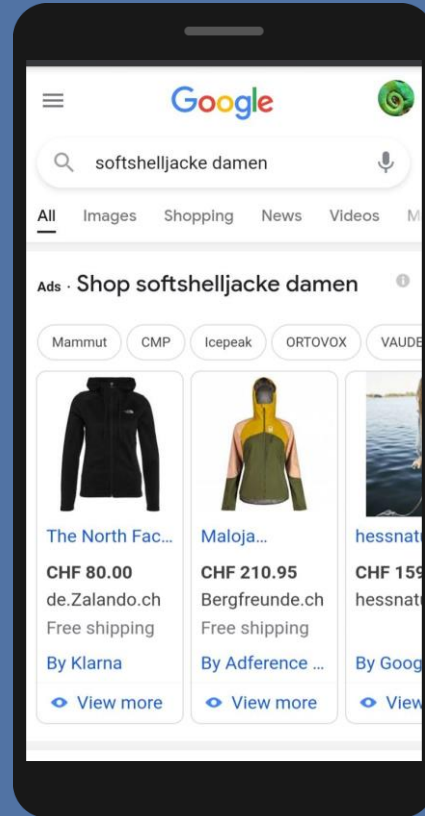
Shoppers dort erreichen, wo sie sind.





2 KANÄLE 2 FORMATE

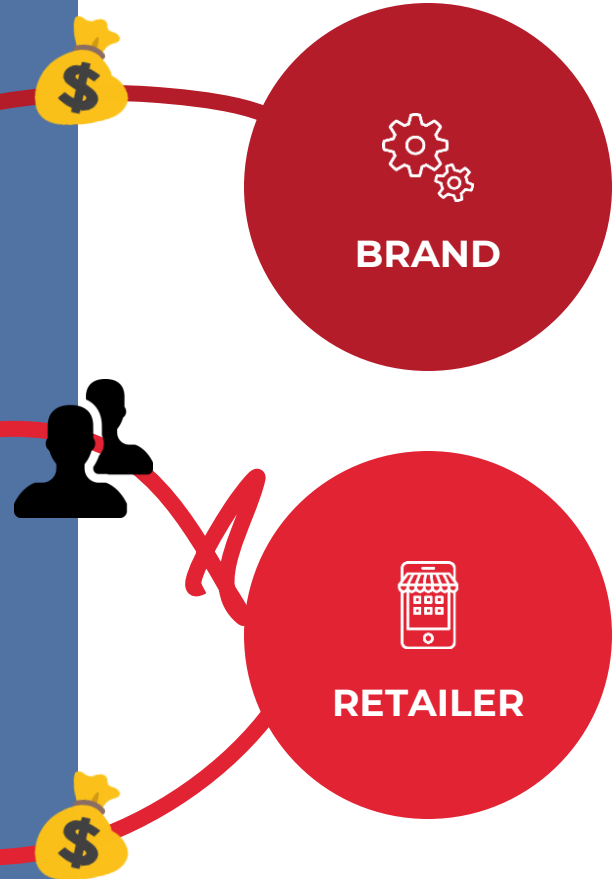
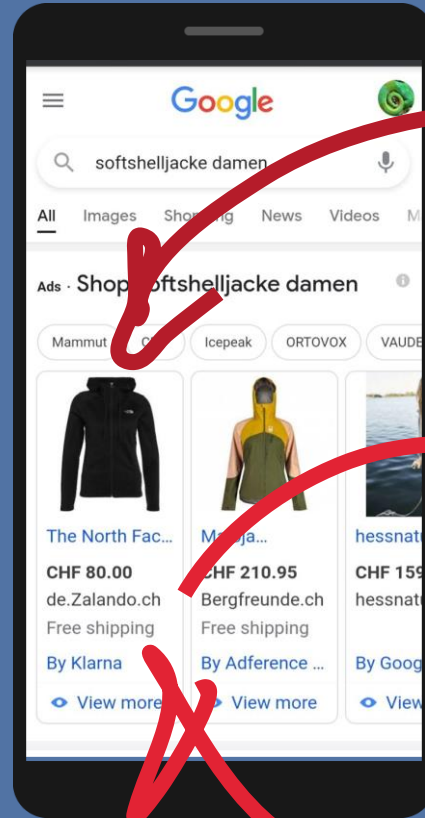
Sowohl Facebook als auch Google haben ein ein Format entwickelt, welches eine einfache, transparente Zusammenarbeit von Brand & Retailer ermöglicht.





SHOPPING CAMPAIGNS WITH PARTNERS

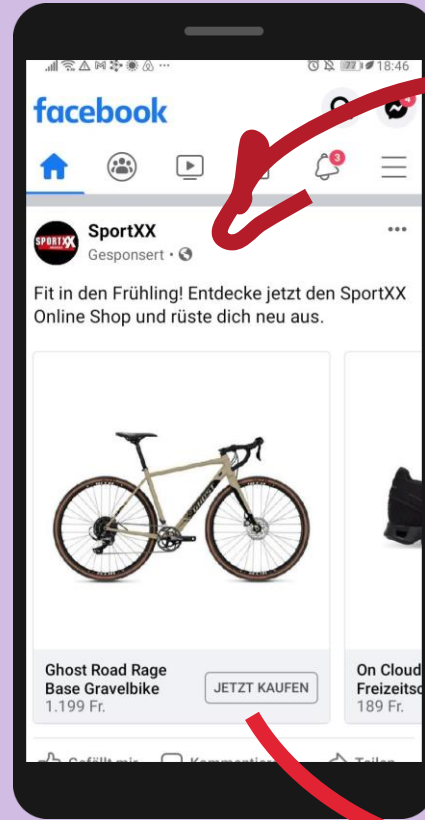
Shopping Campaigns with Partners (SCwP) 2.0 ermöglicht es Herstellern/Brands, ihre Produkte zu bewerben und gleichzeitig den Traffic bei Händlern ihrer Wahl zu erhöhen.





COLLABORATION ADS

Das volle Potenzial von Handels- und Marken-/ Herstellerpartnerschaften nutzen, um mehr Käufer zu erreichen und Conversions zu erzielen.



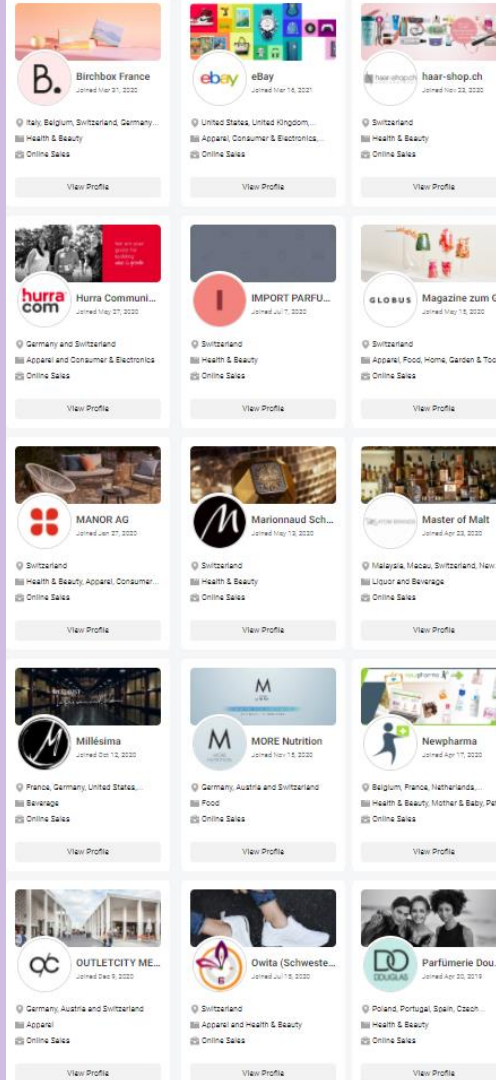


COLLAB- ADS RETAIL PARTNER DIRECTORY

Im [Retail Partner Directory](#) von Facebook können verfügbare Einzelhändler gefunden werden.



Webrepublic confidential



Es sind aktuell nur **18 Händler Schweizweit** als Retail Partner freigeschaltet.

Es werden die folgenden Collaboration Types angeboten:

- Online Sales
- Store Sales
- Store Traffic

Weiter können die Händler nach unterschiedlichen Kategorien gefiltert werden wie z.B. Apparel, Beverage, Books, Electronics, Health & Beauty.

Quelle: [Facebook Retail Partner Directory](#), 30.04.2021



WKZ IM PERFOR- MANCE MARKETING VORTEILE

“Operational Frictions” reduzieren: skalierte Berichterstattung, Abrechnung und Verwaltung.

Awareness: Online-Präsenz maximieren mit gemeinsam finanzierten Kampagnen zur Verbesserung von Traffic, Engagement und Clickshare-Dichte.

Drive Sales: Gemeinsam können mehr Shoppers erreicht werden und somit der Traffic & Umsatz gesteigert werden.

**Inkrementelle Nachfrage
(nur SCwP):** Gebote & Budgets können effizient erhöht werden, um die inkrementelle Nachfrage zu decken.



SCWP (GOOGLE ADS) VORAUS- SETZUNGEN

Brands können über das [Manufacturer Center](#) ihren eigenen Produktfeed einspeisen und somit auch die Produktdatenqualität auf Google beeinflussen.

Das Implementieren des Tags für [Conversions with Cart Data](#) auf Retailerseite ist grundlegend für SCWP.

Manufacturer Center

Google Ads Account

Reporting

Conversion with Cart Data

Merchant Center

Google Ads Account

Reporting



BRAND



RETAILER



COLLAB. ADS (FB) VORAUS- SETZUNGEN

Der Retailer gibt dem Brand ein dediziertes Katalogsegment frei, welches dann vom Brand für Ads verwendet werden kann.

Der Retailer muss sich ausserdem im [Retail Partner Directory](#) eintragen lassen.

Business Manager

Reporting

Katalog Segment für Brand

Business Manager

Reporting



BRAND



RETAILER



web★republic



DANKÄ

Lara Thurnheer

Consultant E-Commerce

+41 44 542 92 30

lara.thurnheer@webrepublic.com

IHR KONTAKT