

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Glossar .....</b>	<b>VI</b>
<b>1     Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1   Zweck dieser Arbeit.....	1
1.2   Was sind Requirements? .....	1
<b>2     Spezifische Eigenschaften an Requirements .....</b>	<b>2</b>
2.1   Requirements Engineering Prozess .....	2
2.2   Funktionale Anforderungen.....	3
2.3   Nichtfunktionale Anforderungen.....	3
2.4   Einteilung der Anforderungen .....	3
2.4.1   Pflicht Anforderung .....	3
2.4.2   Wunsch Anforderung .....	3
2.4.3   Absicht Anforderung .....	3
2.4.4   Vorschlagsanforderung.....	3
2.5   Qualitätskriterien .....	4
<b>3     Affiliate Marketing (B2C-Sicht).....</b>	<b>5</b>
3.1   Grundlagen des Affiliate Marketing.....	5
3.2   Funktionsprinzip.....	5
3.3   Konditionsmodelle .....	6
3.3.1   Pay per Click .....	6
3.3.2   Pay per Sale .....	7
3.3.3   Pay per Lead .....	8
3.4   Trackingverfahren .....	9
3.4.1   Cookie Tracking .....	9
3.4.2   URL Tracking.....	9
3.4.3   Session Tracking .....	10
3.4.4   Datenbank Tracking .....	10
3.4.5   Pixel Tracking .....	10
3.5   Werbemittelarten .....	10

3.5.1	Banner und Buttons .....	11
3.5.2	Textlinks .....	11
3.5.3	Widgets .....	11
<b>4</b>	<b>Affiliate-Komponente für SCOOBX .....</b>	<b>12</b>
4.1	Funktionsanforderung.....	12
4.2	Frontside .....	12
4.3	Backoffice (BO) .....	13
4.3.1	BO-Meine Affiliate-Partner .....	13
4.3.2	BO-Neuen Affiliate-Partner anlegen .....	15
4.3.3	BO-Affiliate Adressdaten anlegen.....	17
4.3.4	BO-Affiliate Provisionsvergütung.....	18
4.3.5	BO-Affiliate Unterprogramme .....	19
4.3.6	BO-Affiliate Statistiken .....	21
4.3.7	BO-Affiliate Transaktionen .....	23
4.3.8	Spezifische Affiliate Einstellung .....	25
4.3.9	Allgemeine Affiliate Einstellung .....	27
4.3.10	BO-Affiliate Werbemittel.....	29
<b>5</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>30</b>
<b>6</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>31</b>
	<b>Ehrenwörtliche Erklärung.....</b>	<b>32</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Requirement Engineering.....	2
Abbildung 2: Pay per Click .....	6
Abbildung 3: Pay per Sale .....	7
Abbildung 4: FS-Anmeldeformular.....	12
Abbildung 5: BO-Meine Affiliates.....	13
Abbildung 6: BO-Affiliate aktivieren.....	14
Abbildung 7: BO-Affiliate löschen .....	15
Abbildung 8: BO-Neuen Affiliate anlegen.....	16
Abbildung 9: BO-Affiliate erfolgreich angelegt .....	16
Abbildung 10: BO-Affiliate Adressdaten.....	17
Abbildung 11: BO-Affiliate Provisionen .....	18
Abbildung 12: BO-Affiliate Unterprogramme .....	19
Abbildung 13: BO-Affiliate Unterprogramm anlegen .....	20
Abbildung 14: BO-Affiliate Statistik .....	21
Abbildung 15: Statistik Diagramm Ansicht .....	22
Abbildung 16: BO-Transaktionen .....	23
Abbildung 17: BO-Transaktion manuell durchführen.....	24
Abbildung 18: BO-Transaktionsdetails .....	25
Abbildung 19: BO-Spezifische Affiliate Einstellung.....	26
Abbildung 20: BO-Allgemeine Affiliate Einstellung.....	28
Abbildung 21: BO-Affiliate Werbemittel.....	29

## Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Langschreibweise
<b>TWIKI</b>	<b>Wiki-Software</b>
<b>IEEE</b>	<b>Institute of Electrical and Electronics Engineers</b>
<b>BO</b>	<b>Backoffice – Administrationsbereich des Shops</b>
<b>Blz</b>	<b>Bankleitzahl</b>
<b>Url</b>	<b>Uniform Ressource Locator identifizieren und lokalisieren eine Ressource über das verwendete Netzwerkprotokoll</b>
<b>Regex</b>	<b>Reguläre Ausdrücke</b>
<b>WSV/ SSV</b>	<b>Winterschlussverkauf / Sommerschlussverkauf</b>
<b>HTML</b>	<b>Hypertext Markup Language</b>

## Glossar

Begriff	Erklärung
Stakeholder	Nutzer der mit System in Verbindung steht
Requirement	Engl. Anforderung an Etwas
Merchant	Wird das Unternehmen verstanden, das auf Provisionsbasis ein Partnerprogramm bereitstellt
Affiliate	Kooperationspartner, der für ein Unternehmen auf der Basis einer Provisionsvergütung für von ihm vermittelte Transaktionen wirbt
Sticky Ads	Werbemittel die auf der Seite fixiert sind und wenn der Nutzer scrollt wandert dieses Werbemittel mit
Flag	Ist ein Prüfbit

# 1 Einleitung

## 1.1 Zweck dieser Arbeit

Diese Arbeit dient als wesentliche Grundlage für die Entwicklungsteams der dotSource GmbH. Für die Entwicklung in großen Projekten ist es sehr wichtig eine klare Zielstellung zu formulieren. Dadurch kann ein reibungsloser Ablauf während der Entwicklung gewährleistet werden. Allerdings sind dabei einige Dinge zu beachten: Zum einen muss die Zielstellung umfangreich und klar formuliert werden. Zum anderen sollte die Datenhaltung, solcher Spezifikation, zentral gehalten werden, sodass alle Beteiligten jederzeit auf die aktuelle Spezifikation Zugriff haben. In der dotSource GmbH wurde die zentrale Datenhaltung mittels der TWIKI<sup>1</sup> Software realisiert. Bei dieser Software wird gewährleistet, dass stets nur eine Person am Dokument arbeiten darf. Zudem ist es relativ einfach nachvollziehbar, wer welche Änderungen vorgenommen hat.

## 1.2 Was sind Requirements?

In Unternehmen werden in unterschiedlichsten Bereichen Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen gestellt. Bei der dotSource handelt es sich natürlich um Software Anforderungen. Aber was sind genau Anforderungen (englisch *requirements*)?

Nach IEEE Std. 830-1998 <sup>2</sup> sind Anforderungen wie folgt definiert:

- Eine Bedingung oder Fähigkeit, die von einer Person zur Lösung eines Problems oder zur Erreichung eines Ziels benötigt wird.
- Eine Bedingung oder Fähigkeit, die eine Software erfüllen oder besitzen muss, um einen Vertrag, eine Norm oder ein anderes, formell bestimmtes Dokument zu erfüllen.

Requirements sind also detaillierte Aussagen über zu erfüllende Eigenschaften und Leistungen eines Produktes, eines Prozesses oder der am Prozess beteiligten Personen.

---

<sup>1</sup> <http://twiki.org/>

<sup>2</sup> [IEE09]

## 2 Spezifische Eigenschaften an Requirements

Es gibt eine Reihe unterschiedlicher Aspekte und Herangehensweisen für das Requirement-Engineering mit unterschiedlichen Vor- und Nachteilen in Abhängigkeit vom konkreten Einsatzfall. Deshalb lässt sich kein Verfahren als universell einsetzbar hervorheben.

### 2.1 Requirements Engineering Prozess

Im allgemeinen Sinn umfasst das Requirements-Engineering einerseits die Ermittlung der relevanten Anforderungen an die Software und die Identifikation des Kontextes, in dem das zu erstellende System realisiert werden soll. Andererseits beinhaltet dieser Prozess die Dokumentation dieser Information in Form einer Spezifikation.

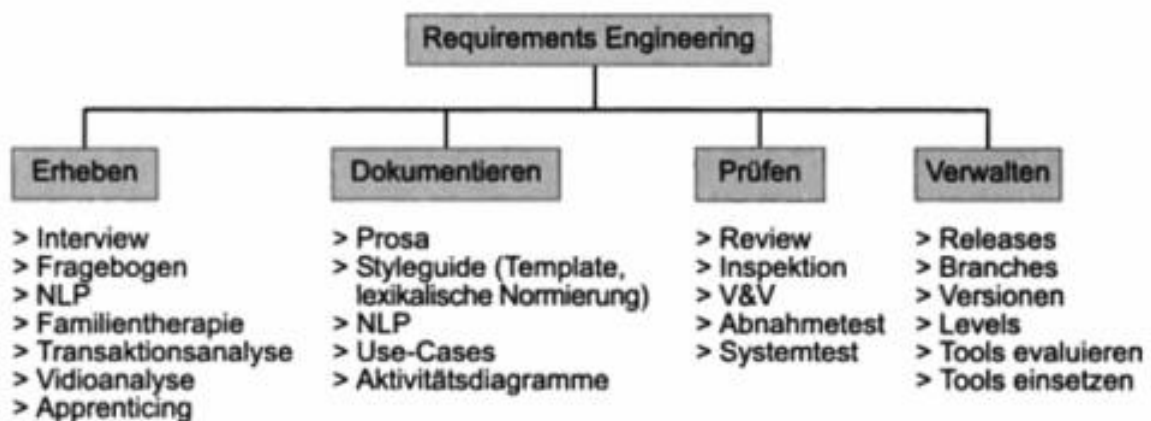


Abbildung 1: Requirement Engineering

Quelle: [RUP04] S.14

Wie in *Abbildung 1: Requirement Engineering*

Quelle: [RUP04] S.14 zu sehen ist, gehört zu einem kompletten Requirements Engineering noch das Prüfen und das Verwalten der Anforderung.

In der dotSource GmbH werden die Anforderungen von einer Person erstellt. Nach Fertigstellung wird die Anforderung an den Projektleiter übergeben, welcher zusammen mit der Geschäftsleitung den Review durchführt. Anfallende Änderungen werden zurück an die zuständige Person übertragen, welche im Anschluss die Änderungen in das System einpflegt.

## 2.2 Funktionale Anforderungen

Die funktionalen Anforderungen beschreiben die durch das Produkt auszuführende Funktionalität oder was das System aufgrund seiner Aufgabenstellung können muss. Diese funktionalen Anforderungen beinhalten zum einem die Eingaben. Dazu zählen Daten, Ereignisse und eventuelle Einschränkungen. Zum Zweiten gehören Funktionen zu den funktionalen Anforderungen. Als letzter Punkt kommen noch die Ausgaben hinzu. Zu Ausgaben gehören natürlich die Daten, Fehlermeldungen und die Reaktionen des Systems.

## 2.3 Nichtfunktionale Anforderungen

Im Gegensatz zu funktionalen Anforderungen beschreiben die nicht funktionalen Anforderungen die Eigenschaften und die Qualitäten, die das Produkt haben soll. Meist sind diese Anforderungen bezogen auf die Anwenderfreundlichkeit, Wartbarkeit und die Zuverlässigkeit.

Zu nicht funktionalen Anforderungen werden auch die Grenzen gezählt. Grenzen beschreiben das erlaubte Verhalten (z.B. Nutzer Privatsphäre d.h. ein Nutzer hat keinen Zugriff auf private Ordner eines anderen Nutzers).

## 2.4 Einteilung der Anforderungen

### 2.4.1 Pflicht Anforderung

Durch Pflichtanforderungen werden Forderungen ausgedrückt, die unbedingt erfüllt sein müssen. Die Abnahme kann allerdings verweigert werden, wenn das System die Anforderung nicht erfüllen kann.

### 2.4.2 Wunsch Anforderung

Mit Wunschanforderungen können eventuell Verbesserungen vorgeschlagen werden. Oder Vorschläge gemacht werden, dass diese Option sehr ratsam ist.

### 2.4.3 Absicht Anforderung

Die Absichtsanforderung beschreiben zukünftige Anforderungen an das Projekt. Diese müssen also nicht nach der ersten Implementierungsphase vorhanden sein.

### 2.4.4 Vorschlagsanforderung

Zu Schluss gibt es noch Vorschläge die unter Vorschlagsanforderung definiert werden können. Über Vorschläge kann dann in einem Review diskutiert werden. Danach kommt es entweder zu einer Zusage oder Ablehnung. Wurde die Vorschlagsanforderung befürwortend abgesegnet, dann muss diese Anforderung neu eingegliedert werden.



## 2.5 Qualitätskriterien

Wie man eine gute Anforderung schreibt und ob diese zum Schluss auch wirklich gut ist, all das kann man anhand von folgenden Qualitätskriterien fest machen. Zu den Qualitätskriterien zählen u.a. die Vollständigkeit, Korrektheit, Konsistenz und Eindeutigkeit.<sup>3</sup> Unter Vollständigkeit versteht man die komplette Beschreibung der Funktionalität einer Anforderung. Sind Anforderungen noch unvollständig, sollten diese auch markiert sein. Durch das Markieren ist es dann auch möglich durch den Text zu iterieren, um unvollständige Sachverhalte auszufiltern.

Eine Anforderung ist korrekt, wenn sie genau die Funktion bereitstellt, die ein Stakeholder gestellt hat. Dazu muss die Anforderung gelesen werden und von den Personen auch verstanden werden.

Anforderungen müssen gegenüber anderen Anforderungen widerspruchsfrei sein das ist unter konsistent zu verstehen. Zudem muss jede Anforderung in sich selbst widerspruchsfrei sein.

Wenn eine Anforderung nur auf eine Art und Weise interpretiert werden kann, dann ist sie auch wirklich eindeutig. Sollte es möglich sein Sachverhalte hineinzupinterpretieren dann muss diese Anforderung nochmals überarbeitet werden.

Natürlich gibt es noch weitere Qualitätskriterien diese sollen aber an dieser Stelle nicht weiter vertieft werden.

---

<sup>3</sup> [RUP04] S.27

### 3 Affiliate Marketing (B2C-Sicht)

#### 3.1 Grundlagen des Affiliate Marketing

Für das Affiliate Marketing gibt es eine Reihe synonyme Begriffe, die es zum besseren Verständnis vorab zu klären gilt.

Ein Affiliate Programm oder auch Partnerprogramm stellen die konkrete Ausgestaltung des Affiliate Marketing dar.

Unter einen Affiliate oder auch Partner versteht man einen Kooperationspartner, der für ein Unternehmen auf der Basis einer Provisionsvergütung für von ihm vermittelte Transaktionen wirbt.

Partner können Unternehmen als auch Privatpersonen sein. In der hier dargestellten Affiliatekomponente sollen allerdings nur Unternehmen als Affiliatpartner in Betracht kommen.

Ein Merchant (engl.) Programmbetreiber wird das Unternehmen verstanden, das auf Provisionsbasis ein Partnerprogramm bereitstellt.

#### 3.2 Funktionsprinzip

Eine Kooperation ist eine Zusammenkunft zwischen einem Merchant und einem Affiliate über die Vermittlung von Transaktion und die dafür ausgehandelte Provisionsvergütung. Transaktionen, für die der Affiliate Provision erhält, können beispielsweise vermittelte Kaufabschlüsse, abgeschlossene Registrierungen oder einfache Klicks sein.

In der Praxis erfolgt eine Kooperationsvereinbarung zwischen Merchant und Affiliate meist online durch das Ausfüllen eines standardisierten Formulars seitens des Partners und der Akzeptanz der Anmeldung durch den Merchant. Daher sind die meisten Kooperationsbedingungen bei allen Partnern gleich. Die jeweiligen Provisionsvergütungen können zu einem späteren Zeitpunkt noch individuell angepasst werden.

Nach Akzeptanz des Partners durch den Merchant werden dem Affiliate im Rahmen des Partnerprogrammes geeignete Werbemittel einschließlich eines speziellen Link-Codes angeboten. Der Link-Code beinhaltet die spezielle Affiliate ID und dient der softwaretechnischen Erfassung der Herkunft eines Internetusers, wenn dieser über so einen Link einer Partnerseite zum Angebot des Merchant gelangt. <sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> [LAM06] S.23

### 3.3 Konditionsmodelle

#### 3.3.1 Pay per Click

Pay per Click bedeutet, dass der Affiliate für jeden Besucher, der auf einen Banner oder einen Textlink auf seiner Webseite klickt und so zur Webseite des Merchants gelangt, eine Vergütung erhält. Die Standardvergütung liegt in der Regel zwischen 0,03 € und 0,25 €. Welchen Betrag der Merchant auszahlt, liegt sicherlich auch an dem Erfolg des Partners. Pay per Click wird als Partnerprogramm eher selten verwendet, weil diese Methode sich leicht durch Bots manipulieren lässt und ihr Erfolg in Zeiten zunehmender Popularität von Popup Blocker eher fragwürdig ist.<sup>5</sup>

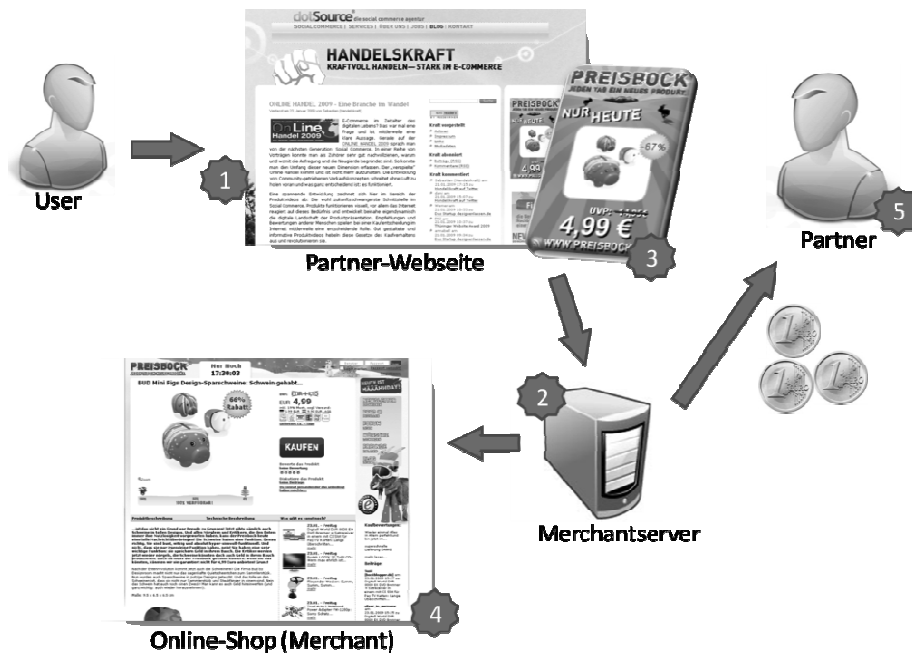


Abbildung 2: Pay per Click

Quelle: Darstellung des Authors

Der technische Ablauf eines einfachen pay per Click Partnerprogrammes könnte wie in Abbildung 1 ablaufen. Ein Internetbenutzer (User) besucht die Webseite eines Affiliate (1), der ein oder mehrere Werbemittel (3) des pay per Click Partnerprogramms bei sich eingebunden hat.

<sup>5</sup> [BÜT03] S.26

Der Merchantserver(2) ist der Rechner, auf dem die Online-Shop-Software des Merchants sowie das Tracking von Affiliate-Clicks laufen. Klickt der Internetnutzer auf das Werbemittel auf der Partner-Webseite, so wird dieser Klick vom Merchantserver anhand der Affiliate ID eindeutig bei dem zu gehörigen Affiliate registriert und geloggt. Des Weiteren wird der Internetnutzer auf die Anbieter-Webseite(4) weitergeleitet. Es könnte auch die IP-Adresse des Internetnutzers mitgespeichert werden, dadurch könnte man herausfiltern ob es sich um einen erstmaligen oder einen wiederkehrenden Klick handelt. Der Partner(5) erhält nach eventuell festgelegten Zeiträumen oder auf Bedarf die ihm zustehenden Provisionsvergütungen ausgezahlt. Hierbei müssen die bis dato registrierten Klicks als abgerechnet gekennzeichnet werden, so dass bei einer erneuten Zahlung die bereits Ausgezählten Klicks nicht noch einmal mit vergütet werden.

### 3.3.2 Pay per Sale

Bei einem pay per Sale Partnerprogramm, wird der Partner für die Vermittlung eines Kaufabschlusses prozentual vergütet. Dabei kann entweder eine Vergütung über einen Fixbetrag stattfinden oder der Partner wird prozentual anhand des Nettoverkaufspreises d.h. Bestellwert ohne Versandkosten, Porto und Verpackung vergütet. In der Praxis findet die prozentuale Methode am meisten Anklang.

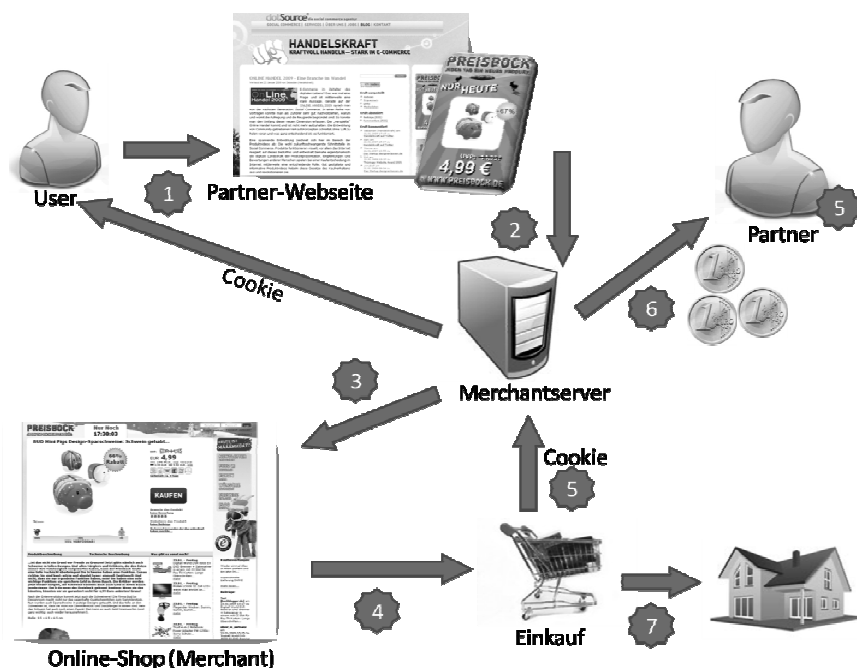


Abbildung 3: Pay per Sale Quelle: Darstellung des Authors

In *Abbildung 3: Pay per Sale* ist der technische Ablauf eines pay per Sale Partnerprogrammes dargestellt. Ein Internetuser besucht die Seite eines Affiliate, welcher ein Werbemittel auf seiner Seite eingebunden hat (1). Klickt der User auf dieses Werbemittel wird er über den Merchantserver(2) auf die Anbieter-Webseite(3) weitergeleitet. Während der Weiterleitung über den Merchantserver erkennt dieser, anhand des auf der Affiliate Webseite eingesetzten speziellen Link Codes, wer der vermittelnde Partner ist und zu welcher Seite weitergeleitet werden muss.

Außerdem wird während der Weiterleitung über den Merchantserver ein Cookie gespeichert, dies geschieht allerdings nur wenn die am meisten verbreitete Methode des Cookie-Tracking zum Einsatz kommt. (*Erläuterung hierzu in Kapitel 3.4.1*) Das Cookie beinhaltet das Partnerprogramm, Partnerkenndaten und ein Verfallsdatum. Dieses Cookie wird auf dem Rechner des Internetnutzers gespeichert.

Jetzt kann man prinzipiell zwei Szenarien unterscheiden. Zum einen wird direkt nach der Weiterleitung ein Einkauf getätigt(4) oder der User möchte noch etwas Bedenkzeit und kommt erst später auf die Webseite des Online Shops um den Kauf zu tätigen. In beiden Fällen muss nach einer vollständigen Bestellung der pay per Sale dem Affiliate gut geschrieben werden. Dies wird anhand des Cookies überprüft, welches sich auf dem Rechner des Users befindet. Ist ein Cookie vorhanden und das Verfallsdatum wurde auch noch nicht überschritten, dann werden die Daten aus dem Cookie zusammen mit den Bestelldaten zur Provisionsabrechnung in der Datenbank gespeichert(5).

In der Regel wird bei dieser Vergütungsmethode die Provision dem Partner nicht sofort gut geschrieben. Meist muss der Merchant diesen erst bestätigen. Oder er kann es in einer angemessenen Frist stornieren, falls der Käufer von seinem Rückgaberecht Gebrauch macht.

Kommt der Kauf zustande(7) und gibt der Merchant die Provision frei so wird sie dem Affiliate endgültig gutgeschrieben(6).

### 3.3.3 Pay per Lead

Die Auslegung für einen pay per Lead ist sehr unterschiedlich. In manchen Fällen kann ein Lead bereits beim ausfüllen eines Newsletter-Formulars zustande kommen. In diesem Fall soll aber ein Lead als Registrierung eines Users in dem Onlineshop angesehen werden.

Das Funktionsprinzip kann, wenn es sich ebenfalls um Cookie-Tracking handelt, mit dem Verfahren von pay per Sale verglichen werden. Nur wird hier nicht nach einen

vollständigen Bestellvorgang die Gutschrift gebucht, sondern nach vollständigem Abschluss der Registrierung.

### 3.4 Trackingverfahren

#### 3.4.1 Cookie Tracking

Das Cookie-Tracking ist wie bereits erwähnt die am weitläufigsten verbreitete Tracking-Methode. Ein Cookie ist ein Stück Code, welches beim Besuch einer Webseite im Browser des Besuchers gespeichert wird. Es kann entweder permanent gespeichert werden oder es kann ein Verfallsdatum beinhalten, welches das Cookie nach Ablauf ungültig macht.

Sobald ein User auf die Webseite gelangt, kann er anhand seines Cookies genau identifiziert werden. So ist es auch möglich, den User zu einem späteren Zeitpunkt genau zu einer Transaktion zuzuordnen. Dies gilt natürlich auch bei Wiederholungskäufen. Wenn man das Kaufverhalten von Kunden genauer betrachtet, wird man feststellen, dass die meisten Käufer nicht beim ersten mal bestellen sondern erst beim 3 bis 4 mal den Einkauf tätigen. Deshalb ist diese Tracking-Methode sehr vorteilhaft.<sup>6</sup>

Einen Nachteil bietet diese Methode allerdings auch. Wenn die Verwaltung von Cookies im Browser ausgeschaltet wurde oder wenn der User regelmäßig seine Cookies löscht. Dadurch kann der User nicht mehr anhand des Cookies eindeutig identifiziert werden.

#### 3.4.2 URL Tracking

Beim URL-Tracking werden wichtige Informationen wie z.B. Identifikationsnummern an die URL angehängt.

*Beispiel: <http://www.preisbock.de?AffiliateID=123456>*

Hierbei stellen die Zeichen hinter dem Fragezeichen die Variablen dar. Durch ein „&“ Zeichen könnten auch weitere Variablen übergeben werden. Diese Methode findet man auch bei der Übergabe von Formulardaten mittels der Methode „GET“.

*Beispiel: <http://www.preisbock.de?AffiliateID=123456&Browser=MSIE>*

Ein klarer Vorteil gegenüber der Cookie-Tracking Methode ist, dass es unabhängig von der Browsereinstellung des Users funktioniert. Ein Nachteil gibt es allerdings auch bei dieser Methode. Die übergebenen Variablen müssen immer von einer HTML Seite zur anderen

---

<sup>6</sup> [LAM06] S.29

weitergegeben werden. Daraus folgt das die Variablen über jeden möglichen Link mit geschleift werden müssen.

### 3.4.3 Session Tracking

Das Session-Tracking ist eine rein serverseitige Methode. Beim Session-Tracking wird für den Besuch einer Webseite eine sogenannte Session eröffnet und Transaktionen werden auf die jeweilige Session ID registriert.

Die Session ID wird zu Beginn eines Seitenaufrufs an den Browser eines Nutzers übergeben. In so einer Session können dann viele Daten gespeichert werden, beispielsweise die Partner ID. Solange die Session aufrecht erhalten wird, können vom Webserver die benötigten Daten gespeichert und ausgelesen werden. Wird der Browser beendet, wird auch die Session geschlossen.

### 3.4.4 Datenbank Tracking

Das Datenbank-Tracking ist im Gegensatz zu den anderen Modellen relativ neu. Es passiert auf den vorhergehenden Modellen. Es wird die Partner ID aus der URL oder aus einem Cookie gelesen und zusammen mit der Kunden ID in einer Datenbank gespeichert. Weitere Einkäufe des Users können eindeutig zugeordnet werden. Der Vorteil vom Datenbank Tracking ist die zuverlässige Zuordnung von Folgetransaktionen. Affiliates können die Daten aus der Datenbank zur Generierung von Statistiken einsetzen.

### 3.4.5 Pixel Tracking

Pixel-Tracking kommt häufig bei Affiliate Netzwerk Betreibern zum Einsatz. Dies erfolgt aus folgendem Grund, dass neben dem Webserver des Anbieters außerdem noch der Server des Netzbetreibers von einer Konversation benachrichtigt werden muss.<sup>7</sup>

Wie genau das Pixel-Tracking funktioniert soll an dieser Stelle nicht weiter erläutert werden, weil es in dieser Arbeit nicht um Affiliate-Netzwerke geht.

## 3.5 Werbemittelarten

Den Publisher sollten attraktive, absatzstarke und auf das Produkt zugeschnittene Werbemittel angeboten werden. Dieser Teil der Vertriebsunterstützung ist die Basis für die erfolgreiche Vermarktung der Produkte. Häufig sind Banner und Buttons in diversen Formaten ausreichend – einige Produkte vermarkten sich jedoch über Sonderwerbformen

---

<sup>7</sup> [LAM06] S.31

(Bspw. Widgets) am besten. In den folgenden Abschnitt werden drei Werbemittelarten etwas genauer vorgestellt.

### 3.5.1 Banner und Buttons

Im Bereich der Internetwerbung ist der Banner eine der meist genutzten Medien. Er besteht im Wesentlichen aus einem Stück HTML Code. In Bannern lassen sich alle in HTML zur Verfügung stehenden Funktionalitäten nutzen.

Die Werbemittel werden durch Einfügen des HTMLs oder Javascripts in die Partnerwebseite integriert. Auf diese Weise wäre sogar ein Newsletter Formular oder eine interaktive Suche auf der Partnerwebseite möglich.

Heutzutage gibt es schon die verschiedensten Spezialformen wie z.B. dynamische HTML-Werbemittel oder Flash Banner.<sup>8</sup> Grundprinzip ist, dass das Werbemittel wie ein Standard HTML-Werbemittel in die Seite integriert wird, die Darstellung der Inhalte aber in einer gesonderten Darstellungsebene im Vordergrund der Webseite erfolgt. Dies erfolgt z.B. bei so genannten „Sticky Ads“. Dies sind Werbemittel die auf der Seite fixiert sind, wenn der Nutzer scrollt, wandern dieses Werbemittel auf dem Bildschirm mit.

### 3.5.2 Textlinks

Textlinks sind nichts anderes als vorformulierter Text durch den Shop-Betreiber, der auf einer Webseite integriert werden kann. Dieser Textlink ist dann natürlich mit der jeweiligen Partner ID verknüpft und verweist auf die Webseite des Shops.

### 3.5.3 Widgets

Ist auch unter dem Namen Smart Content bekannt. Widgets sind dynamische Werbemittel bei denen der Inhalt automatisch Tag für Tag eingespeist wird. Gerade in Web 2.0 wurde diese Art für Affiliates sehr interessant. Da hier ohne weiteres Zutun automatisch neue Produkte angeboten werden können. Beispiele für solche Widgets kann man sich z.B. hier <http://www.preisbock.de/webmaster/widgets/> anschauen.

---

<sup>8</sup> [RED09]



## 4 Affiliate-Komponente für SCOOBX

Auf den folgenden Seiten wird die Anforderung an eine Affiliate-Komponente genauer dargestellt. Diese Spezifikation dient den zwei Entwicklungsteams der dotSource GmbH als Grundlage für die Implementierung. Die grafischen Darstellungen der einzelnen Masken sind nur als Mokup zu betrachten. Diese Mokups dienen nur als Modell und sind nicht für die Design-Implementation gedacht.

### 4.1 Funktionsanforderung

Die Funktionalität eines Partnerprogrammes wird hauptsächlich im Backoffice Bereich des Shops implementiert. Im Shop Frontend existiert nur ein Anmeldeformular für potenzielle Affiliatepartner. Im Enfinity Team gibt es eine Freigabefunktion, diese soll aber nicht für die Partnerprogramm-Komponente genutzt werden. Der Shop-Administrator bzw. die zuständige Verwaltungsperson kann lediglich im Backoffice den Partner freischalten. Für das Anmeldeformular im Shop wird eine Captcha Funktion benötigt. Das Captcha unterscheidet, ob das Gegenüber ein Mensch oder eine Maschine ist. Durch Captchas soll verhindert werden, dass programmierte Bots bestimmte Dienste nutzen können.

### 4.2 Frontside

Auf der Frontside des Onlineshops wird ein Anmeldeformular bereitgestellt.

Sie wollen Affiliate Partner werden? Oder wünschen weitere Informationen? Dann kontaktieren Sie uns.

Name:\*

Vorname:\*

Firma:\*

E-Mail:\*

Webseite:\*

Telefon:

\* Felder sind pflichtfelder

Wähle das Flugzeug aus:\*

☐ ☐ ☐ ☐

Über einen Link beispielsweise im Footer der Seite kann die Maske, wie in *Abbildung 4: FS-Anmeldeformular* zu sehen ist, aufgerufen werden. Über dieses Formular können sich Webseitenbetreiber für eine Affiliate-Partnerschaft bei dem Online-Shop Betreiber bewerben.

Abbildung 4: FS-Anmeldeformular Quelle: Darstellung des Authors

Als Pflichtfelder wurden Name, Vorname, Firma, E-Mail und Webseite festgelegt. Erkennlich sind diese Pflichtfelder durch die gebräuchliche Sternmarkierung. Diese Felder wurden als Pflichtfelder gewählt um den Verwaltungsaufwand im Backoffice möglichst gering zu halten und für eventuelle Rückfragen an den Partner. Beim Abschicken des Formulars werden die Daten auf Richtigkeit und Vorhandensein geprüft. Das E-Mail Eingabefeld muss dabei auf korrekte E-Mail Schreibweise und die Pflichtfelder müssen auf eine Eingabe validiert werden. Wurde ein Pflichtfeld vergessen, wird dieses nach dem Abschicken farblich hervorgehoben. Das gleiche geschieht auch, wenn eine ungültige E-Mail eingegeben wurde. Zudem wird über dem fehlerhaften Eingabefeld eine Hinweismeldung z.B. *Bitte geben Sie eine gültige E-Mail Adresse ein* angezeigt.

Wurden die Daten sachgemäß eingegeben und abgeschickt, werden sie in einer Datenbank abgespeichert. Diese Interessenten auf eine Affiliate-Partnerschaft werden vorerst mit einen inaktiv Flag gekennzeichnet. Warum dies geschieht wird im nächsten Abschnitt genauer erklärt.

## 4.3 Backoffice (BO)

### 4.3.1 BO-Meine Affiliate-Partner

Im BO wird unter dem Link „Meine Affiliates“ eine Liste aller verfügbaren Partner dargestellt siehe *Abbildung 5: BO-Meine Affiliates*.

Meine Affiliates

Breadcrumb: Online Marketing > Affiliates

Filtern:  Name  Vorname  Webseite  Firma  E-Mail  Telefon  ja  Datum von  Datum bis

Select all	Name	Vorname	Webseite	Firma	E-Mail	Telefon	Aktiv	Clicks	Leads	Sales	Summe
<input type="checkbox"/>	Maak	Mathias	www.dotsource.de	dotSource GmbH	M.maak@dotsource.de	03641 5733491	ja	3800	35	28	33,80 €
<input type="checkbox"/>	Muster	Max	www.test.de	Muster KG	maxmuster@web.de		ja	2570	10	10	22,10 €
<input type="checkbox"/>	Muster	Max	www.test.de	Muster KG	maxmuster@web.de		ja	1234	15	5	7,80 €
<input type="checkbox"/>	Muster	Max	www.test.de	Muster KG	maxmuster@web.de		nein				
<input type="checkbox"/>	Muster	Max	www.test.de	Muster KG	maxmuster@web.de		nein				

Abbildung 5: BO-Meine Affiliates

Quelle: Darstellung des Authors

Für eine gute Bedienbarkeit werden über der Tabelle Filterkriterien bereitgestellt, hierbei erfolgte eine Anlehnung an die Shop-Software von Magento. Mit diesen Filtern kann der Shop Betreiber die Auswahl an Affiliate-Partnern eingrenzen. Dazu müssen über den Spalten Name, Vorname, Webseite, Firma, E-Mail und Telefon freie Textfelder

bereitgestellt werden. Weiterhin kann durch eine Selektbox, über der Spalte aktiv, Affiliates gewählt werden die den Status aktiv oder inaktiv besitzen. Mit der letzten Filterfunktion kann das Datum der Affiliates eingegrenzt werden. Zum Filtern steht auf der rechten Seite ein Button zur Verfügung. Nach dem Klick auf den Button werden die entsprechenden Filterkriterien auf die Spalten angewendet. Mittels des Buttons „Filter zurücksetzen“ wird ein eingestellter Filter zurück gesetzt.

Unter den Filterkriterien erfolgt die eigentliche Auflistung der Affiliates. Die Anwerber auf eine Affiliate-Partnerschaft, die sich über die Frontside beworben haben, werden auch in dieser Liste mit dargestellt. Diese besitzen allerdings den Status inaktiv, und können nur durch eine zuständige Verwaltungsperson, welche gesondert ausgewählt werden kann siehe dazu (4.3.9), freigeschalten werden.

In der ersten Spalte dieser Tabelle, wird für jeden Datensatz eine Select-Box integriert. Um Daten eines Affiliate zu löschen, zu ändern oder ihn aktiv bzw. inaktiv zuschalten muss diese selektiert werden und der entsprechende Button unter der Tabelle betätigt werden. Wenn ein Affiliate aktiviert wurde, wird dem Nutzer eine Hinweismeldung, wie in *Abbildung 6: BO-Affiliate aktivieren* zusehen ist, gegeben.



Abbildung 6: BO-Affiliate aktivieren

Quelle: Darstellung des Authors

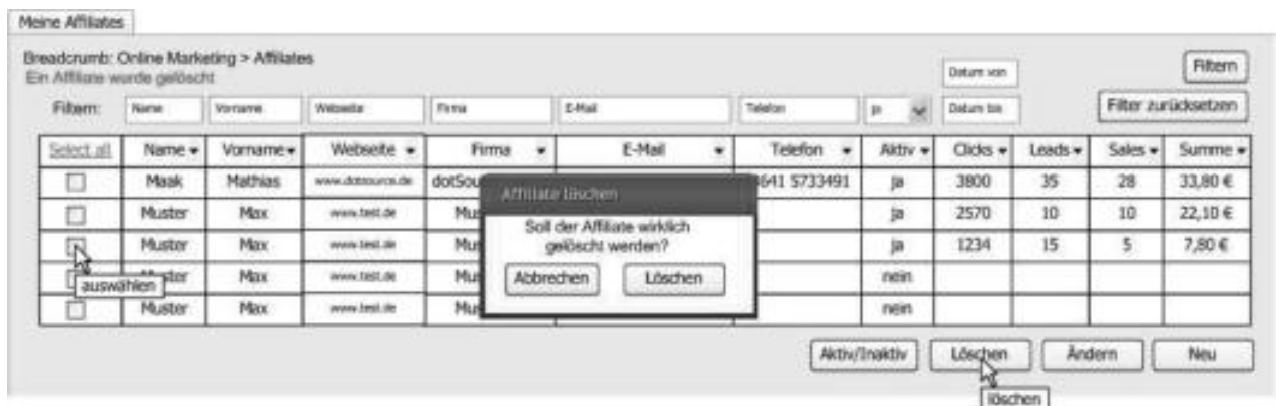


Abbildung 7: BO-Affiliate löschen

Quelle: Darstellung des Authors

In *Abbildung 7: BO-Affiliate löschen* wird der Sachverhalt des Löschens dargestellt. Das Löschen erfolgt erst nach einer Bestätigung. Beim Löschvorgang muss Berücksichtigt werden, ob ein Affiliate noch offene Transaktionen besitzt. Transaktionen werden zu einem späteren Zeitpunkt genauer erläutert. Angenommen der Affiliate hat offene Transaktionen, muss die Sicherheitsabfrage wie folgt angepasst werden: „*Der ausgewählte Affiliate hat noch offene Transaktionen soll Dieser trotzdem gelöscht werden?*“. Zudem ist es auch möglich, mehrere Partner zu markieren und zu löschen. Auch in diesem Fall muss die Sicherheitsabfrage angepasst werden, und es muss ebenfalls geprüft werden ob einer der ausgewählten Partner offene Transaktionen besitzt.

In der Tabelle gibt es u.a. die Spalten Clicks, Leads und Sales. Diese Daten ergeben sich aus den Clicks, Leads und Sales des Affiliate plus Clicks, Leads und Sales aus eventuell erstellten Unterprogrammen. Das Thema Unterprogramme, wird in einen späteren Absatz dieser Arbeit geklärt. Die Summe berechnet sich aus den zur Zeit der Clicks, Leads oder Sales geltenden Provisionspreisen für die jeweilige Kategorie. Bei Änderungen der Provisionsvergütung innerhalb der Laufzeit des Affiliate, müssen ab den Änderungstag die Daten mit den neuen Provisionspreisen berechnet werden. Das bedeutet, dass in der Datenbank zu jedem Click, Lead oder Sale die entsprechende Vergütung mit abgespeichert werden müsste.

#### 4.3.2 BO-Neuen Affiliate-Partner anlegen

Durch Klick auf den Button „Neu“ in *Abbildung 5: BO-Meine Affiliates* kann der Shop-Betreiber ebenfalls Affiliate Partner anlegen.

Meine Affiliates

Breadkrumb: Online Marketing > Affiliate > Affiliaten

Affiliatedaten | Adressdaten | Provisionen | Programme | Statistik | Transaktionen | Einstellung

☒ aktiv

Name: \*

Vorname: \*

Firma: \*

E-Mail: \*

Webseite: \*

Telefon:

Beschreibung:

Kontonummer: \*  Blz: \*

Kreditinstitut: \*

\* Felder sind Pflichtfelder

Abbrechen Speichern

Abbildung 8: BO-Neuen Affiliate anlegen

Quelle: Darstellung des Authors

Diese Maske ist mit dem Formular auf der Frontsite gleichgestellt. Allerdings muss der Shop-Betreiber hier noch zusätzliche Angaben zu dem Affiliate angeben. Zum einen kann mittels einer Checkbox der Affiliate sofort aktiv geschaltet werden. Zum anderen müssen die Kontonummer, Blz sowie das Kreditinstitut angegeben werden. Beim Absenden des Formulars müssen natürlich die Eingaben überprüft werden.

Wurde das Formular ordnungsgemäß ausgefüllt wird nach dem Speichern eine Hinweismeldung, sowie eine Url siehe *Abbildung 9: BO-Affiliate erfolgreich angelegt* angezeigt.

Meine Affiliates

Affiliatedaten | Adressdaten | Provisionen | Programme | Statistik | Transaktionen

Affiliate wurde gespeichert

URL: [http://localhost:8080/dotSource/CP/aktiv/NPS/Subcenter-Shop-Site/ak\\_001-SUBAM/Shop-Site/MarkMathias001-ZVAggWu/Matthias001](http://localhost:8080/dotSource/CP/aktiv/NPS/Subcenter-Shop-Site/ak_001-SUBAM/Shop-Site/MarkMathias001-ZVAggWu/Matthias001)

☒ aktiv

Name: \* Mark

Vorname: \* Mathias

Firma: \* dotSource GmbH

E-Mail: \* M.mathias@dotsource.de

Telefon: \* 0123456789

Beschreibung:

Kontonummer: \* 123456789 Blz: \* 80050000

Kreditinstitut: \* Deutsche Bank

\* Felder sind Pflichtfelder

Abbrechen Speichern

Abbildung 9: BO-Affiliate erfolgreich angelegt Quelle: Darstellung des Authors

Diese Url ist zur Identifikation des jeweiligen Affiliates. Sie verweist standardmäßig auf die Startseite des Online-Shops. Zur eindeutigen Identifikation wurde der Url eine eindeutige Affiliate ID angefügt.

#### 4.3.3 BO-Affiliate Adressdaten anlegen

In dem folgendem Formular können zu einem Affiliate, noch zusätzliche Adressangaben gemacht werden.

Abbildung 10: BO-Affiliate Adressdaten

Quelle: Darstellung des Authors

In dieser Maske sind keine Pflichtfelder vorgesehen, weil diese Angaben für den Affiliate auf freiwilliger Basis sind. Obwohl diese Felder keine Pflichtfelder sind, müssen diese trotzdem auf Fehler überprüft werden. Die Postleitzahl muss auf numerische Zahlen geprüft werden. Man könnte sicherlich auch eine Überprüfung auf die Anzahl der Stellen vornehmen. Dabei muss aber beachtet werden, dass sich die Postleitzahlen in Deutschland zu den Postleitzahlen aus Österreich um eine Stelle unterscheiden. Wird bei der Postleitzahleingabe ein Fehler gemacht, dann wird das Eingabefeld nach dem Klick auf Speichern kenntlich gemacht. Zudem wird eine Hinweismeldung über dem Eingabefeld angezeigt. Für die Länderauswahl im letzten Schritt sollen die gebräuchlichsten Länder zur Verfügung gestellt werden.

**Hinweis:** Für die Implementierung in Intershop Enfinity kann dazu der folgende Tag benutzt werden.

`<ISCountrySelectBox>`

Dieser Tag generiert automatisch eine Länder Selectbox.

#### 4.3.4 BO-Affiliate Provisionsvergütung

Die Höhe der Provision für Transaktionen, die der Affiliate erhält, können in der folgenden Ansicht verwaltet werden.

Abbildung 11: BO-Affiliate Provisionen

Quelle: Darstellung des Authors

Für die Provision stehen die Click-, Lead- und Sales-Vergütung sowie ein Freitextfeld für sonstige Vereinbarung zur Auswahl. Bei der Sales-Vergütung kann zum einem über einen festen Betrag abgerechnet werden, und zum anderen über einen Prozentsatz. Beide Optionen sind auch möglich. Bei der Prozentsatz Vergütung wird der Preis anhand des

Produktnettopreises exkl. Verpackung und Versand berechnet. Die einzelnen Provisionsmodelle sind standardmäßig nicht aktiv, können aber über die Checkboxes aktiviert werden. Wenn die Provisionsmodelle aktiviert sind, werden die anfallenden Daten gespeichert und zu Buchungszwecken weiter verwendet. Bei inaktiven Provisionsmodellen, werden die Daten ebenfalls mitgeloggt aber nicht für Buchungszwecke benutzt. Dies ist nur für die Auswertung von Statistikoptionen nötig.

Die Geldbeträge, die in die Felder eingegeben werden, müssen auf einen regulären Geldbetrag geprüft werden. Dafür steht die Standardfunktionalität „Regex“ zur Verfügung. Bei der Angabe eines Prozentsatzes können mathematische Rundungen nötig sein. Ob die Vergütung auf- bzw. abgerundet werden soll, kann in den allgemeinen Affiliate Einstellungen eingestellt werden.

Im letzten Abschnitt kann die nachträgliche Zuordnung eines Nutzers über ein Cookie ermöglicht werden. Diese Zuordnung kann nur getroffen werden, wenn es in den allgemeinen Affiliate Einstellungen aktiviert ist. Wenn diese Option in *Abbildung 11: BO-Affiliate Provisionen* aktiviert ist, muss die Gültigkeit des Cookies in das Eingabefeld

eingetragen werden. Die nachträgliche Zuordnung eines Nutzers über ein Cookie gewährleistet, dass ein Nutzer der direkt auf den Shop geht und zuvor bereits über ein Affiliate Programm auf den Shop gelangt war, trotzdem über das Affiliate Programm abgerechnet wird, sofern sein Cookie noch gültig ist.

#### 4.3.5 BO-Affiliate Unterprogramme

Zu einem generellen Partnerprogramm können, wie in *Abbildung 12: BO-Affiliate Unterprogramme* zu sehen ist, Unterprogramme wie z.B. WSV oder SSV angelegt werden. Diese Unterprogramme geben dem Affiliate die Möglichkeit, sich über den Erfolg von beispielsweise Sonderaktion genauestens zu informieren, und diese getrennt vom eigentlichen Affiliate-Programm abzurechnen.

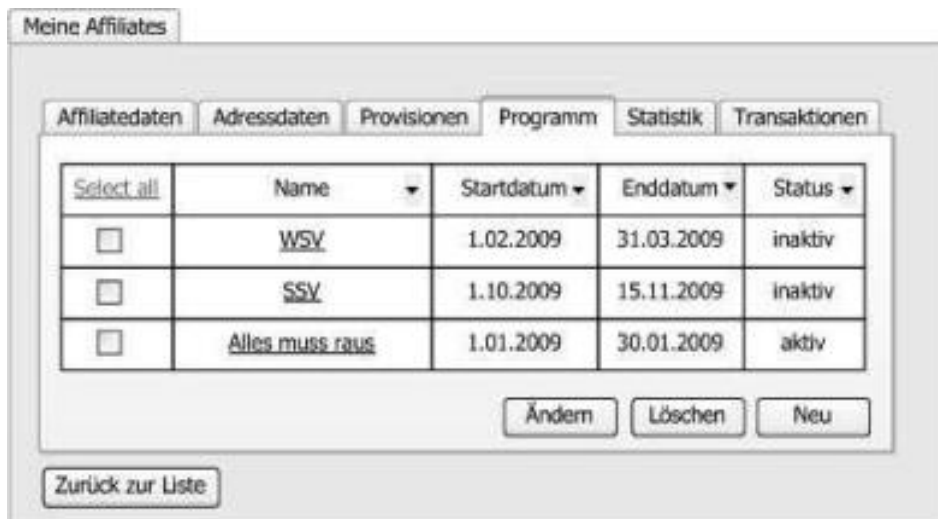


Abbildung 12: BO-Affiliate Unterprogramme

Quelle: Darstellung des Authors

Um ein neues Unterprogramm anzulegen steht dem Benutzer die Maske aus, *Abbildung 13: BO-Affiliate Unterprogramm anlegen*, zur Verfügung.



The screenshot shows a web interface titled 'Meine Affiliates' with a breadcrumb trail: 'Breadcrumb: > Online Marketing > Affiliates > Affiliatenamen - neues Programm'. Below the breadcrumb are tabs for 'Affiliatedaten', 'Adressdaten', 'Provisionen', 'Programm', 'Statistik', and 'Transaktionen'. The 'Programm' tab is active.

The form contains the following fields and options:

- Aktivieren:** A checked checkbox.
- Name:** A text input field with the placeholder 'Name'.
- Beschreibung:** A large text input field with the placeholder 'Text eingeben'.
- Startdatum:** A date input field (format TT.MM.JJJJ) with a calendar icon.
- Zeit:** A time input field (format SS:MM).
- Enddatum:** A date input field (format TT.MM.JJJJ) with a calendar icon.
- Zeit:** A time input field (format SS:MM).
- aktiv:** A label next to the 'Aktivieren' checkbox.
- Pay per Click:** A text input field with '0,04', followed by a Euro symbol (€) and a checked checkbox.
- Pay per Lead:** A text input field with '0,10', followed by a Euro symbol (€) and a checked checkbox.
- Pay per Sale:** A text input field with '0,40', followed by a Euro symbol (€) and a checked checkbox.
- Pay per Sale:** A text input field with '5,5', followed by a percentage symbol (%) and an unchecked checkbox.
- Freitextfeld:** A text area with the placeholder 'Sonstige Vereinbarung' and a scroll bar.
- \* Felder sind Pflichtfelder**
- ☒ **Nachträgliche Zuordnung eines Nutzers über Cookie ermöglichen**
- Wie lange ist Cookie gültig:** A text input field with the placeholder 'Tage eingeben', followed by the word 'Tage'.
- Buttons:** 'Abbrechen' and 'Speichern' at the bottom right, and 'Zurück zur Liste' at the bottom left.

Abbildung 13: BO-Affiliate Unterprogramm anlegen

Quelle: Darstellung des Authors

Für ein Programm ist die Eingabe eines Namens erforderlich. Alle anderen Angaben wie Datum, Provisionen oder die Zuordnung über Cookies sind optional. Die Datumsfelder können auch wahlweise über ein Kalenderpopup, welches über das Symbol rechts daneben zu erreichen ist, ausgefüllt werden.

**Hinweis:** In Intershop Infinity kann folgender Tag für ein Datumsfeld mit integrierter Kalenderfunktion genutzt werden

*<ISDateInput>*

Wenn für das Unterprogramm ein Startdatum benutzt wird, und das Programm aktiviert wurde, werden die Kommunikationsdaten des Affiliate ab dem Startdatum automatisch mitgespeichert. Das Ende kann wahlweise durch das Enddatum bestimmt werden, oder wenn kein Enddatum angegeben wird, dann ist das Programm unbefristet lauffähig. Erreicht ein Programm das eingestellte Enddatum, wird der Status auf inaktiv gesetzt.

Es kann auch nur das Enddatum gesetzt werden, ohne ein Startdatum zu verwenden. Wenn dieses Programm durch das Selektfeld aktiviert wird, ist es ab dem Moment gültig und endet zum Enddatum. Ohne jegliche Datumseingaben ist ein Programm ebenfalls möglich. Dies würde bedeuten, dass es ab dem Moment, wo es aktiviert wird gültig ist und unbefristet läuft.

Da Unterprogramme wie ein extra Affiliate Programm behandelt werden, können zu jedem Unterprogramm extra Provisionen verwaltet werden. Diese sind aber standardmäßig mit den Provisionen des Affiliate vorausgefüllt.

Durch Klick auf den Button speichern wird eine zugehörige Affiliate URL erzeugt und in der Maske angezeigt. Mit dieser URL können die ankommenden Daten eindeutig dem Affiliate Unterprogramm zugeordnet werden.

#### 4.3.6 BO-Affiliate Statistiken

Für Affiliates sind umfangreiche Statistiken unerlässlich. Aber auch für den Shop-Betreiber sind diese Daten Gold wert. Damit kann der Erfolg von Kampagnen genau analysiert und auf den Kunden angepasst werden. In *Abbildung 14: BO-Affiliate Statistik* kann sich der Shop-Betreiber über die Aktionen eines Affiliates inklusive Unterprogramme informieren. Es stehen dazu eine tabellarische und, in einer späteren Iterationsphase, eine Diagramm Ansicht zur Verfügung.

Meine Affiliates

Breadcrumb: > Online Marketing > Affiliates > Statistik

Tabellensicht | Diagramm anzeigen

Filter:  von  bis  Click  von  bis  Ja  Alle

Filter zurücksetzen Filter

Nr	ID	IP	User	Datum - Uhrzeit	C/L/S	Programm	Produkt	Stück	Preis	abgerechnet	buchbar
1	1234	77.12.13.xx	Matze	01.01.2009 - 13:38	S		Herensuhr	1	99,99 €	ja	ja
2	1234	77.12.13.xx	Matze	01.01.2009 - 13:38	S		Batterie	2	6,99 €	ja	ja
3	5678	202.123.24.xx	Meier81	22.11.2008 - 17:12	L						ja
4	1357	188.176.11.xx	Uschi	22.11.2008 - 10:22	C	WSV					ja
5	1357	188.176.11.xx	Uschi	22.11.2008 - 08:34	C						ja
6	1357	188.176.11.xx	Uschi	22.11.2008 - 07:12	L						nein
7		65.15.220.1xx		22.11.2008 - 15:00	C						nein
8		87.34.56.xx		22.11.2008 - 14:54	C	SSV					ja
9		98.134.166.xx		22.11.2008 - 12:10	C						ja

1 2 3 4 5 6 7 8 9 >>

CSV Liste erstellen Liste drucken Löschen

Zurück zur Liste

Abbildung 14: BO-Affiliate Statistik Quelle: Darstellung des Authors

Wenn es sich bei Clicks, Leads oder Sales um einen bereits registrierten Nutzer handelt, werden diese mit Username und ID in der Tabelle aufgelistet. Handelt es sich aber um einen neuen User, der durch einen Klick auf die Seite gelangt ist, wird dieser nur mit der IP Adresse dargestellt. Wurde ein Sale durchgeführt wird automatisch das verkaufte Produkt, die Anzahl und der resultierende Preis mit angezeigt.

Da die pay per Click Methode auch durch Bots überlistet werden kann, besteht für den Shop-Betreiber die Möglichkeit, solche ersichtlichen Klicks zu löschen.

Als Buchbar werden Datensätze in der vorletzten Spalte gekennzeichnet, die über aktive Provisionsvergütung laufen. Wenn ein Datensatz mit nicht buchbar(nein) gekennzeichnet ist, wurde dieser Click, Lead oder Sale nur registriert, stammt aber von einer inaktiven Provisionsvergütung.

Diese Liste muss druckbar, sowie als CSV Liste exportierbar sein. Wurde zuvor ein Filter angewendet, muss die gefilterte Liste ebenfalls als CSV Datei exportierbar sein.

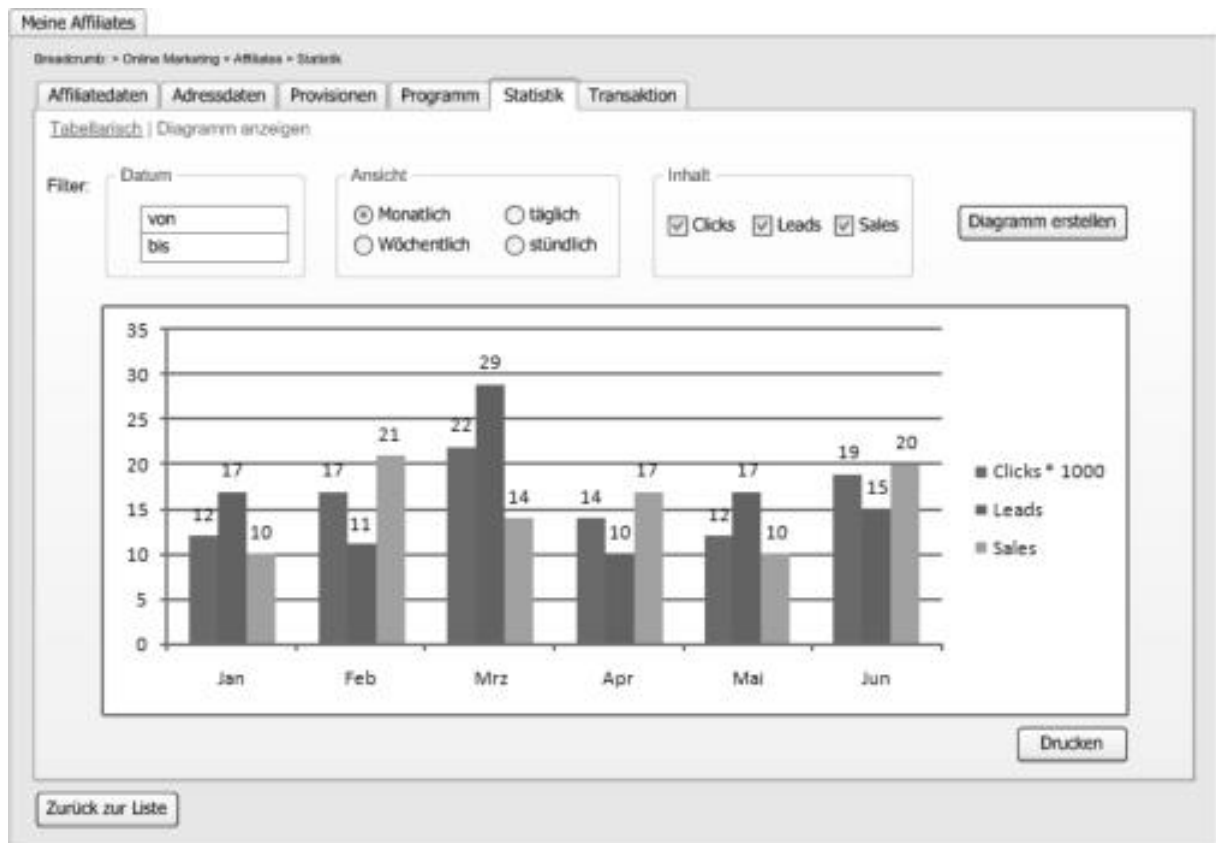


Abbildung 15: Statistik Diagramm Ansicht

Quelle: Darstellung des Authors

Damit sich der Shop-Betreiber die grafische Ansicht generieren lassen kann, muss er zunächst die Filter Datum, Ansicht und Inhalt auswählen. Durch Klick auf den Button auf Diagramm erstellen wird das Diagramm anhand der Filter Einstellung generiert.

#### 4.3.7 BO-Affiliate Transaktionen

Nr.	ID	Von	Bis	Click	Lead	Sale	Betrag	Programm	Details	Report
1	1245	1.01.2009	16.01.2009	70	10	5	25,00 €	WSV,SSV		
2	1257	1.12.2008	16.01.2009	150	13	9	30,00 €	Test-Affiliate		
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										

Abbildung 16: BO-Transaktionen Quelle: Darstellung des Authors

Bei Transaktionen werden dem Shop-Betreiber bereits durchgeführte Transaktionen aufgelistet siehe dazu *Abbildung 16: BO-Transaktionen*.

Zum anderen kann eine neue Transaktion gestartet werden. Diese Option ist aber nur möglich, wenn in den Affiliate Einstellungen die Option Transaktion „*manuell durchführen*“ eingestellt wurde.

Für eine manuelle Transaktion muss im ersten Schritt der *Abbildung 17: BO-Transaktion manuell durchführen* ein Affiliate ausgewählt werden. Existieren Unterprogramme zu diesem Affiliate, werden diese mit dargestellt und können durch halten der STRG Taste mit selektiert werden. Im folgenden Schritt kann der Abrechnungszeitraum festgelegt werden. Das Startdatum wird automatisch anhand der letzten Transaktion gesetzt und kann nicht editiert werden. Dies wurde so gewählt, dass keine Transaktionen vergessen werden können. Das Enddatum des Abrechnungszeitraums kann frei gewählt werden, darf aber nicht in der Zukunft liegen. Wurden die Eingaben erstellt, wird automatisch der

resultierende Betrag der buchbaren Provisionen zusammengerechnet und unter den Datumsangaben dem Shop-Betreiber dargestellt.

Breadcrumb: > Online Marketing > Meine Affiliates > Test-Affiliate

Tab: **Transaktion**

Neue Transaktion

Auswahl\*:   
 Test-Affiliate   
 Test-Affiliate > WSV   
 Test-Affiliate > SSV   
 Test-Affiliate > Alles muss raus

Mehrere auswählen mit gehaltener STRG Taste

Startdatum: 17.01.2009 Enddatum\*: 30.01.2009

Betrag:

Test-Affiliate	17,10 €
Test-Affiliate > WSV	12,90 €
Test-Affiliate > SSV	0,20 €
<b>Gesamt</b>	<b>30,20 €</b>

Kontonummer\*:  Blz\*:

Kreditinstitut\*:

\* Felder sind Pflichtfelder

Transaktion durchführen

Zurück zur Liste

Abbildung 17: BO-Transaktion manuell durchführen

Quelle: Darstellung des Authors

Im letzten Schritt ist die Bankverbindung des Affiliates anzugeben. Diese Daten dienen nur der Speicherung im System. Es soll keineswegs eine Geldtransaktion gestartet werden. Die Funktion übernimmt die Finanzabteilung des Shop-Betreibers. Nach Beendigung der Eingaben und mit Klick auf den Button Transaktion durchführen, erhält der Shop-Betreiber eine Gesamtübersicht, die erneut bestätigt werden muss. Nach dieser Bestätigung wird diese Transaktion in der Datenbank abgespeichert. Des Weiteren bekommt die zuständige Finanzperson, welche bei den allgemeinen Affiliate Einstellung eingestellt werden kann, automatisch eine Mailbenachrichtigung mit den Transaktionsdetails und dem Hinweis dies bitte zu überweisen. Die Ansicht wechselt nach dem Abschicken automatisch auf die Transaktionsdetailseite. Hier kann der Shop-Betreiber sofort die neue Transaktion sehen und ggf. die Details einsehen. Zu den Details zu einer Transaktion wie in *Abbildung 18: BO-Transaktionsdetails* kann man über das Symbol in der vorletzten Spalte der Tabelle aus *Abbildung 16: BO-Transaktionen* gelangen.



Abbildung 18: BO-Transaktionsdetails

Quelle: Darstellung des Authors

Diese Übersicht zeigt dem Shop-Betreiber die Details einer durchgeführten Transaktion. Dabei wird zwischen einem normalen Affiliate und vorhandenem Unterprogrammen unterschieden. Zu jedem Programm erfolgt die Darstellung mit dem gesamten Betrag sowie die eingestellten Vergütungsoption mit ihrer Anzahl. Zu Archivierungszwecken können diese Detailseiten ausgedruckt werden.

#### 4.3.8 Spezifische Affiliate Einstellung

Über den Menüpunkt Einstellungen können spezifische Einstellungen vorgenommen werden, die nur für den jeweiligen Affiliate gültig sind.

Abbildung 19: BO-Spezifische Affiliate Einstellung

Quelle: Darstellung des Authors

Eine Einstellung ist der Statusreport. Hier kann der Shop-Betreiber wählen, wann der Affiliate mittels E-Mail Benachrichtigung einen Statusbericht erhalten soll. Für den Report stehen folgende Möglichkeiten zur Auswahl: wöchentlich, Alle 2 Wochen, monatlich oder keinen. Für einen solchen Report, an den Affiliatepartner, kann zusätzlich der Inhalt, welcher gesendet wird, bestimmt werden.

Die zweite Einstellmöglichkeit befasst sich mit der Konfiguration der Transaktion. Hier kann, in einen ersten Schritt die Transaktionsdurchführung auf automatisch oder manuell eingestellt werden. Diese Funktion fand bereits im letzten Abschnitt Verwendung. Wird die Transaktion automatisch durchgeführt, kann in dem folgenden Schritt der Zeitraum bestimmt werden. Wird im Gegensatz die Option auf manuell gestellt, müssen die Checkboxes zur Bestimmung des Zeitraumes ausgegraut werden, sodass keine Einstellungen vorgenommen werden kann.

Folgend kann ein Affiliate-Programm mit Unterprogrammen, wenn vorhanden, für eine Transaktion zusammengefasst werden. Wird diese Option nicht ausgewählt, wird für jedes Programm und Unterprogramm eine extra Transaktion gestartet. Zusätzlich können noch Transaktionsreports automatisch an den Affiliate versandt werden. Dazu muss die letzte Einstellung selektiert werden.

#### 4.3.9 Allgemeine Affiliate Einstellung

Für die allgemeine Affiliate Komponente können in diesem Abschnitt mehrere Einstellungen vorgenommen werden. Im ersten Schritt in

können zuständige Mitarbeiter des Shop-Betreibers ausgewählt werden, die eine automatische E-Mail Benachrichtigung erhalten, wenn auf der Frontside des Shops neue Anmeldung zu einem Affiliate-Programm eingehen. Um als verfügbarer Nutzer in der Liste zu stehen, müssen für diese Person im Backoffice des Shops, Accounts angelegt werden.

Um Verfügbare Nutzer auszuwählen, müssen diese im linken Fenster markiert werden. Anschließend werden die Nutzer über den kleinen Pfeil in der Mitte zugewiesen. Der gewählte Nutzer verschwindet nun in der Liste der Verfügbaren Nutzer und erscheint in der Liste der Ausgewählten Nutzer. Diese Option ist natürlich auch in entgegengesetzter Richtung auch möglich. Dadurch kann man einem Nutzer das Recht wieder entziehen.

Im zweiten Schritt kann der Shop-Betreiber bestimmen ob die Prozentvergütung bei pay per Sale entweder aufgerundet oder abgerundet werden soll. Diese Option wurde bei Punkt



#### 4.3.4 Provisionsvergütung bereits erwähnt.

In einem dritten Schritt, können die letzten 2 Ziffern von User IP mit Platzhaltern ersetzt werden. Dies ist vor allem aus Datenschutzgründen manchmal notwendig. Weil bei Datenschützern es sehr umstritten ist, ob IP-Adressen als personenbezogene Daten gelten oder nicht.

Für die ersten 24 Stunden werden, auch wenn die Option auf JA eingestellt wurde, die IP in vollem Umfang gespeichert. Nach einem Tag werden IPs von einem Backendjob gesucht die älter sind als 24 Stunden und die letzten 2 Ziffern mit Platzhaltern ersetzt.

Durch ein Logging von z.B. User Clicks können in kurzen Zeiträumen enorme Datenmengen entstehen. Um diese Datengrößen zu bewältigen wurde der Punkt 4 eingeräumt. Hier kann der Shop-Betreiber Datensätze nach einem bestimmten Zeitraum komprimieren. Für die Komprimierung werden die angefallenen Daten summiert und die Einzeleinträge werden gelöscht. Die Komprimierung wird anhand dieses Zeitraumes automatisch, durch einen Backendjob angestoßen. Das Komprimierungsraster kann in einem Config-File eingestellt werden. Voreingestellt sind 2 Stunden, daraus ergibt sich das 12 Datensätze pro Tag gespeichert würden. Das Stundenraster darf möglichst nur auf einen Teiler von 24 (1, 2, 3, 4, 6, 8, 12, 24) eingestellt werden. Gegebenenfalls muss es so geregelt werden, dass auf keinen Fall tagesüberschneidende Gruppierung möglich ist. Sondern nur, wie am folgenden Beispiel von 5 Stunden. Das würde bedeuten 4 x 5 Stunden und 1 x 4 Stunden.

Schritt 5 gibt die Option der Speicherung von Cookies. Cookies werden benötigt um einen User noch nachträglich zu einem Affiliate zuzuordnen. Wenn dieser dieses Cookie bereits besitzt.

Im letzten Abschnitt Punkt 6, können Nutzer eingestellt werden, die nach einem Transaktionsreport benachrichtigt werden sollen. Diese Option soll dazu dienen, dass Transaktionen weitergeleitet bzw. ausgeführt werden. Dem Shop-Betreiber stehen neben der Auswahl an verfügbaren Nutzern, auch noch ein direktes Eingabefeld für E-Mail Adressen zur Verfügung, an welche eine E-Mail verschickt werden kann.



## 5 Fazit

Durch die genaue Ermittlung, Dokumentation sowie Anpassung und Festlegung von Anforderungen, während des gesamten Prozesses, werden auch die Auswirkung auf andere Kernpunkte wie z.B. Kosten und Personal erfasst und spezifiziert. Dies hat zur Folge dass die Komplexität der Projektidee besser eingegrenzt und erfasst werden kann. Ebenso wird durch den Einsatz von Standards die Qualität des Softwareentwicklungsprozesses von Projekt zu Projekt weiter gesteigert. Wenn das Requirement-Engineering richtig eingesetzt wird, ist dies ein effektives und effizientes Verfahren. Vor allem in Betracht der Wiederverwendbarkeit. Dazu ist die Pflege und Instandhaltung der Anforderungen nötig.

Der Autor ist sich bewusst, dass diese Anforderung sicherlich noch nicht den Endzustand der Komponente beschreibt. Änderungen und Erweiterungen können aber manchmal erst während der Implementation erkannt werden.

Zum Schluss bleibt nur zu sagen eine gute Spezifikation der Anforderung kann enorm Geld sparen und steigert die Qualität des Projektes und ist ein hilfreicher Grundstein für folgende erfolgreiche Projekte.

## 6 Literaturverzeichnis

- [BÜT03] Büttgen, M. (2003). *Online-Kooperationen: Erfolg im E-business durch strategische Partnerschaften*. Gabler Verlag.
- [IEE09] *IEEE Standards Online*. (kein Datum). Abgerufen am 1. März 2009 von [http://standards.ieee.org/catalog/olis/arch\\_se.html](http://standards.ieee.org/catalog/olis/arch_se.html)
- [LAM06] Lammenett, E. *Praxiswissen Online-Marketing*. 2006: Gabler Verlag.
- [RED09] Redaktion, E. (kein Datum). *Online-Werbemittel – ein Überblick - ECIN - Electronic Commerce Info Net*. Abgerufen am 1. März 2009 von <http://www.ecin.de/marketing/werbemittel/>
- [RUP04] Rupp, C. (2004). *Requirements-Engineering und -Management: Professionelle, interative Anforderungsanalyse für die Praxis*. Hanser.

## Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich, dass ich meine Praxisarbeit mit dem Thema

*„Spezifikation einer Affiliate Komponente für die dotSource »Social Commerce Out Of The Box« Standardlösung“*

ohne fremde Hilfe angefertigt habe,

dass ich die Übernahme wörtlicher Zitate aus der Literatur sowie die Verwendung der Gedanken anderer Autoren an den entsprechenden Stellen innerhalb der Arbeit gekennzeichnet habe und dass ich meine Praxisarbeit bei keiner anderen Prüfung vorgelegt habe.

Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Folgen haben wird.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift