

TUI aumenta i guadagni del 49% grazie all'automazione delle partnership

Situazione

Obiettivo:
Crescita del 20% del programma di partnership con un'interruzione minima dell'attività

Nel 2019, dopo un lungo periodo di revisione, TUI UK ha deciso di aggiornare le modalità di gestione del programma di partnership.

Dopo 15 anni con un programma gestito dal network, i brand di TUI UK - TUI, First Choice, TUI Ireland, TUI Money e Crystal Ski - hanno scelto di adottare un nuovo approccio per far crescere il programma e aumentare l'efficienza, separando la parte tecnologica dai fornitori di servizi e selezionando collaboratori con eccellenti competenze.

In qualità di marchio digitale all'avanguardia con un team leader del settore, TUI si era prefissata l'obiettivo di creare efficienza massimizzando la forza del team interno e implementando una piattaforma per la crescita a lungo termine.

Tuttavia, voleva anche ridurre al minimo i rischi e le eventuali interruzioni dell'attività, con una strategia che proteggesse dalla perdita di guadagni, che offrisse chiarezza e facilità ai publisher e fosse invisibile per i consumatori.

TUI, chi siamo?



TUI è uno dei gruppi leader del turismo mondiale, con un ampio portafoglio che comprende i migliori tour operator, 1600 agenzie di viaggio e importanti portali online, cinque compagnie aeree, oltre 400 hotel e 17 navi da crociera in partenza per destinazioni del mondo intero. TUI copre l'intera catena di valore del turismo in un'unica soluzione.

"La migrazione da un altro fornitore di tracking a impact.com è stata estremamente agevole, con un'assistenza disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7, durante l'intero processo. Dopo questo passaggio, abbiamo riscontrato un miglioramento delle performance grazie alle funzionalità di tracking potenziate che ci hanno permesso di accedere ai dati sulle prenotazioni e sui clic suddivisi per giorno, brand e ID condiviso."



Robbert van den Eshof
Senior Digital Marketing Manager
TUI

Situazione

(segue)

Ecco gli obiettivi:

- Completare la migrazione di tutti i partner che generano profitti entro quattro settimane
- Fare un audit dei principali partner per effettuare una migrazione senza problemi e interruzioni entro sei settimane
- Fornire report flessibili che consentano l'ottimizzazione continua del programma
- Mantenere l'efficienza del programma con una variazione del costo per acquisizione (CPA) dello 0%
- Realizzare una crescita del 20% come risultato della migrazione





Soluzione

**Aggiornare,
semplificare e
ottimizzare con
un'unica
migrazione**

TUI ha scelto impact.com come technology provider, un partner in grado di migliorare gli insight, unificare la vasta gamma di partnership e rendere possibile trovare, reclutare, fare contratti e report automatizzati.

TUI ha scelto Neo Media World come agenzia, per concentrarsi esclusivamente sulla gestione dei programmi di partnership. Neo è un'agenzia globale che offre ogni tipo di servizio con team specializzati per le partnership. Per questa collaborazione i team di TUI, impact.com e Neo hanno suddiviso la migrazione in tre fasi principali: migrazione dei publisher, migrazione dei report e implementazione di una struttura di commissioni aggiornata.

Migrazione e gestione dei publisher

La piattaforma di gestione delle partnership impact.com ha automatizzato la comunicazione con tutti i publisher di TUI, tranne quelli di alto profilo, che TUI contatta direttamente.

L'automatizzazione delle partnership ha fatto risparmiare a TUI un'enorme quantità di tempo su quella che prima era un'attività quasi esclusivamente manuale. Ecco in che modo si è proceduto:

- Le e-mail iniziali sono state inviate automaticamente tramite impact.com, inclusi i link di iscrizione personalizzati che, una volta utilizzati, aggiungono automaticamente i partner ai rispettivi tassi di commissione/contratti, riducendo il carico di lavoro.
- Le e-mail e i partner sono stati inseriti in un flusso di lavoro/drip campaign.
- Ai partner che non hanno risposto all'e-mail iniziale o che non hanno sottoscritto il relativo contratto è stato inviato un altro messaggio su base settimanale, con messaggi sempre più urgenti.



Soluzione

(segue)

Contemporaneamente, Neo ha utilizzato impact.com per eseguire un audit dei partner e ridurre l'inerzia del programma dovuta a partner inattivi e di bassa qualità. La migrazione è stata l'occasione perfetta per ridurre il programma a dimensioni più gestibili e mantenere solo partner di alta qualità e molto focalizzati sul brand. La tecnologia di impact.com ha identificato facilmente i partner meno coinvolti, in modo che TUI potesse rimuoverli dalla campagna e dal programma.

Migrazione dei report

TUI desiderava report il più automatizzati possibile. Cercava una soluzione che fornisse i dati giusti nel formato giusto e che eliminasse le lunghe operazioni di estrazione e manipolazione dei dati. Questi report dovevano permettere di evidenziare metriche chiave, spesso KPI non standard come l'aeroporto di destinazione e di partenza, le sottocategorie e gli ID condivisi, che avrebbero permesso a TUI di comprendere realmente le prestazioni di partner e categorie specifiche e di ottimizzare di conseguenza.

Queste esigenze hanno portato impact.com a costruire il TUI Performance Report. Questo report personalizzato è un report unico che si sviluppa intorno a più KPI. Il sistema ha permesso a TUI di esaminare i dati per giorno, partner, categoria, sottocategoria, aeroporto di partenza e destinazione e ID condiviso (utilizzato per individuare particolari metodi promozionali dei partner). TUI e Neo hanno collaborato con i loro partner per utilizzare la funzionalità sharedID di impact.com.



Soluzione

(segue)

SharedID è un parametro di tracking visibile sia a TUI che ai suoi partner e ha permesso a TUI di identificare il traffico proveniente da diverse sezioni dei siti web dei partner, compresi le fee fisse personalizzate e le inclusioni nelle e-mail. Subito dopo la migrazione, sono stati in grado di vedere chiaramente il numero di prenotazioni generate dalle e-mail con i partner, i takeover delle homepage, ecc. Il parametro sharedID è stato inserito in tutti i report standard per consentire l'analisi dell'impatto di specifici posizionamenti promozionali sulle prestazioni.

Miglioramento del sistema di commissioni

Al momento della migrazione, TUI ha implementato una struttura di commissioni aggiornata basata sui pagamenti dinamici e altamente flessibili di impact.com. Questo ha permesso a TUI di pagare in base a qualsiasi dato specifico o combinazione di dati tracciati. Questa nuova struttura ha migliorato l'efficienza del programma, perché TUI ha potuto pagare con precisione le azioni e i partner che creano valore.

La funzione Dynamic Payouts di Partnership Cloud ha permesso al team di TUI di implementare regole per le commissioni che, in passato, non erano applicabili o erano troppo complesse da impostare. TUI ha sfruttato le funzionalità avanzate per le commissioni per premiare i partner in base al valore, per una gestione più intelligente dei diversi tipi di affiliati durante i periodi di picco e per un controllo più granulare delle commissioni.



Soluzione

(segue)

Tracker di migrazione personalizzato

Il team di impact.com ha creato un tracker personalizzato per valutare i progressi complessivi della migrazione nel tempo. Il tracker mostra i progressi dei partner, come ad esempio se si iscrivono al programma TUI su impact.com, se generano traffico e se portano guadagni.

Inoltre, TUI ha incluso i KPI del network esistente per monitorare se uno stesso partner continua a ottenere risultati attraverso il fornitore precedente. In questo modo si è ottenuta una visione fluttuante di ciascun partner, che mostra se la migrazione è stata completa, parziale o non ancora avviata e quali comunicazioni abbiano ricevuto.

TUI ha potuto quindi creare flussi di lavoro distinti per i partner in funzione dei diversi scenari. Ad esempio, se un partner ha registrato entrate attive negli ultimi 30 giorni, ma per qualche motivo le sue entrate sono scese a zero negli ultimi sette giorni, TUI può sapere che deve contattarlo.

Utilizzando la piattaforma impact.com, TUI ha creato segmenti dinamici di partner che inviano automaticamente e-mail se un partner mostra segni di effetto negativo (spesso a causa di un errore di configurazione) dalla migrazione.



il 49%

di crescita dei guadagni
(prima vs. dopo la
migrazione)

il 30%

di aumento del volume di
passeggeri (prima vs. dopo la
migrazione)

il 4%

di riduzione della CPA (prima
vs. dopo la migrazione)

l'85%

dei partner che generano
guadagni hanno effettuato
la migrazione in due
settimane

Risultati

**il 49% di crescita
dei ricavi in un
mese**

Grazie alla tecnologia di impact.com, TUI ha completato la migrazione del più grande programma di affiliazione di viaggi del Regno Unito verso un modello di gestione più flessibile ed efficiente.

Il trasferimento di cinque brand e di migliaia di publisher da un sistema vincolante è stata un'impresa non indifferente. Ma con impact.com e Neo, TUI non solo è stata in grado di migrare i suoi programmi senza problemi, ma ha anche realizzato una fenomenale crescita dei ricavi del 49% nel mese successivo alla migrazione. Inoltre:

- L'audit dei publisher è stato completato con successo entro i tempi previsti e ha ridotto significativamente il numero di partner del 70%, migliorando la fluidità del programma e offrendo a TUI un gruppo di partner impegnati, in linea con il brand, entusiasti e pronti a promuovere TUI.
- Il team è riuscito a migrare con successo l'85% dei partner che generano guadagni nella metà del tempo previsto.
- Le possibilità di impact.com rispetto alle commissioni e al miglioramento della reportistica hanno permesso a TUI di ottimizzare e riuscire a conservare un CPA medio. In effetti, il CPA è diminuito del 4%.
- L'aumento dei ricavi del 49% è stato accompagnato da un aumento del 30% del volume dei passeggeri.

Vuoi ottenere gli stessi risultati di TUI? | Contatta grow@impact.com