

# Shopify商户 如何突破业务瓶颈？

合作伙伴营销的无限潜力



- 1 为什么合作伙伴营销可以推动您在 Shopify 上的业务
- 2 关于合作伙伴营销的误区和误解
- 3 如何打造联盟和网红项目
- 4 合作伙伴营销项目的生命周期管理
- 5 在 Shopify 上成功推出合作伙伴营销项目的三家企业
- 6 准备好了吗?



## 第一章

# 为什么合作伙伴营销 可以推动您在 Shopify 上的业务

近年来，电商发展势头强劲。  
Shopify 是一个专为在线店铺和零售点服务的电商平台，  
近年来曾助力众多品牌取得长足发展。

为何 Shopify 如此重要？  
在 Shopify 上，客户可以轻松购得他们喜爱的品牌。

**那么难点在哪？**  
**让客户主动找到你的品牌。**  
**这就是合作伙伴营销的用武之地。**

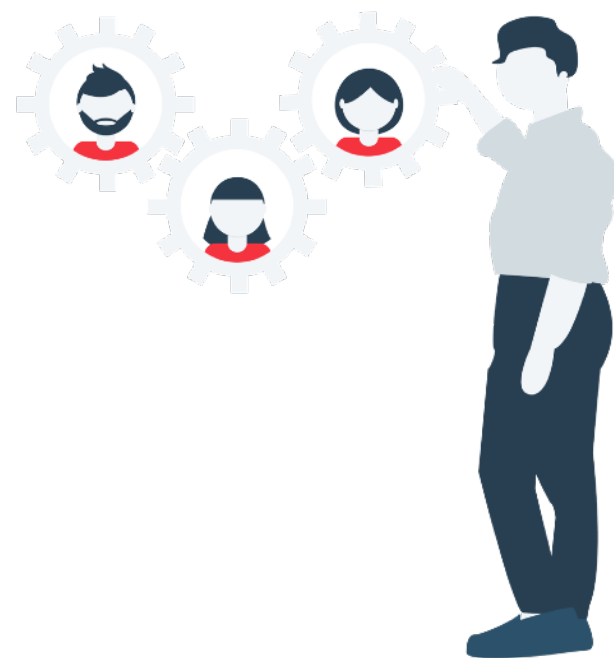


## 等等，到底什么是合作伙伴营销？

合作伙伴营销是一个品牌与另一个品牌或个人之间在推荐的基础上形成的互惠互利的协作关系，有助于关系中的双方实现其业务目标。

此外，合作伙伴营销是一种风险低、价值高、灵活且性价比高的方式，有助于将您的品牌信息传达给客户，吸引更多客户光顾您的店铺。

本电子书将帮助您从零开始，建立适合您的品牌的合作伙伴营销项目。无论您的目标是提高知名度、转化率还是扩大客户群，合作伙伴营销都将会是 Shopify 上大小公司（包括中小型企业）的强大助力。





## 第二章

# 关于合作伙伴营销的误区和误解

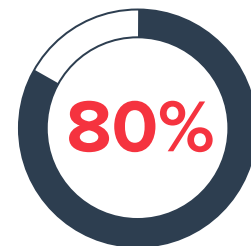
在尚未制定联盟和网红合作伙伴营销项目的企业眼中，这类项目既耗时又费力，只有资金雄厚、经验丰富的公司才能负担得起。

这是误解。

一旦个人或企业需要去推广另一家企业的产品或服务，就会产生合作伙伴营销。合作伙伴营销有很多种，包括营销伙伴、网红、品牌B2B等等。

研究表明，80% 的品牌拥有联盟营销项目。<sup>1</sup> 大多数品牌（在一项研究中为 59%）都有内容营销预算，而在这些品牌的项目中，75% 的品牌希望将部分资金用于网红营销。<sup>2</sup>

80% 的品牌都制定了  
联盟营销项目



1. Jack Steward, “21+ 条令人惊讶的联盟营销统计数字和事实（2021）”，2021 年 3 月 7 日。<https://findstack.com/affiliate-marketing-statistics/>

2. Jacinda Santora, “2021 年 100 位网红营销统计数据”，2021 年 9 月 7 日。<https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-statistics/>

尽管如此，中小型企业——甚至一些大型企业——仍不确定是否要与营销伙伴、网红和其他类型的合作伙伴建立合作关系，因为他们认为：

- “我们公司太小了。”
- “我们没有对口的人才。”
- “我们甚至不知道什么是合作伙伴营销。”

归根结底，这些担忧都不能成为制定合作伙伴营销项目的障碍。



**如果您具备使用 Shopify 的技术知识，  
则可以利用 Shopify 和 impact.com 的  
集成推出合作伙伴营销项目。**



## 1. 贵公司并不算小

只要贵公司大到需要进行营销，那么您就可以去跟营销伙伴和网红谈合作。为什么？因为品牌营销有助于建立品牌知名度，这一点很重要，但未必能建立用户信任。

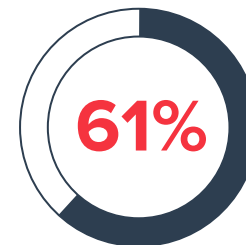
Matter Communications 在 2020 年进行的一项调查显示，只有 38% 的受访消费者会相信品牌的推荐，而 61% 的消费者倾向于相信“朋友、家人或网红”的推荐。<sup>1</sup>

如果您还没有开展过营销活动，那么您可能正处于建立品牌知名度的阶段。这一步很重要，可以帮助您的潜在合作伙伴日后取得成功。

如果您已经在进行营销并希望建立合作伙伴营销，Shopify 的应用可以帮助您与 impact.com 平台无缝衔接，并获得其他好处。

**对于使用 impact.com 的 Shopify 商家而言，广告支出回报率（ROAS）约为16:1。**

如果您的企业规模不大或者您想把钱都用在刀刃上，这个回报率还是不错的。



**相信朋友、  
家人或网红的推荐**

1. “Matter 调查显示，在新冠疫情期间，消费者发现网红比品牌更有帮助、更值得信赖，” Matter，2020 年 5 月 26 日。 <https://www.matternow.com/blog/matter-survey-reveals-consumers-find-influencers-more-helpful-and-trustworthy-than-brands-during-the-pandemic/>

## 2. 您已经拥有对口的人才， 能够发挥出合作伙伴营销的作用

如果您拥有高效的合作伙伴营销管理平台，就无需担心没有精力招募更多合作伙伴。

依托 Shopify 和 impact.com 的集成，您可以自信地迎接挑战，并开始与流量主、内容创作者、营销伙伴、网红和其他人建立合作伙伴营销。您将与了解受众且广受信赖的专家建立关系。

合作伙伴营销的魅力在于，您选择的合作伙伴已经与其受众建立了稳固的关系——您的企业也将因此受益。



由于 impact.com 已经实现了大部分流程的自动化，因此您无须费心费力来管理项目，并将其扩展到数百个合作伙伴。

该流程和平台非常灵活，依托 impact.com 的支持和巨量可用信息，您可以定制项目来满足业务需求。

### 3. 以下是合作伙伴营销的涵义

一旦个人或企业同意与另一家企业合作推广第二家企业的产品或服务，合作伙伴营销就产生了。

当您着手发展合作伙伴营销时，您其实是在拓展和招募有助于您向目标客户销售产品的个人和企业。

您的目标可能是吸引新客户、增加收入流、提高回头客的回头频率、扩展客户电邮列表或促进销售。

合作伙伴营销有很多种，具体取决于您的业务类型以及您的目标、预算和理想客户。



营销伙伴



品牌大使



赞助商



移动App



优质流量主  
新闻和内容



社交媒体网红



慈善机构和非  
营利组织



战略性B2B  
合作伙伴



# 您想发展业务—— 该从哪里入手？

现在您已经知道了什么是合作伙伴营销，  
那么是时候考虑如何制定合作伙伴营销项目了。

营销专业人员一度利用付费广告、搜索引擎广告、弹出式广告甚至报纸或广播广告等传统策略来发展业务、寻找新客户。然而，消费者对传统营销的反应已经大不如前了。事实上，84% 的千禧一代甚至不信任广告。<sup>1</sup>

好在无论您的企业大小，都有更好的解决方案来发展业务，即通过合作伙伴营销。

## 合作伙伴营销不是传统市场营销

合作伙伴营销这个术语有点过于狭隘，无法涵盖您通过 impact.com 与 Shopify 的集成所能实现的功能。

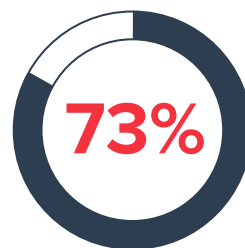
它给合作双方带来的好处与合作伙伴营销中的营销活动完全不同，因此我们放弃了使用“市场营销”一词。通过 impact.com，您可以打造联盟营销和网红合作伙伴营销项目，驱动价值，扩大客户群。

1. Yuyu Chen, “84% 的千禧一代不信任传统广告”，2015 年 3 月 4 日。https://www.clickz.com/84-percent-of-millennials-dont-trust-traditional-advertising/

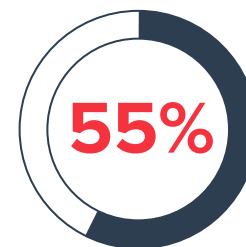
## 打造合作伙伴营销项目绝对物有所值

成熟的合作伙伴营销项目能够平均为公司贡献总收入的 28%。仅此一项就有充分的理由去制定和发展合作伙伴营销项目。<sup>1</sup>

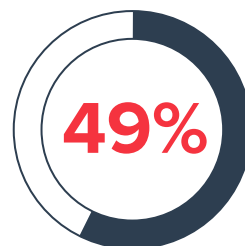
Forrester 为 impact.com 进行的一项研究表明，品牌通过合作伙伴营销项目得到了以下共同结果：<sup>2</sup>



品牌知名度提升



新客户获取



收入增加

1. Forrester, “投资于合作伙伴关系以推动增长”，2019 年。[https://go.impact.com/PDF-PC-AW-InvestInPartnerships-Forrester2019.html?\\_ga=2.139200179.1829692798.1639599677-1615334427.1625145987](https://go.impact.com/PDF-PC-AW-InvestInPartnerships-Forrester2019.html?_ga=2.139200179.1829692798.1639599677-1615334427.1625145987)
2. impact.com, “2021 年的商业内容现状：针对品牌的基准、挑战和建议”，2021 年。<https://go.impact.com/PDF-PC-ED-The-state-of-commerce-content-in-2021.html>

# 了解联盟和网红合作伙伴关系

您可能想先了解一下联盟和网红合作伙伴关系。



## 联盟营销项目： 建立合作伙伴营销的第一步

**联盟营销项目**是指品牌向联盟（也称为营销伙伴或流量主）支付费用，以通过联盟链接获取点击量或销售量。这种项目也称为合作伙伴营销项目和推荐项目。

当一位营销伙伴加入某品牌的联盟营销项目时，该品牌会向其分配唯一的追踪链接，该营销伙伴可以从品牌门户网上获取这些链接。

然后，该营销伙伴可以将该链接用于其网站、社交媒体、电邮等宣传场所。每当有消费者通过该链接进行一次购买，营销伙伴都会收到该品牌的佣金。这部分的管理工作量很大，但好在 impact.com 平台已经实现了管理自动化。



## 联盟合作伙伴关系类型丰富

联盟营销是企业对消费者（B2C）和企业对企业（B2B）活动中使用的一种策略，超过 80% 的品牌使用联盟项目来推广产品。

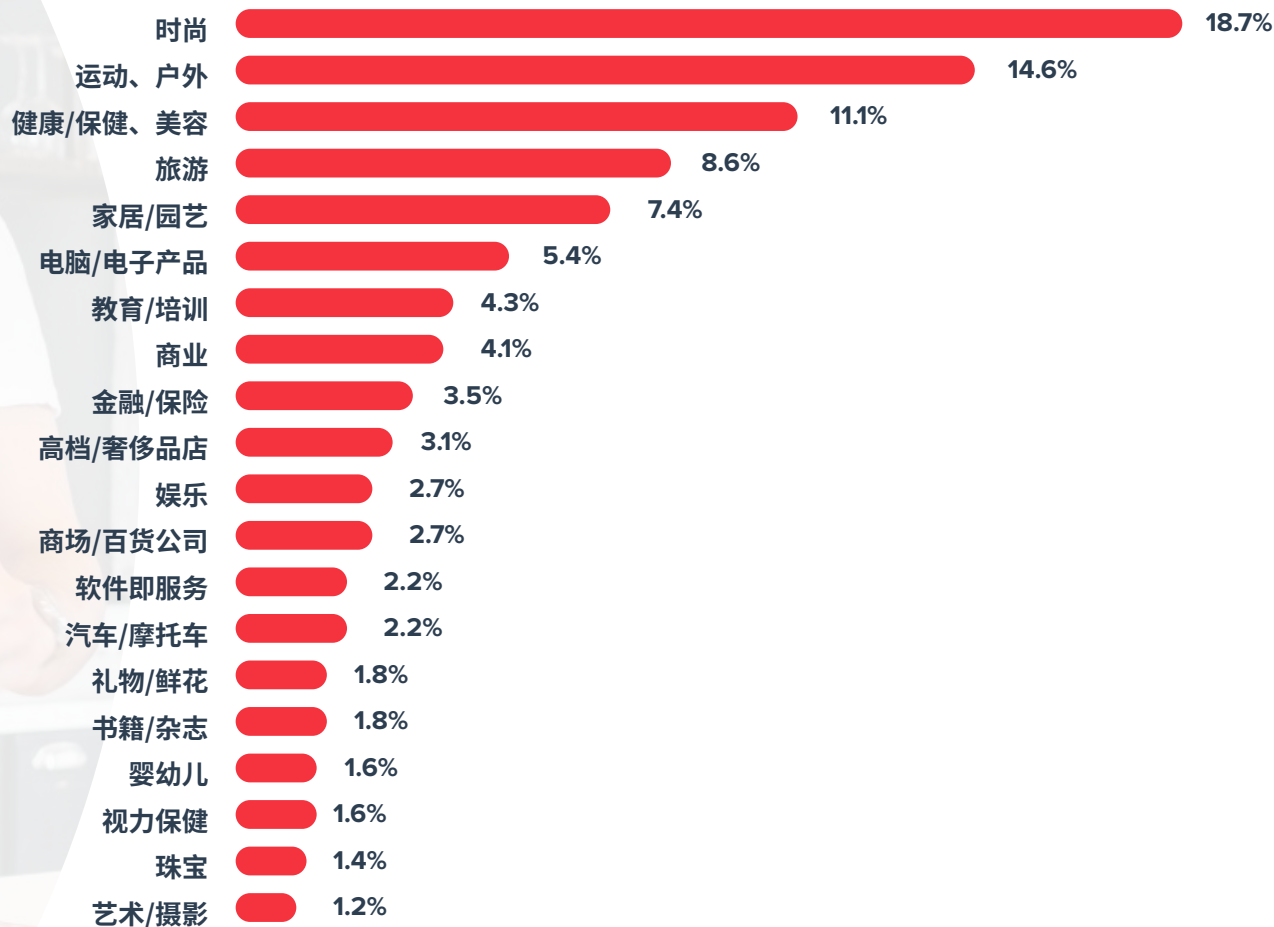
对于品牌而言，联盟营销可以贡献总收入的 30% 或更多，每花费 1 美元，平均投资回报率（ROI）高达 15 美元。<sup>1</sup>



1. Ryan Council, “联盟营销终极指南”, impact.com, 2021 年 7 月 7 日。 <https://impact.com/partnerships/ultimate-guide-to-affiliate-marketing/>

## 营销伙伴的头部类别显示 来自各行业的企业都可以从合作伙伴营销中受益

### 前 20 类营销伙伴\*



\* 资料来源: Geno Prussakov, “对 550 个最佳联盟项目的分析揭示了前 20 个细分市场”, AM Navigator, 2015 年 9 月 25 日。 <https://www.amnavigator.com/blog/2015/09/25/analysis-of-best-affiliate-programs-top-20-niches>

## 网红项目：提高知名度和吸引新客户的好办法

网红合作伙伴关系是指品牌与具有社会影响力的人之间开展的合作。

网红在社交媒体上进行产品展示和代言，以此提高品牌知名度，促成购买决策。

一旦品牌与网红建立起经久不衰的关系，他们就会成为真正的合作伙伴。与网红合作进行一次性的网红营销活动不属于是合作伙伴关系。

关于合作伙伴营销的误区和误解



当关系更进一层  
成为一种常态时  
就变成了真正的  
网红合作伙伴关系



## 网红项目带来的不仅仅是消费者转化

一项研究表明，网红营销每花费 1 美元就可产生约 18 美元。<sup>1</sup>  
特别是电商店铺会利用网红来实现一些关键目标：

1. **宣传店铺。**网红谈到一款产品时，只要把链接一分享，客户就会自己上门了。
2. **分享用户生成内容。**人们对网红的信任甚至超过了他们对网红营销的信任，因此用户创建的有关贵企业的内容会增加您的信任商。<sup>2</sup>
3. **在其他场所引用网红对品牌的正面评论。**网红制作的关于贵品牌的创意内容在广告营销活动、网站上的产品页面、登录页面、时事通讯或您自己的社交媒体中将会发挥重要作用。它证明了贵品牌在社会上的认可度。
4. **打造专项促销活动。**针对特定受众进行促销，效果会更好。这样的促销适合与网红进行合作。

1. “Werner Geyser, “2019 年网红营销状况：基准报告 [+信息图]”，网红营销中心，2021 年 8 月 18 日。<https://influencemarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report-2021/>

2. Klara Melnar, “用户生成内容：为什么重要？”，Mediatoolkit, 于 2021 年 11 月 29 日访问。<https://www.mediatoolkit.com/blog/user-generated-content-why-is-it-important/>

### 第三章

## 如何打造联盟和网红项目

### Shopify 和 impact.com 的集成 让合作伙伴营销项目简单化

Shopify 商家可以在几分钟内实现与 impact.com 的无缝对接，在快速启动并实现项目管理自动化的同时，无需开发人员的参与。

impact.com 作为一个品牌集成在 Shopify 上之后，您将可以拓展和招募新的营销伙伴和网红，根据您的条款自动执行合同和付款，并追踪绩效——所有这些操作都在一个平台完成。



最终，Shopify 和 impact.com 的集成实现了合作伙伴关系的自动化，Shopify 商家可以寻求合作伙伴推广其产品和服务，从而开发更多创收潜力，获得新客户。

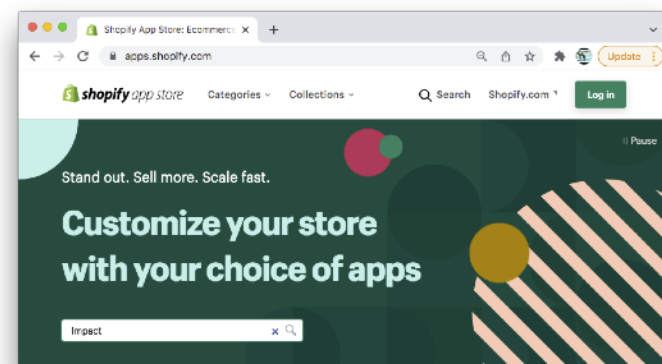
通过 Shopify 和 impact.com 的集成，您将可以快速启动合作伙伴营销项目，实现流程自动化

# 开始使用 — 单击 Shopify 应用商店中的 impact.com 应用

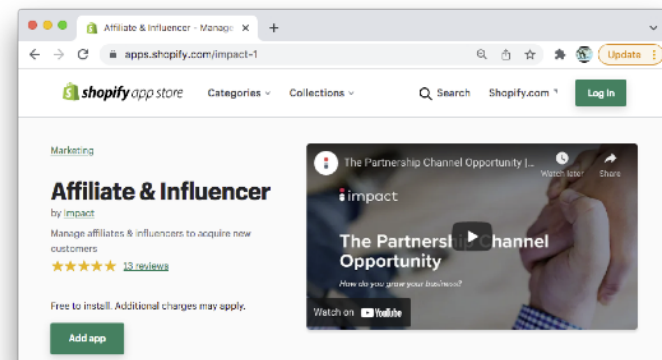
建立合作伙伴营销项目的第一步，就是通过我们的应用将 impact.com 集成到您的 Shopify 商店中。

以下是将 impact.com 集成到 Shopify 的快速教程：

1. 在 Shopify 应用商店的搜索栏中输入“impact”，找到 impact.com 应用程序。或者点击链接直接进入应用商店：  
<https://apps.shopify.com/impact-1>



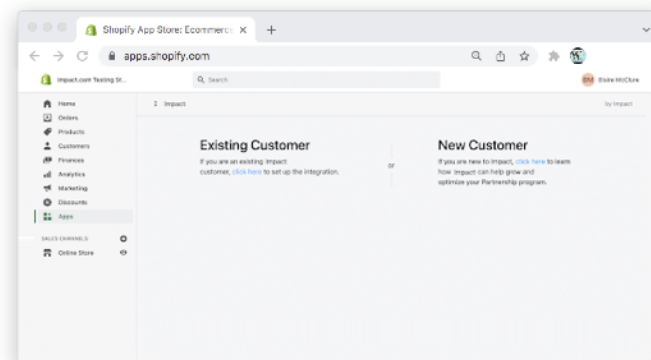
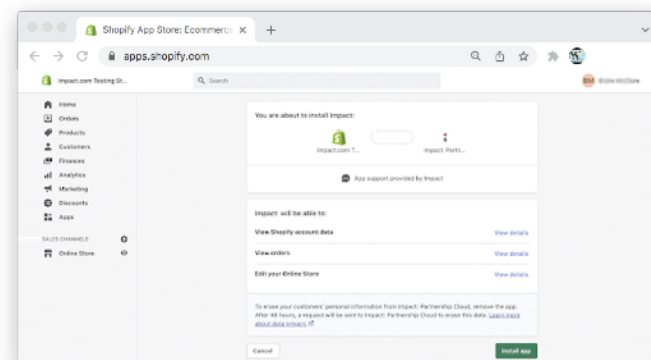
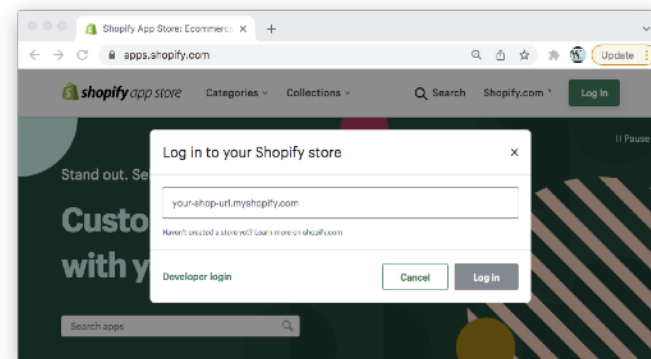
2. 单击“添加应用”按钮。



3. 登录 Shopify 商店。

4. 点击右下角的“安装应用”按钮。

5. 安装 impact.com 应用后，老客户需要输入 impact.com 凭证。新客户将被引导至演示用的申请表界面。





# 为您的合作伙伴营销项目 设定目标以及成功的衡量标准

成功打造合作伙伴关系的第一步，是确保您的合作伙伴营销项目有助于实现您的整体业务目标，无论您的企业规模如何，这一点您的项目都很重要。

合作伙伴关系是所有触达受众的方法中性价比最高的一种，因为它对您设定和实现的目标构成的限制最小。

您有足够的空间来灵活处理您的内容和支出。



共同目标包括：

增加收入

获得新客户

扩展客户电邮列表

提高利润率

增加网站流量

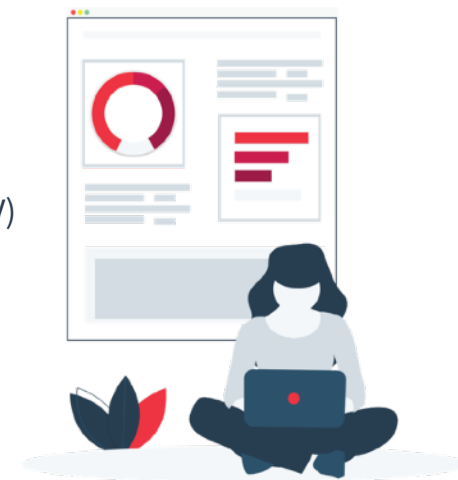
一旦确定了最重要的目标，就可以继续讨论成功的衡量标准了。

## 合作伙伴营销项目的衡量标准

衡量标准（通常称为关键绩效指标或 KPI）与您想要实现的目标密切相关。

常见的 KPI 包括：

- 收入
- 新客户数
- 转化率（有多少浏览者成为客户）
- 平均订单规模（AOS）或平均订单价值（AOV）
- 回头客占比
- 带来销量的流量主和创作者的数量，或为您带来销量的营销伙伴的数量
- 平均订单的保证金比例



有了 impact.com，您就可以轻松追踪各项指标，关注每个合作伙伴并衡量他们是否实现了相应目标。

一旦确定了目标以及成功的衡量标准，就可以开启您的合作伙伴营销项目了。

# 设定合作伙伴营销预算

因为您只为产生收入的行动付费，所以设定预算的概念不一定适用于合作伙伴营销。不过现实中，财务团队都需要制定预算。理想情况下，您和财务部门将共同完成这项任务。

争取尽可能灵活的预算，这样您就可以选定那些能够带来价值的合作伙伴增加投资。您可能不习惯合作伙伴预算的灵活度——但当回报增加以后，这一点将不成问题。

## 合作伙伴营销的预算规划灵活且个性化

在规划合作伙伴营销预算时，您需要考虑以下事项：

- 1 联盟营销渠道采用固定的每行动成本（CPA）模式，因此您的预算“要求”自然会随着产品需求和联盟营销活动的增加而增长。
- 2 假设您的增长是渐进式的，那您可能不会提前制定预算项目。

3

如果一个重要的流量平台经常报道您的品牌，并且您因此获得巨额销量，请考虑直接与该平台建立联系。寻求其他方式就商业内容展开合作。

4

最好是检验你在合作伙伴上的哪些支出能带来显著增长。

5

如果合作伙伴没有如期兑现价值，请重新权衡您的选择。是否需要提高佣金率来激励合作伙伴产生更多流量？您是否接受现状，仅花较少的时间专注于更有价值的合作伙伴？与合作伙伴谈判，促进开放、透明的关系。如果您期待看到更多价值，问问自己为什么没有实现。

6

在与网红合作时，考虑建立一个测试预算，以便尝试不同的激励措施和佣金。

7

为了优化未来的支出，请检查上个月的网红渠道绩效。考虑下个月的季节性和内容需求。



## 第四章

# 合作伙伴营销项目的生命周期管理

合作伙伴营销项目的成功创建和管理需要通过一个框架来实现的，该框架需要涵盖用于创建、衡量、深化和优化企业与其合作伙伴关系的所有活动。

这种框架即 **“合作伙伴营销项目生命周期”**。<sup>1</sup>

它适用于所有合作伙伴，  
无需针对不同合作伙伴设计不同的框架。



1. “信息图：合作伙伴关系的全生命周期管理，” impact.com，2021 年 11 月 23 日访问。  
<https://impact.com/partnership-cloud/pc-aw-ig-managing-partnerships-throughout-their-life-cycle/>

# 合作伙伴营销项目 通过生命周期管理发展壮大 带来更多业务成果

下面我们将简要回顾合作伙伴营销项目生命周期的每一步，以阐明为打造合作伙伴营销项目而需要制定的框架。



需要对合作伙伴营销项目的全生命周期管理进行深入指导吗？请查阅 impact.com 的电子书资料，详细了解合作伙伴营销项目的生命周期，电子书还附有操作方法和案例研究：<https://impact.com/ebooks>

## 1

## 拓展和招募

在开始制定合作伙伴营销项目时，如何找到合适的合作伙伴可能会是一个让您望而却步的问题。在 impact.com 的合作伙伴资源库里，您可以搜索到有资质的合作伙伴。不论是什么样的合作伙伴，您都可以找到其绩效指标和创意内容样本，以便了解他们的宗旨和业务。

您还可以引进资源库以外的合作伙伴，并通过 impact.com 与他们合作。

接下来，您就要开始行动，从 impact.com 内部招募合作伙伴，与那些提供类似目标的合作伙伴建立关系。

## 2

## 签约和支付

在合作伙伴加入您的项目之前，您需要制定合同，根据您的认为重要的指标在合同中列明委托规则。这些条款和条件将规定您的合作伙伴如何获得报酬。

通过 impact.com 进行的付款流程已经简化，您的合作伙伴可以根据您制定的合同以他们指定的货币在他们指定的时间获得付款。

## 3

## 追踪

impact.com 平台会针对您所有的合作伙伴分别设定相应的追踪设施，以便您在获得他们提供的转化流量时能够找到出处。追踪适用于电脑、移动网络和移动应用中的所有设备。

## 4

## 参与

您可以在最合适的时间传达相关内容，以此开启和建立合作伙伴关系。

通过与合作伙伴对接，您将帮助合作伙伴成为您的好同伴，让您成为他们的首选。通过定期沟通，您可以向合作伙伴介绍新产品、创意和激励措施，鼓励他们继续向您那里导流。

## 5

## 保护和监控

虽然建立合作伙伴关系是实现目标的好方法，但合作伙伴也并不总是可靠的。

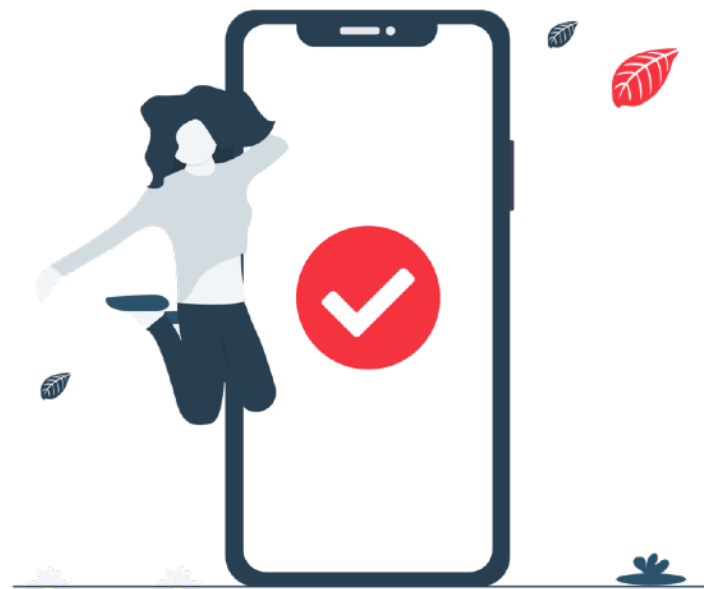
有了 impact.com 平台，您就可以有效地保护自己免受潜在高风险合作伙伴的影响，同时所有的合规要求会确保您的项目专业且安全。



## 6

## 追踪

impact.com 平台会针对您所有的合作伙伴分别设定相应的追踪设施，以便您在获得他们提供的转化流量时能够找到出处。追踪适用于电脑、移动网络和移动应用中的所有设备。



## 第五章

# 在 Shopify 上 成功推出合作伙伴营销项目的三家企业

当您了解了实际业务的操作模式，也就相当于找到前进的道路。

我们来看看 Vincero、Ivory Ella 和 Corkcicle 这三家企业是如何使用 impact.com 来打造符合其特定需求和目标的合作伙伴营销项目的。

希望您能从中获得一些灵感。



## Vincero

Vincero 是一家奢侈钟表制造商。  
该品牌最近将其产品线扩展到其他配饰，包括腰带、太阳镜和钱包。  
随着产品线的延伸，该公司深知业务增长的关键在于：

- 扩大整体合作伙伴营销项目范围
- 新增内容合作伙伴，强化合作伙伴基础

在 Shopify 上成功推出合作伙伴营销项目的三家企业



### 需求：

Vincero 意识到手动招募新的内容合作伙伴会很困难  
该公司需要一种方法来实现合作伙伴招聘和管理流程的自动化  
以便专注于提升合作伙伴带来的收入，继而拓展业务

### 目标：

Vincero 意识到其目标受众更容易通过特定类型的博主和网红触达  
Vincero 通过 impact.com 平台，为现有合作伙伴提供直接注册链接  
然后确定了最能代表其目标受众的内容合作伙伴  
并迅速将他们添加到 impact.com 平台

定制化合同是 Vincero 能够获得无缝体验的根本原因。  
除了拓展和新增内容合作伙伴外，  
Vincero 还与每个新合作伙伴制定了专门的一对一合同。

**结果：**  
得益于多样化的合作伙伴关系，  
Vincero 实现甚至远远超出了其建立合作伙伴关系时的  
预期收入增长目标。

具体而言，Vincero 实现了：

**290%**

月度转化率提高 290%

**+1058%**

九个月的时间里内容合作伙伴的收入增加 1,058%

**+332%**

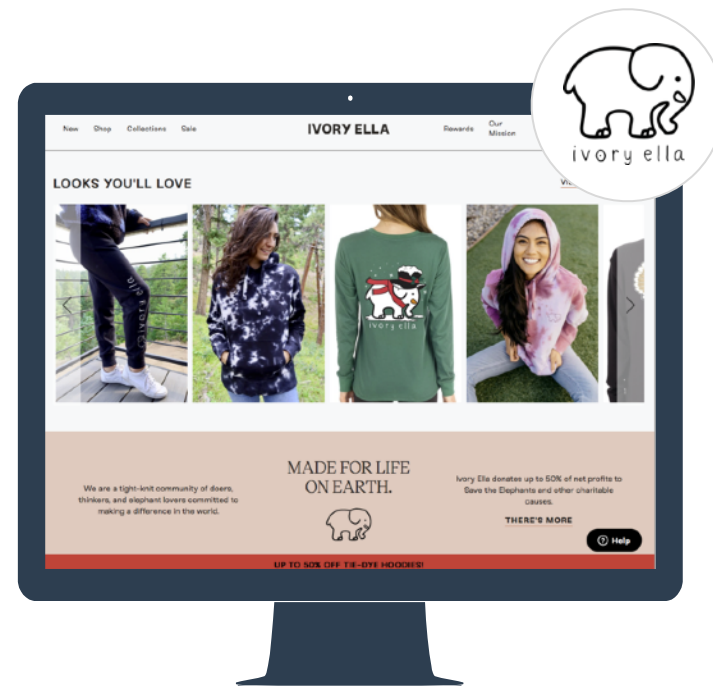
通过使用 impact.com 平台招募更多内容合作伙伴，  
将内容合作伙伴的 ROAS 提高了 332%



## Ivory Ella

Ivory Ella 为消费者提供优质的服饰产品，并让消费者能够为慈善事业出力。Ivory Ella 秉持“为美好事业做好衣服”的理念，将部分利润捐赠给大象保护事业。

在 Shopify 上成功推出合作伙伴营销项目的三家企业



### 需求：

Ivory Ella 想要启动和发展一个全新的合作伙伴营销项目  
该公司对该渠道进入未开发市场的能力充满信心  
并对启动合作伙伴营销项目的低门槛感到兴奋

### 目标：

该品牌的项目目标是挖掘新受众  
更有效地利用其现有的网红合作伙伴关系  
在第一年的第四季度在 impact.com 平台上  
及时与其他强大的合作伙伴建立关系

“我们对合作伙伴营销项目的发展感到非常兴奋。  
现在我们已经超额完成了营收目标，并且比预期更加高效。”

Ivory Ella 联合创始人 Ryan Duranso

**结果：**

依托 impact.com 平台强大的促销代码追踪，  
公司可以快速扩展、轻松跟踪并将销量归因于特定合作伙伴，  
即使该合作伙伴不使用追踪链接。

此外，Ivory Ella 还将其合作伙伴按细分市场进行了分组，  
以充分利用各细分市场为整个合作伙伴营销项目增加价值的独特方式。

在加入 impact.com 平台后第一个全年结束时，Ivory Ella 实现了：

**11%**

11% 的总收入来自合作伙伴渠道

**19倍**

广告支出回报率达到 19 倍

**+55%**

在第一年奠定了坚实的基础后，  
该公司专注提升第四季度的收入，  
结果第四季度的收入同比增长 55%，  
合作伙伴营销项目贡献了总收入的 17%。

## Corkcicle

Corkcicle 是一个专注于保温杯产品的生活方式和消费品牌，一直通过 Shopify 电商平台来管理线上商店。

起初，Corkcicle 担心联盟项目无法带来优质客户，迟迟没有启动项目。后来，Corkcicle 决定启用联盟渠道来引流并推动营收增长。

在 Shopify 上成功推出合作伙伴营销项目的三家企业



**需求：**  
启动联盟项目后，Corkcicle 发现由于合作伙伴群体规模较小，内容合作机会不足，新客获取和绩效提升屡受掣肘。

**目标：**  
Corkcicle 的合作伙伴营销团队明白联盟营销的创收潜力远不止于此，因此，他们决定通过发展更多收入渠道和扩大客户群体来优化营销项目。

“联盟营销渠道已成为Corkcicle营销矩阵的重要组成部分。它不仅扩大了潜在客户的范畴，还推动了更多潜在客户进入转化漏斗——为我们其他的数字营销活动提供了完美的补充。”

**Corkcicle 电子商务副总裁 Amanda Nelson**



**结果：**

通过 impact.com 的合作伙伴发现工具，  
Corkcicle 与优质流量平台建立了合作伙伴关系。  
它还为季节性和假日场合的礼品指南提供了展示机会。

Corkcicle 对 impact.com 的报告进行了多方位的运用，包括：

- 找出绩效最好的合作伙伴
- 展示这些合作伙伴是如何促进跨渠道转化的
- 利用合作伙伴的洞察进一步完善其战略

**主要成果包括：****178x**

截至 2021 年第一季度末，  
联盟渠道获得的收入环比增长 178%

**+10%**

从 Corkcicle 的代理机构 WITHIN  
在 2021 年 1 月到整个第一季度的管理来看，  
联盟渠道在总业务收入中的占比翻了一番——  
高达总业务收入的 10%



## 第六章

# 准备好了吗？

了解如何利用 impact.com 和 Shopify 的集成，  
为您的联盟和网红项目提供支持。

集成后，您可以找到更多合作伙伴，追踪绩效，  
并在他们带来销量后提供奖励。



联系我们





# 关于impact.com

[impact.com](https://www.impact.com)是全球领先的合作伙伴营销管理平台，自2008年成立以来，始终致力于优化升级企业管理所有类型合作伙伴关系的方式，包括传统联盟客、KOL、内容流量主、B2B等。公司功能强大且有构建性能力的平台可以帮助品牌方、营销代理机构、合作伙伴与消费者建立真实、持久且互惠互利的关系。

在整个消费行为过程中，[impact.com](https://www.impact.com)的用户能够用高效、透明的方式，聚合、协调和优化合作伙伴营销项目，从而推动业绩增长并为消费者创造新颖多样的价值。

想要了解[impact.com](https://www.impact.com)的技术平台与合作伙伴营销项目如何推动沃尔玛、优步、Shopify、联想、欧莱雅、Fantatics、Levi's和1-800-Flowers等全球企业品牌的收入增长，请访问[www.impact.com.cn](https://www.impact.com.cn)。



关注我们  
及时获取最新资讯和洞见

