

# 고객 유치를 위한 원-원 전략

1999년 초 세계 인터넷 마케팅의 화두가 되었던 것중의 하나가 수익배분 프로그램(Affiliation Program)이다. 많은 인터넷 마케팅 전문가들은 단 한 번의 클릭으로 웹사이트를 자유롭게 이동할 수 있는 환경은 다른 웹사이트와의 협력하에 물건을 판매하는 훌륭한 기반을 제공할 것이라 생각했고, 이를 가장 효과적으로 달성하는 방식으로 바로 이 수익배분 프로그램에 주목했던 것이다.

■ 최재현/아이비즈넷(johnchoi@thrunet.com)

에 상거래 사이트에서 취급하는 제품을 소개하면서 구매동기를 충분히 유발한 후 온라인 상점으로 이동하여 물건을 구매할 수 있도록 하는 형태의 협력이 있을 수 있음을 의미한다.

■ “구매시 수입을 배분한다”와 “장기적이다”는 말의 의미

하지만 이 개념만을 보면 링크, 배너 등을 통해 사용자를 상거래 사이트로 이동시키는 것과 큰 차이를 못 느낄 수 있다. 물론 구체적인 제품을 진열한다는 측면이 약간 다른 측면을 느낄 수 있겠으나, 링크가 다양한 형태로 존재할 수 있음을 감안하면, 다시 혼란스러울 수도 있다.

수익배분 프로그램과 홍보의 수단이 되는 링크 및 배너와의 차이를 명확히 하는 것이 바로 “구매시 수입을 배분한다”와 “장기적이다”는 말이다.

“구매시 수입을 배분한다”는 것은 마치 현실세계에서 소매점에 얼마 정도의 마진을 붙여 물건을 판매할 수 있도록 하는 것과 같은 역할을 수익배분 프로그램이 수행한다는 의미가 된다. 단순히 웹사이트로 방문을 유발하기 위한 링크나 배너와는 차원을 달리 하는 것이다.

물론 배너의 가격결정 방식 중 CPS(Cost per Sale) 방식과는 유사한 면이 있으나, 이는 단기간의 캠페인인 반면 수익배분 프로그램이 “장기적”이라는 면에서 분명한 차이를 지닌다.

## 수익배분 프로그램이란

수익배분 프로그램이란 제품을 판매하는 사이트가 고객을 끌어들이고 제품을 진열, 판매하는 공간을 자신의 사이트로 한정시키지 않고, 다른 웹사이트로 확장시키면서, 이들 사이트를 통하여 방문한 고객이 물건을 구입했을 때 발생하는 수입을 함께 공유하는 장기적인 마케팅 프로그램을 말한다.

수익배분 프로그램을 보다 정확히 이해하기 위하여서는 “고객을 끌어들인다”, “제품을 진열, 판매한다”, “구매시 수입을 공유한다”, “장기적이다”는 말에 주목할 필요가 있다.

■ “고객을 끌어들인다”와 “제품을 진열, 판매한다”는 말의 의미

“고객을 끌어들인다”와 “제품을 진열, 판매한다”는 말은 수익배분 프로그램에 가입하는 웹사이트와 이 프로그램을 운영하는 웹사이트간의 협력 방식을 말해준다. 단지 고객을 상거래 사이트로 유인하는 형태로 협력이 이루어질 수 있으며, 특정한 사이트



## 수익배분 의의

수익배분 프로그램은 다른 웹사이트에서 고객을 소개하거나 상품을 전시할 수 있도록 하고, 이에 따른 수입을 배분한다는 단순한 표면적인 현상 이상의 의미를 지니고 있다.

### ■ 가상적 마케팅 채널의 구축

웹에서 사용자는 링크 한번으로 어디로든 쉽게 이동할 수 있다. 더욱이 이러한 링크는 단 한줄의 코딩으로 쉽게 제공될 수 있다. 이러한 특성은 큰 비용을 들이지 않고 다른 웹사이트를 자신의 제품을 판매하는 마케팅 채널로 쉽게 활용할 수 있음을 의미한다.

현실세계에서 지역별로 자신의 제품을 판매할 수 있는 대리점이나 소매점을 유치하듯이, 수익배분 프로그램을 통해 인터넷에서 다른 웹사이트를 자신의 판매채널로 만들어 갈 수 있게 되는 것이다.

수많은 웹사이트에 자신의 사이트로 안내하는 링크나 자신의 제품을 판매하는 정보를 제시함으로써, 특정한 제품에 대한 정보를 찾거나 브라우징을 하던 서퍼들로 하여금 자신의 사이트에서 제품을 구매할 수 있도록 하는 것이다.

보다 많은 사람들에게 도달할 수 있는 가상세계에 가상적 유통 채널이 만들어지는 것이다.

### ■ 콘텐츠의 보강을 통한 구매욕구 자극

많은 상거래 사이트는 사람들의 구매욕구를 자극하기 위하여 많은 노력을 기울인다. 그런데 이들 사이트가 대부분 느끼는 어려움중의 하나는 사람들로 하여금 제품에 대한 필요성을 느끼게 만들고 구매를 위한 평가와 판단을 위해 필요한 정보를 충분히 제공하는 것이라 할 수 있다.

사실 이러한 정보를 체계적으로 구축하기 위해서는 상당한 비용이 들 수 밖에 없다. 이러한 상황에서 취할 수 있는 방안중의 하나는 이러한 정보를 제공하는 사이트와 협력 마케팅을 전개하는 것이다.

콘텐츠가 풍부한 사이트를 통하여 사람들의 구매욕구를 한껏 자극한 후, 이 사이트에서 소개하는 링크를 통하여 자신의 사이트로 이동하여 제품을 구매하도록 만드는 것이다. 적은 비용으로 자신이 도저히 구축할 수 없었던 콘텐츠를 보유하게 되는 것과 비슷한 효과가 발생하는 것이다.

### ■ 적은 비용으로 전자상거래 활동을 전개

한편 수익배분 프로그램에 가입한 웹사이트는 어떠한가? 일반적으로 웹사이트에서 상점을 열기 위해서는, 제품의 구매를 유도하기 위한 각종 정보를 제공하는 것 이외에도, 판매하는 제품에 대한 재고관리, 결제처리, 배송관리, 공급자 관리, 매출 및 수익 관리 등의 작업을 필요로 한다. 이러한 작업을 위한 솔루션들이 나와 있다고는 하지만 실제 모든 작업이 원활히 이루어지기 위해서는 상당한 노동력의 투입이 필요할 수밖에 없다.

하지만 수익배분 프로그램에 가입하게 되면 이러한 부대작업에 대한 부담을 크게 덜면서도 상품을 쉽게 판매할 수 있게 된다. 자신의 사이트에서 상거래를 위한 사이트로 링크를 제공하거나 상품에 대한 정보만을 제공하면 나머지 문제는 모두 상거래 사이트에서 처리하기 때문이다.

### ■ 콘텐츠 사이트의 전자상거래 수행 가능

이러한 가능성은 광고 수입에 의존할 수밖에 없던 웹진, 구매가이드, 기타 콘텐츠 사이트가 전자상거래 분야로 쉽게 진출할 수 있도록 한다.

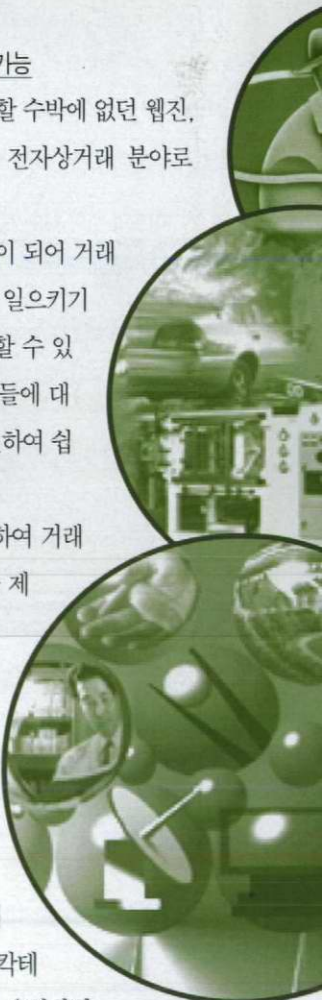
사실 콘텐츠 사이트는 정보가 기반이 되어 거래가 이루어지는 인터넷에서 상거래를 일으키기 위한 훌륭한 기반을 지니고 있다고 할 수 있다. 하지만 상거래를 위한 다른 작업들에 대한 노하우, 기반 구축 비용 등으로 인하여 쉽게 진출할 수 없었다.

하지만 수익배분 프로그램으로 인하여 거래처리에 특화된 사이트와 구매정보를 제공하는 사이트간의 분업체계가 이루어지면서 콘텐츠 사이트에서도 전자상거래를 일으킬 수 있게 된다.

## 현황

### 1996년 Amazon.com이 최초로 도입

수익배분 프로그램은 1996년 한 카테고리 파티장에서 이혼 관련 사이트를 운영하던 한 여성이 Amazon.com의 사장인 베조스에게 자신의 사이트에서 이혼 관련 서적을 판매하면 어떻겠느냐는 제안을 베조스가 받아들이면서 시작되었다.





이후 Amazon.com은 이러한 수익배분 프로그램을 주요 마케팅 전략의 일환으로 사용하고 있다. Amazon.com의 사이트를 통하여 쉽게 Amazon.com과 수익배분 계약의 조건을 확인하고 가입 신청을 할 수 있도록 하고 있다.

Amazon.com의 이러한 노력에 힘입어 1999년 6월 1일 현재 30만 개의 사이트가 Amazon.com의 수익배분 프로그램에 가입하고 있다.

### 많은 상거래 사이트에서 채용 중

1996년 최초로 도입된 이후 많은 웹사이트에서 활발히 수익배분 프로그램을 마케팅 활동의 일환으로 채용하고 있다. CDNOW, Barnesandnoble.com, Autoweb.com, MP3.com, Outpost.com, Petstore.com, Travelocity.com 등 많은 사이트들이 수익배분 프로그램을 운영하고 있다. 이들 주요 사이트들의 수익배분 프로그램 현황을 보면 <표>와 같다.

<표> 주요 사이트의 수익 배분 프로그램 현황 (자료: Refer-it)

웹사이트명	시작연도	배분비율(%)	가입사이트수
Amazon.com	1996	5-15	300,000
Barnesandnoble.com	1997	5-7	145,000
Autoweb.com	1996	2 또는 5달러	2,829
CDNOW	1996	7-15	220,000
MP3.com	1999	5	4,000
800.com	1999	4-8	-
Lycos	1999	2-3센트	-
Outpost.com	1997	3 또는 5	78,000
Petstore.com	1999	10	-
Travelocity.com	-	1달러	-

### 우리 나라의 수익배분 프로그램

우리나라의 경우 수익배분 프로그램이 이제 겨우 시작 단계이다. 1999년 7월 삼성인터넷 쇼핑몰이 수익배분 프로그램을 실시함으로써 대형 온라인 쇼핑 사이트에서는 처음으로 수익배분 프로그램이 실시되었다. 또한 책을 판매하는 wowbook.com의 경우에도 서적 판매를 위한 대리점 사이트를 모집하고 있다.

### 동작 및 관리

#### 수익배분 프로그램의 동작방식

수익배분 프로그램은 특정한 쇼핑 사이트에 가입을 원하는 사

이트가 가입신청을 함으로써 시작된다. 가입이 받아들여지면 웹 사이트는 쇼핑 사이트의 상점을 자신의 사이트에 개설할 수 있게 된다.

자신의 사이트에 상점을 개설하는 방식으로는 해당 사이트로의 링크를 주는 방식과 쇼핑 사이트에서 판매하는 사이트의 제품을 자신의 사이트에서 소개하면서 이 제품을 바로 구매하도록 만드는 방식이 있다.

수익의 배분은 프로그램에 가입한 웹사이트에서 링크를 따라 이동한 고객이 쇼핑사이트로 이동한 후 제품을 구매하면 발생한다. 매출의 발생에 따라 배분되는 수입은 앞페이지에서 보듯이 웹사이트마다 천차만별이다. 그리고 대부분의 사이트는 발생한 수입의 일정 비율을 웹사이트에 제공하나 Travelocity.com과 같이 매출발생 건수에 따라 일정 금액을 주기도 한다.

링크를 따라 이동한 사람이 물건을 구매했는지 여부는 방문자의 클릭흐름을 추적하는 방식의 로그분석을 통하여 이루어진다. 링크를 따라 이동한 사람이 어떤 방식으로 쇼핑사이트를 이동했는지 추적함으로써 실질적으로 이 고객이 발생시킨 매출을 파악하게 되는 것이다.

매출발생에 대한 기준은 수익배분 프로그램을 운영하는 사이트마다 차이가 있다. 어떤 사이트는 실질적인 구매가 이루어졌을 때를 기준으로 하는 반면 어떤 사이트는 고객이 구매를 요청했을 때를 기준으로 한다. 이는 웹사이트의 비즈니스 모델에 의하여 영향을 받는다.

수익배분 프로그램을 운영하는 쇼핑 사이트는 정기적 비정기적으로 프로그램에 가입한 사이트에 매출 및 수익배분 현황에 대해 보고서를 제공한다. 이 보고서를 통하여 웹사이트는 자신의 수입을 파악할 수 있게 된다. 이 보고서 작성은 투명성을 확보하기 위하여 제3의 감사기관을 통하여 이루어지기도 한다.

수익배분금의 지불은 일정 기간을 두고 이루어지는데, 일정금액을 넘거나 계약이 해지될 때 지급하는 방식을 많이 사용하고 있다.

#### 수익배분 프로그램에 가입되는 주체들과 역할

수익배분 프로그램이 운영 및 관리되는 과정에서 가입하는 개체들을 보면, 실시 사이트, 가입 사이트, 감사기관, 수익배분 프로그램 소개 사이트, 수익배분 네트워크 등이 있다.



누구나 쉽게 짐작할 것이지만 실시 사이트와 가입 사이트는 수익배분 프로그램이 운영되기 위한 가장 핵심적인 주체가 된다. 웹사이트를 통하여 제품과 사이트를 소개하고, 링크를 통하여 고객을 소개하며, 방문한 고객을 대상으로 수입을 발생시키고, 계약에 따라 수익을 배분하는 등의 실질적인 작업을 수행한다.

감사기관은 수익배분 프로그램이 투명하게 운영되도록 하기 위해 제3자로서 수익배분 프로그램의 전반적인 운영실태를 평가하는 역할을 수행한다. 실시 사이트와 가입 사이트간에는 수입이 얼마나 발생했는지에 관한 분쟁의 소지가 많다. 이 분쟁은 두 사이트가 무릎을 맞대고 앉아서 해결할 수 있기도 하겠지만 이들의 이해관계를 떠난 제3의 기관에 의하여 수행될 수도 있다. 사실 제3의 기관은 이 문제를 객관적으로 공정하게 처리할 수 있을 뿐 아니라, 당사자가 직접 나서는 것에 비해 비용도 적게 든다.

수익배분 프로그램 소개 사이트는 이러한 수익배분 프로그램들을 모아 시장을 형성하는 사이트를 말한다. 대표적인 사이트로 <a href="http://www.referit.com/">ReferIt</a>과 같은 사이트를 들 수 있다. 이 사이트는 수익배분 프로그램을

운영하는 사이트를 카테고리별로 분류하여 제공함으로써, 웹에서 수행되는 다양한 프로그램을 소개하고, 가입하려는 사이트들로 하여금 적절한 프로그램을 찾을 수 있도록 하고 있다.

수익배분 네트워크는 수익배분 프로그램 소개 사이트에서 조금 더 진전된 모습을 보이는 사이트라 할 수 있다. 수익배분 프로그램의 운영을 도와주면서, 시행 사이트와 가입 사이트의 가운데 있으면서 양자를 효과적으로 지원하는 사이트라 할 수 있다.

수익배분 프로그램을 실시하기 원하는 사이트로 하여금 가입 사이트를 보다 쉽게 모집할 수 있도록 하는 한편, 프로그램이 운영되기 위해 필요한 각종 소프트웨어와 서비스를 제공함으로써 이 프로그램이 보다 쉽게 운영될 수 있도록 지원한다.

그리고 웹사이트로 하여금 수많은 온라인 쇼핑 사이트의 프로그램 중 가장 적절하다고 생각되는 프로그램들을 찾을 수 있도록 하면서 복수의 프로그램을 통합적으로 관리할 수 있도록 도와준다.

이러한 수익배분 네트워크의 대표적인 사이트로는 LinkShare, ClickTrade, BeFree 등이 있다.

## 프로그램 실시에 따른 주요 이슈와 대응방안

### 수익배분 규모의 결정

수익배분 프로그램을 운영하고자 할 때 수익배분 규모를 설정해야 하는데, 이것은 결코 쉬운 작업이 아니다. 하지만 기본적으로 고려해야 할 요소는 ROI적 측면과 전략적인 측면이다. 전략적 측면을 얘기할 때 ROI를 빼 놓을 수 없지만 인터넷 비즈니스가 초창기인 데다 공격적 경영이 필요하다는 점을 감안하여 이 두가지 측면을 분리하여 살펴보는 것이 필요하다.

#### ■ ROI 측면에서의 접근

ROI란 투자에 따른 수입의 규모를 측정함으로써 기업이 전개하는 활동의 경제적 효과를 평가하는 방식이다. 이는 수입배분 프로그램의 경우에도 예외는 아니다. 따라서 먼저 수입배분 프로그램을 평가할 때 수입을 보는 관점과 비용을 보는 관점을 정리하여 제공하고자 한다.

수익배분 프로그램을 운영할 때 연계되는 수입은 크게 세가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 첫째는 링크를 따라 이동한 사람이 바로 구매함으로써 얻게 되는 수입이고, 둘째는 수익배분 프로그램을 운영함에 따라 발생하는 브랜드 구축효과, 셋째는 방문자가 웹사이트에서의 구매 경험을 통하여 갖게 되는 로열티, 즉 고객 가치이다.

수익배분 프로그램의 수입을 보는 이러한 측면들은 현재 웹사이트가 처한 상황에 따라 중요도의 차이가 있을 수 있다. 아직 충분한 고객기반을 보유하지 못한 웹사이트의 경우라면 둘째나 셋째 측면을 많이 고려해야 할 것이다. 하지만 Lycos나 Amazon.com와 같이 많은 사람들에게 알려져 있을 경우에는 둘째나 셋째의 측면보다는 첫째 측면이 강조될 필요가 있을 것이다.

비용은 수익배분 프로그램의 운영에 따라 다른 웹사이트에 지





불해야 하는 금액과 수익배분 프로그램의 운영을 위한 부대 비용으로 나누어 살펴볼 수 있다. 이중 특히 중요한 요소는 웹사이트에 지불해야 하는 비용일 것이다.

결국 ROI 측면에서 본 수익배분 금액은 수익배분 프로그램 운영을 통하여 얻게 될 수입에 대한 평가치에서 기본적으로 투입되어야 할 부대비용, 그리고 적절한 이윤을 공제한 나머지로 결정되어야 할 것이다.

#### ■ 전략적 측면에서의 접근

전략적 측면에서의 수익배분 규모의 결정은 보다 많은 웹사이트를 자신의 수익배분 프로그램에 가입시킴으로써 인터넷에서 유통채널을 강화시키겠다는 공격적 마케팅 전략이 반영된 것이라 할 수 있다.

이를 위해서는 경쟁사이트에서 책정하고 있는 수익배분 규모와 보다 좋은 콘텐츠와 고객을 보유한 웹사이트의 가입을 유도하기에 충분한 정도의 인센티브 제공이라는 관점에서 접근할 필요가 있다.

수익배분 프로그램의 인터넷 유통채널로서의 가치를 인지하게 된 기업들은 이의 개발에 매우 적극적이다. 결국 온라인 판매 사이트간의 경쟁이 벌어질 수밖에 없고, 이러한 경쟁에서 승리하기 위해서는 다소 부담이 되더라도 다른 사이트에 비해 보다 공격적으로 수익배분 규모를 설정할 필요가 있다.

뛰어난 콘텐츠와 고객을 보유한 사이트는 전자상거래로 진출하기 위한 훌륭한 기반을 보유하고 있다고 할 수 있다. 이들 사이트는 이미 고객들로 하여금 구매동기를 유발하기에 충분한 정보를 제공하고 있기 때문이다. 이러한 사이트를 자신의 수익배분 프로그램에 끌어들이기 위해서는 이들에게 프로그램 가입에 따른 적절한 ROI를 보장해 주는 인센티브가 필요하다.

#### 수익배분 프로그램의 투명성 확보

수익배분 프로그램을 운영하는 과정에서 가입 사이트와 실시 사이트간에 언제든 문제가 될 수 있는 것이 바로 실시 사이트가 가입 사이트를 속이는지 여부이다. 실질적으로 수입배분 금액은 실시 사이트의 정보를 이용하여 결정되므로, 가입 사이트는 이에 대한 정확한 정보를 파악할 도리가 없다. 이러한 환경은 가입 사이트와 실시 사이트간의 분쟁을 발생시킬 가능성을 제공한다.

이러한 분쟁을 피하기 위하여 앞서 수익배분 프로그램을 운영하는 사이트는 제3의 기관으로부터 감사를 받거나 아예 수익배분 네트워크를 이용하기도 한다. 가입 사이트와 실시 사이트의 이해관계를 떠난 중립적인 기관이나 사이트를 돕으로써 투명성을 확보하고자 하는 것이다.

#### 클릭흐름 추적을 위한 체계 구축

수익배분 프로그램에 따라 수입이 발생했는지 여부를 판단하기 위해서는 사용자의 클릭흐름을 추적할 수 있어야 한다. 현재 사용자의 클릭흐름을 추적할 수 있는 방법은 Referrer Log와 쿠키를 이용할 수밖에 없다. Referrer Log를 통하여 사용자가 어느 링크를 통하여 웹사이트를 방문했고, 사이트내에서 어떤 링크를 따라 이동했는지를 파악할 수 있다. 그리고 쿠키 데이터를 이용하여 특정한 사용자임을 지속적으로 확인할 수 있게 된다.

하지만 이러한 방식이 완전한 추적을 보장하지는 못한다. 사용자 시스템 다운, 브라우저 구동 에러, 백버튼의 사용, URL 입력을 통한 페이지간 이동, 다른 사이트로의 이동 후 재방문, 방문 후 ID 변경 및 리프레쉬(Refresh) 등 추적을 곤란하게 만드는 많은 상황이 전개될 수 있기 때문이다.

이러한 추적상의 어려움을 극복하기 위해서는 단순히 로그분석만으로는 부족하다. 사용자와 웹사이트간의 상호작용 과정에서 쿠키를 사용하는 방식, 사용자 ID 체크 및 관리 방식, 관리하고자 하는 로그 데이터 항목 정의 등의 사용자 추적을 위한 일관성있는 정책과 데이터의 관리, 그리고 분석 방식의 마련이 필요하다.

#### 수익배분 조건에 대한 명확한 정책의 수립

클릭흐름에 대한 체계가 정비된 후 수익배분이 이루어지는 상황에 대한 명확한 정의가 이루어져야 한다. 예를 들면 제품을 소개





했을 때와 고객을 안내했을 때 수익배분 방식에서 차이가 발생하는지, 소개하지 않은 제품을 고객이 구매했을 때 어떻게 처리를 할지, 고객이 어떤 방식으로 행동을 할 때 수익을 배분할지에 대한 명확한 정의가 필요하다.

대부분의 수익배분 프로그램을 운영하는 사이트의 경우 이러한 수익배분이 이루어지는 상황에 대해 사전적으로 명확히 제시함으로써 분규를 방지하고자 노력하고 있다.

### 성공적 수행을 위한 제언

이제 수익배분 프로그램이 성공적으로 이루어지기 위해서 어떤 준비와 모습을 갖추어야 하는지에 대해 정리한 후 이 글을 마치고자 한다.

#### Refer-It의 수익배분 프로그램 평가 기준

어떤 수익배분 프로그램이 좋은 프로그램인지를 보기 위해서 Refer-It에서 수익배분 프로그램을 소개하면서 평가하는 기준을 살펴보는 것이 도움이 될 것이다.

Refer-It에서는 수익배분 프로그램을 평가하는 데, 수익배분 규모, 프로그램 가입의 용이성, 가입사이트에 대한 응답성, 수익배분 관련 보고서 제공 능력, 프로그램 가입 조건 및 규약의 명확성, 가입 사이트의 콘텐츠 무료 사용 가능성 등을 통하여 평가한다.

이러한 기준에 따라 높은 점수를 얻기 위해서는 온라인으로 수익배분현황에 대한 보고서를 볼 수 있어야 하며, 수익배분 가입자를 위한 뉴스레터를 발송하여 가입자와 활발한 커뮤니케이션이 가능해야 한다. 가입 사이트로부터 고객이 방문했을 때 웹페이지에 방문을 유발한 사이트의 로고를 제시한다든가 하는 형태로 브랜드를 공동으로 구축할 수 있어야 할 필요도 있다.

또한 온라인으로 프로그램 가입이 이루어질 수 있도록 지원할 수 있어야 하며, 가능한 한 많은 나라의 언어를 지원할 수 있어야 한다.

그리고 무엇보다 중요한 것은 프로그램을 운영하는 웹사이트가 사용자의 구매를 유발하기에 충분한 매력을 지니고 있어야 한다. 좋은 품질의 제품을 판매하고 있는 것은 말할 것도 없고, 사용자가 자신의 필요에 따라 콘텐츠를 가공할 수 있으며, 보다 우수한

고객서비스, 손쉬운 네비게이션 체계를 갖추고 있어야 한다.

#### 성공적 운영을 위한 제언

Refer-It의 평가 기준으로 볼 때 수익배분 프로그램이 성공적으로 유지되기 위해서 갖추어야 할 조건들을 정리하면 다음과 같다.

우선, 웹사이트가 고객들의 많은 구매를 유발할 수 있는 여건을 갖추는 것이 필요하다. 사용자들이 구매하고 싶지 않은 사이트에서 운영하는 수익배분 프로그램에는 가입해 보았자 수입을 얻을 수 없다. 이런 사이트는 아무리 건당 수익배분 규모가 크고, 가입하기가 용이하더라도 프로그램에 가입하고픈 욕망이 생길 리 만무하다. 결국 자신의 사이트를 통하여 고객들이 물건을 구매하기를 원하고, 실제 많은 구매가 일어나고 있음을 보여주어야 한다.

둘째, 투명하고 신뢰감을 줄 수 있어야 한다. 수익배분 프로그램을 보았을 때 모든 것이 정확히 정의되어 있으며, 웹사이트가 신뢰할 수 있는 정책과 체계를 지니고 있다는 판단이 될 때 선택 프로그램에 가입할 생각이 들게 된다.

셋째, 가입이 편리해야 한다. 때로 가입을 위한 심사가 필요할 수도 있지만, 그렇더라도 사용자가 프로그램 운영 사이트에서 쉽게 가입신청을 할 수 있으며, 가입 사이트에서 될 수 있으면 간단히 필요한 링크를 설정할 수 있도록 지원해야 한다.

넷째, 실제 운영되는 과정에서 협력 마케팅의 개념을 반드시 기억해야 하고 이를 구현하기 위해 총력을 기울여야 한다. 가입 사이트로부터 단지 고객을 끌어오는 것이 아니라 이들 사이트의 콘텐츠와 시행 사이트의 콘텐츠 및 거래가 통합적으로 이루어짐으로써 고객들을 설득하기 위한 전략에서 이러한 프로그램이 사용됨을 기억할 필요가 있다. 이를 위해서는 허심탄회한 마음으로 윈윈 전략을 구현하는 방안을 찾는 데 게을리 하지 말아야 한다. 