

W PROSTOCIE TKWI SIŁA



Marketing afiliacyjny

dla
bystrzaków



Odkryj korzyści
za sprawą smartfona
lub laptopa

Zarabiaj pieniądze
poprzez udostępnianie linków

Przekształć swoje
zainteresowania online
w źródło dużych
dochodów

Ted Sudol

ekspert w zakresie marketingu afiliacyjnego

Paul Mladjenovic

certyfikowany planista finansowy,
autor bestsellera *Inwestowanie w akcje
dla bystrzaków*

W środku
porady
od ekspertów



Tytuł oryginału: Affiliate Marketing For Dummies

Tłumaczenie: Anna Zawila, Tadeusz Zawila

ISBN: 978-83-283-8627-3

Original English language edition Copyright © 2020 by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This translation published by arrangement with John Wiley & Sons, Inc.

Oryginalne angielskie wydanie © 2020 by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. Wszelkie prawa, włączając prawo do reprodukcji całości lub części w jakiegokolwiek formie, zarezerwowane. Tłumaczenie opublikowane na mocy porozumienia z John Wiley & Sons, Inc.

Translation copyright © 2023 by Helion S.A.

Wiley, the Wiley Publishing Logo, For Dummies, Dla Bystrzaków, the Dummies Man logo, Dummies.com, Making Everything Easier, and related trade dress are trademarks or registered trademarks of John Wiley & Sons, Inc. and/or its affiliates in the United States and/or other countries. Used by permission.

Wiley, the Wiley Publishing Logo, For Dummies, Dla Bystrzaków, the Dummies Man logo, Dummies.com, Making Everything Easier, i związana z tym szata graficzna są markami handlowymi John Wiley and Sons, Inc. i/lub firm stowarzyszonych w Stanach Zjednoczonych i/lub innych krajach. Wykorzystywane na podstawie licencji.

Wszystkie pozostałe znaki handlowe są własnością ich właścicieli.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<https://dlabystrzakow.pl/user/opinie/marafb>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: dlabystrzakow@dlabystrzakow.pl

WWW: <https://dlabystrzakow.pl>

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

O autorach	13
Dedykacja	14
Podziękowania od jednego z autorów	14
Wstęp	17
O książce	17
Niezbyt rozsądne założenia	18
Ikony użyte w tej książce	18
Oprócz książki	19
Od czego zacząć?	19

CZĘŚĆ 1: ZAPOZNANIE SIĘ Z MARKETINGIEM AFILIACYJNYM 21

ROZDZIAŁ 1: Czym jest marketing afiliacyjny?	23
Zdobycie wiedzy o tym, jak działa marketing afiliacyjny	23
Korzyści z internetowych promocji	25
Mnożenie możliwości	25
Automatyzacja przepływu pieniędzy	26
Odróżnianie marketingu afiliacyjnego od innych biznesów internetowych	27
Przygotowanie do rozpoczęcia działalności w ramach marketingu afiliacyjnego	28
Wyznaczanie oczekiwań	29
Praca u podstaw	30
Przechodzenie przez proces	30
ROZDZIAŁ 2: Dlaczego powinieneś zostać partnerem?	33
Badanie wymagań związanych z rozpoczęciem tradycyjnej działalności gospodarczej	34
Ocena zalet marketingu afiliacyjnego	36
Możesz rozpocząć swoją działalność natychmiast	36

	Możesz wybrać swoją własną ścieżkę i styl życia	36
	Możesz oferować zróżnicowaną gamę produktów	37
	Nie ma konieczności ani rozwoju produktu, ani jego dostarczania	38
	Nie musisz być technicznym geniuszem	38
	Płatności i księgowość są zautomatyzowane	39
	Otrzymasz materiały marketingowe dostarczane przez firmę	39
	Możesz skorzystać z odliczeń od podatku	40
	Wyznaczanie oczekiwań	41
ROZDZIAŁ 3:	Pułapki i zagrożenia dla początkujących	43
	Wypatrywanie osobistych pułapek	43
	Brak koncentracji	44
	Kiepskie zarządzanie czasem	45
	Robienie niewiele (jeśli w ogóle jakichkolwiek) aktualizacji treści	48
	Unikanie internetowego ryzyka	48
	Trzymaj się z dala od błyskawicznych biznesów	49
	Nie daj się nabrać na kolejną błyskotkę	50
	Nie inspiruj się za bardzo innymi osobami	50
	Więcej informacji	51
	Przeczytaj dodatkowy materiał na ten temat	51
ROZDZIAŁ 4:	Kroki, które zrobisz, zanim zostaniesz partnerem	53
	Wyznaczanie celów	54
	Ocena umiejętności, które posiadasz i których potrzebujesz	55
	Gdzie teraz jesteś?	55
	Jak ruszyć do przodu?	56
	Wzmacnianie zdolności do koncentracji	56
	Podejmowanie decyzji, co jest (a co nie jest) ważne	57
	Ustalanie priorytetów	57
	Dostrzeganie magii działania na ogromną skalę	59
	Znajdź czas na zabawę	59
	Pozbycie się pożeraczy czasu	60
	Ograniczenie korzystania z poczty elektronicznej i monitorowanie swojego czasu	61
	Wypowiedzi ekspertów	65
	Zarabianie przez internet z wykorzystaniem marketingu afiliacyjnego w Polsce. Jak wygląda?	65
ROZDZIAŁ 5:	Badanie afiliacyjnego krajobrazu: programy i sieci	67
	Zagłębianie się w programy afiliacyjne	67
	Ocena zalet programów afiliacyjnych	68
	Znajdowanie i ocena programów partnerskich	68
	Przystąpienie do programu afiliacyjnego	72

Przeglądanie się sieciom afiliacyjnym	73
Przyjrzymy się zaletom sieci afiliacyjnych	74
Znajdowanie i ocena sieci afiliacyjnych	75
Przystąpienie do sieci afiliacyjnej	76
Zrozumienie niebezpieczeństw związanych z otrzymaniem bana	77

CZĘŚĆ 2: ZACZYNIANIE OD PODSTAW 79

ROZDZIAŁ 6: **Analiza słów kluczowych i wybór produktów 81**

Łączenie pasji z zyskiem	82
Analiza słów kluczowych odnoszących się do produktów	84
Słowa kluczowe z długiego ogona	84
Złote słowa kluczowe	88
Przeszukiwanie narzędzi do analizy słów kluczowych	89
Keyword Revealr	90
Google Keyword Planner	91
Badanie rynków	92
Koncentracja na rynkach stałych	93
Ocena rynków sezonowych	93

ROZDZIAŁ 7: **Wykorzystywanie strony internetowej do marketingu afiliacyjnego 95**

Korzyści dla marketera afiliacyjnego płynące z posiadania witryny	96
Tworzenie nazwy domeny dla Twojej witryny	97
Wybór nazwy	98
Korzystanie z usług rejestratora	98
Sprawdzanie rynku wtórnego	99
Porównanie własnego hostingu i darmowego hostingu	100
Własny hosting	101
Darmowy hosting	103
Korzystanie z oprogramowania WordPress	104
Instalacja	105
Motywy	105
Wtyczki	106
Monitorowanie Twojej strony internetowej	110
Łączenie kosztów uruchomienia i prowadzenia strony internetowej marketingu afiliacyjnego	110
Zadawanie kilku ważnych pytań dotyczących stron internetowych	112

ROZDZIAŁ 8:	Marketing niszowy	113
	Zrozumienie podstaw marketingu niszowego	113
	Znalezienie swojej niszy	115
	Podążanie za głową i sercem	115
	Uwzględnienie wielkości rynku i konkurencji	116
	Przegląd narzędzi do analizy słów kluczowych w marketingu niszowym	117
	Keyword Revealr	118
	Narzędzia Google'a	118
	Keywords Everywhere	119
	Szpiegowanie konkurencji	119
	Badanie nisz sezonowych	120
	Wypowiedzi ekspertów	122
	Na czym zarabiać pieniądze? Pomagamy wybrać niszę	122
ROZDZIAŁ 9:	Marketing afiliacyjny bez strony internetowej	125
	Jak zacząć, kiedy masz publikę (i gdy brak Ci takowej)	126
	Wykorzystanie publiczności, którą już masz	126
	Podejmowanie działań, gdy nie jesteś obecny w mediach społecznościowych	128
	Strategie ankietowania dla różnych platform mediów społecznościowych	129
	Facebook	130
	LinkedIn	131
	YouTube	131
	Instagram	133
	Reddit	133
	Quora	134
	Blogi gościnne	134
	Sprawdzanie minusów marketingu afiliacyjnego bez strony internetowej	135
	Twoja obecność w sieci jest ograniczona	135
	Nie budujesz wartości aktywów	136
	Nie jesteś właścicielem fundamentów, na których budujesz swój biznes	136
	Twoje treści nie utrzymują się długo na widoku Twojej publiczności	137
	Zawsze walczysz z konkurencją	137
	Musisz dostosować swoje podejście do innego rodzaju publiczności	138
	Musisz być na bieżąco z ograniczeniami i restrykcjami dotyczącymi mediów społecznościowych	138
	Obsługa mediów społecznościowych niekoniecznie jest mniej skomplikowana od posiadania strony internetowej	139
	Posiadanie strony internetowej nie jest tak kosztowne, jak mogłoby się wydawać	140

Więcej informacji	141
Przeczytaj dodatkowy materiał na ten temat	141

ROZDZIAŁ 10: **SEO: Optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych** 143

Zanim skupisz się na SEO, zadbaj o kilka spraw	144
Wybór właściwej niszy	144
Zrozumienie oczywistego gracza: Google'a	145
Rozróżnianie czynników SEO on-page i off-page	148
Czynniki wewnętrzne SEO	149
Czynniki zewnętrzne SEO	156
Konfigurowanie witryny pod kątem SEO	157
Tagi i kategorie	157
Posty i strony	158
Budowanie silosu	161
Wypróbowanie narzędzi SEO	162
Yoast	162
Google Webmasters	162
Wypowiedzi ekspertów	163
SEO — jak dobrze wykorzystać je dla afiliacji i zarobić?	163
Więcej informacji	164
Przeczytaj dodatkowy materiał na ten temat	164

ROZDZIAŁ 11: **E-mail marketing** 165

Ocena zalet e-mail marketingu	165
Budowanie listy za pomocą różnych typów e-maili	166
E-maile marketingowe	167
Autorespondery	167
E-maile transakcyjne	168
Kampanie e-mailowe	168
Hosting własnych e-maili	169
Zalety hostingu	169
Wady hostingu	172
Gra według zasad	172
CAN-SPAM	173
Opt-in	175
Double opt-in	175
Rezygnacja z subskrypcji	176
Zrozumienie procesu kontroli e-maili	176
Miękkie odbicie i twarde odbicie	177
Uważaj na kupowanie listy e-maili	177

Ryzyko zawieszenia, w przypadku gdy adresy e-mailowe nie są sprawdzane	177
Redukcja możliwości wysyłania poczty	180
Rozważanie różnych dostawców usług poczty e-mail	180
Sendinblue	181
Amazon SES	181
SendGrid	182
Mailchimp	182
Constant Contact	183
Więcej informacji	183
Przeczytaj dodatkowy materiał na ten temat	183

CZĘŚĆ 3: ZAAWANSOWANE STRATEGIE AFILIACYJNE 185

ROZDZIAŁ 12: Wielopoziomowe, pasywne i inne niestandardowe prowizje 187

Jak odnaleźć się w wielopoziomowym marketingu afiliacyjnym	188
Korzystanie z marketingu dwupoziomowego	188
Spojrzenie na trzeci poziom i wyższe poziomy	189
Znalezienie partnerów dla Twojego programu wielopoziomowego	190
Wybieranie możliwości uzyskania dochodu pasywnego	192
Czerpanie zysków nawet w przypadku braku sprzedaży	193
Cost per action/pay per lead	193
Cost per click (koszt za kliknięcie)	194
Cost per view (koszt za obejrzenie)	194

ROZDZIAŁ 13: Platformy afiliacyjne, katalogi i więcej 197

Ocena platform afiliacyjnych	197
MyLead	198
JVZoo	199
ClickBank	200
CJ Affiliate	202
Amazon Associates	203
Przekopywanie się przez katalogi afiliacyjne	204
Sprawdzanie sieci CPA	205
Rzut oka na sieci reklamowe	206

ROZDZIAŁ 14: Strony typu opt-in i docelowe 207

Badanie elementów strony opt-in	208
Filmy wideo kontra tekst	208
Układ	210
Inne czynniki wpływające na sukces	210

Sprawdzanie elementów strony docelowej	211
Oprawa wizualna: kolory i obrazy	211
Nagłówek i podtytuł	211
Teksty reklamowe/sprzedażowe	212
Referencje	214
Bonusy	215
Element „co znajduje się w środku”	215
Życiorys	216
Przyciski płatności	216
Gwarancje	216
Często zadawane pytania (FAQ)	217
Informacje prawne i disclaimer	218
Skupienie się na innych czynnikach sukcesu	218
Testowanie z podziałem A/B	218
Rozważania na temat SEO	219
Używanie wyjściowego pop-upa	219
Korzystanie z cudzej mądrości	220
Wypróbowanie szablonów stron docelowych i oprogramowania	220
Wyniki oceny	220
Więcej informacji	221
Przeczytaj dodatkowy materiał na ten temat	221
ROZDZIAŁ 15: Strategie lejka sprzedażowego	223
Sprzedaj swojemu potencjalnemu klientowi wiele ofert	223
Zaczynając od front-end	224
Przejsie do oferty głównej lub podstawowej	226
Przejdźmy do oferty back-end	227
Korzystanie z upsellingu i downsellingu	227
Składanie wszystkiego w całość	228
Ustawianie sekwencji ofert	230
Rzut oka na narzędzia, których potrzebujesz	230
Modelowanie lejka sprzedażowego	231
Ocena lejka partnerskiego	232
Budowanie struktury dla pasywnego dochodu	233

CZĘŚĆ 4: KROK W STRONĘ PROFESJONALIZMU 237

ROZDZIAŁ 16: Kwestie prawne	239
Postępowanie zgodnie z wytycznymi UOKiK	239
Znajomość głównej wytycznej	240
Unikanie nierealistycznych twierdzeń	240
Przechowywanie dokumentacji dotyczącej rekomendacji	241

Uważaj na swój język	242
Utrzymywanie spójnych cen	242
Posiadanie jasnej polityki zwrotów	243
Znajomość zasad dotyczących możliwości biznesowych	243
Informacje na temat ogólnego rozporządzenia o ochronie danych	244
Bezpieczne korzystanie z obrazów i innych treści	244
Uzyskanie pisemnej zgody	245
Rozumienie specjalnych praw do treści	245
Poruszanie kwestii prawnych na stronach internetowych	247
Polityka prywatności	247
Warunki korzystania z usługi	248
Zasady obowiązujące na innych stronach	248
ROZDZIAŁ 17: Handlowa strona marketingu afiliacyjnego	249
Czy jesteś gotów, aby zostać sprzedawcą?	250
Czy Twój produkt nadaje się do programu marketingu afiliacyjnego?	251
Czy Twój plan wynagrodzeń jest atrakcyjny?	253
Czy możesz obsługiwać partnerów?	254
Zostanie „tajnym partnerem”	254
Wybór technologii	254
Rozważenie wewnętrznego programu partnerskiego	255
Korzystanie z zewnętrznej platformy partnerskiej	255
Outsourcing	256
Rekrutacja i praca z partnerami	257
Wiedza o tym, gdzie szukać partnerów	257
Składanie ofert, którym nie będą mogli się oprzeć	258
Dostarczanie narzędzi partnerskich	258
ROZDZIAŁ 18: Marketing afiliacyjny a formy prowadzenia działalności i kwestie podatkowe	261
Zarabianie bez posiadania firmy	262
Rozliczenie ryczałtowe	262
Wybór formy prowadzenia działalności gospodarczej	262
Najprostsza struktura biznesowa: działalność nierejestrowana	263
Druga najprostsza struktura biznesowa: jednoosobowa działalność gospodarcza	264
Następny poziom: spółki z ograniczoną odpowiedzialnością i spółki akcyjne	266
Podsumowanie	266

CZĘŚĆ 4: ZESTAWIENIA 269

ROZDZIAŁ 19:	(Prawie) Dziesięć największych pułapek czyhających na marketera afiliacyjnego	271
	Spoglądając w stronę „następnego błyszczącego obiektu”	272
	Walka z brakiem koncentracji	272
	Nieinwestowanie w siebie i swoją edukację	273
	Przejście od konsumenta treści do producenta treści	274
	Nierealistyczne oczekiwania	274
	Zbytnie rozpraszanie się	275
	Rezygnacja przed osiągnięciem sukcesu	275
	Niewydawanie pieniędzy zaoszczędzających czas	276
	Brak troski o przepływ zaufania i reputację	276
ROZDZIAŁ 20:	Dziesięć najlepszych darmowych narzędzi dla marketerów afiliacyjnych	279
	WordPress	280
	Elementor	280
	Yoast	281
	Keywords Everywhere	282
	SpyFu	282
	Generator Pomysłów na Blog	282
	GTmetrix	283
	SimilarWeb	284
	Buffer	284
ROZDZIAŁ 21:	Dziesięć najlepszych płatnych narzędzi dla marketerów afiliacyjnych	285
	Keyword Revealr	286
	SpyFu	286
	Elementor, Astra Pro Theme i Ultimate Addons	287
	WP Robot	288
	CleanTalk	288
	Sendinblue	289
	Amazon SES	289
	Mailster	290

ROZDZIAŁ 22:	Dziesięć najlepszych strategii marketingowych dla partnerów	293
	Blogowanie gościnne	294
	Strategie SEO	294
	Marketing w mediach społecznościowych	295
	Marketing w serwisie YouTube	296
	E-mail marketing	296
	Marketing treści	297
	Publikacja e-booków	297
	Wspólne przedsięwzięcia	298
	Wywiady z mediami	299
	Aplikacje na smartfony	299
	Podsumowanie	300
	Czas rozpocząć zarabianie	300
DODATEK	Narzędzia i zasoby dla partnerów	301
	Początek: Tutoriale i edukacja	301
	Najlepsze blogi afiliacyjne	302
	Kanały YouTube poświęcone marketingowi afiliacyjnemu	303
	Fora afiliacyjne	303
	Ogólne informacje dotyczące marketingu i sprzedaży	304
	Badania w zakresie marketingu niszowego	304
	Marketing w mediach społecznościowych	305
	Ogólne zasoby mediów społecznościowych	305
	Grupy marketingu afiliacyjnego na Facebooku	306
	Grupy marketingu afiliacyjnego na LinkedIn	306
	Blogi	307
	Narzędzia do e-mail marketingu	307
	Katalogi afiliacyjne	308
	Tworzenie i dostarczanie treści	308
	Zasoby sprzedażowe	309
	Książki i publikacje	310
	Wybierz przewodniki dla bystrzaków	310
	Inne książki	310
	Newslettersy i e-ziny	311
	Stowarzyszenia, konferencje i wydarzenia na żywo	311
	Spółki	312
	Inne rozmaite narzędzia	312
	Więcej informacji	313
	Skorowidz	315

- » przegląd programów afiliacyjnych,
- » sieci afiliacyjne,
- » jak nie dać się zbanować.

Rozdział 5

Badanie afiliacyjnego krajobrazu: programy i sieci

Choć możesz nie zdawać sobie z tego sprawy, praktycznie każda firma w internecie oferuje program partnerski, który pozwala Ci, jako marketerowi afiliacyjnemu, zarabiać pieniądze. Ponadto, sieci afiliacyjne gromadzą wiele programów partnerskich różnych firm. Tak więc dołączając do sieci afiliacyjnej, w zależności od jej wielkości, możesz mieć dostęp do setek lub nawet tysięcy programów partnerskich. Niniejszy rozdział przeprowadzi Cię przez świat programów i sieci afiliacyjnych, żebyś znalazł te, które będą dla Ciebie odpowiednie.

Zagłębianie się w programy afiliacyjne

Odwiedź dzisiaj dowolną stronę internetową, a z dużym prawdopodobieństwem zobaczysz na niej hasła w stylu „dołącz do naszego programu afiliacyjnego”, „zarabiaj z nami pieniądze”, „zostań naszym partnerem”. Firmy chcą bowiem, abyś promował ich produkty za pomocą marketingu afiliacyjnego. Dlaczego?

Odpowiedź jest prosta. Jeśli marketer afiliacyjny doprowadzi do sprzedaży, sprzedawca zarabia więcej. Z punktu widzenia handlowca najlepsze jest to, że musi on zapłacić wynagrodzenie za polecenie tylko wtedy, gdy dojdzie do sprzedaży. Czego

handlowiec może tu nie lubić? W przeciwieństwie do tego modelu, w tradycyjnych mass mediach — takich jak prasa, radio czy telewizja — od firmy pobierane są opłaty za reklamę, w oparciu o zasięg danego medium. Ponadto taki rachunek za reklamę w mediach musi zostać uregulowany przez firmę zamieszczającą ogłoszenie, niezależnie od tego, czy takowa reklama zwiększyła sprzedaż.

Jesteś zainteresowany promocją fizycznych produktów? Wtedy nie ma sensu dołączać do programów afiliacyjnych, które oferują tylko produkty cyfrowe. Interesuje Cię promocja produktów cyfrowych? Dla nich również istnieje wiele programów afiliacyjnych. W kolejnych akapitach wyjaśniamy podstawy programów afiliacyjnych.



WSKAZÓWKA

W rozdziale 6. mówimy o czynnikach, które umożliwiają wybór produktu, takich jak rzut okiem na rynki, ocena konkurencji i analiza słów kluczowych. Upewnij się, że przeczytałeś ten rozdział, ponieważ zawiera on dodatkowe informacje, które pomogą Ci wybrać programy afiliacyjne i sieci, do których chcesz dołączyć. W rozdziale 8. omówimy, w jaki sposób powinieneś wykorzystać swoje obecne pasje, wiedzę i doświadczenia, aby zapewnić sobie przewagę w biznesie marketingu afiliacyjnego. Następnie połączymy to z badaniami rynku i konkurencji oraz z narzędziami marketingu afiliacyjnego, które pomogą Ci ogarnąć ten informacyjny chaos i znaleźć to, co będzie dla Ciebie opłacalne do promowania. Umożliwi Ci to dodatkowy wgląd i pomoże zdecydować, które programy i sieci afiliacyjne najlepiej pasują do tego, czym chcesz się zajmować.

Ocena zalet programów afiliacyjnych

Jedną z zalet programów afiliacyjnych w porównaniu do sieci afiliacyjnych jest to, że masz do czynienia tylko z jedną firmą. Ta jedna firma może być tak ogromna jak Amazon, co pozwoli Ci zarabiać prowizję na tysiącach produktów. Może to być też małe przedsiębiorstwo, sprzedające tylko takie towary, jakie będą odpowiednie dla niszowego rynku znajdującego się w obszarze zainteresowania. Ta jedna firma ma jedną politykę afiliacyjną dla wszystkich towarów, które oferuje, a także jeden zestaw zasad, których musisz przestrzegać — prosta sprawa.

Sieci afiliacyjne, z drugiej strony, są zbiorami firm lub handlowców, które mogą nie mieć personelu, pieniędzy lub chęci do administrowania ich własnymi, oddzielnymi programami partnerskimi. Sieci afiliacyjne często pozwalają indywidualnym handlowcom na swobodę w ustalaniu, na przykład, ich własnych zasad dotyczących zwrotu czy też obsługi klienta itd.

Znajdowanie i ocena programów partnerskich

Tysiące odrębnych firm oferuje Ci możliwość zarabiania w programach partnerskich¹. Jak wybrać, mając tak wiele możliwości? Jak oddzielić dobre okazje od tych niezbyt dobrych? W tym rozdziale przyjrzymy się kilku czynnikom, które powinieneś ocenić, takim jak reputacja, wymagania dotyczące płatności i narzędzia dla partnerów.

¹ <https://mylead.global/pl/kampanie-dostepne-w-mylead>



WSKAZÓWKA

Możesz wybierać spośród tysięcy indywidualnych programów afiliacyjnych. Rozdziały 6. i 8. zawierają więcej informacji, ale oto kilka przykładów programów afiliacyjnych:

- ▶▶ **Amazon (<https://affiliate-program.amazon.com>):** Jeden z najstarszych i prawdopodobnie największy istniejący program afiliacyjny, dający marketerom szansę na zysk ze sprzedaży tysięcy przedmiotów.
- ▶▶ **Walmart (<https://affiliates.walmart.com>):** Jedna z najbardziej znanych firm w Stanach Zjednoczonych, pozwalająca partnerom na czerpanie zysków z tysięcy produktów.
- ▶▶ **Bluehost (www.bluehost.com):** Jedna z wielu firm hostingowych oferujących program partnerski. Zauważ też zaproszenie — do zostania partnerem — umieszczone na samej górze strony głównej.
- ▶▶ **AWeber (www.aweber.com):** Usługa wspierająca e-mail marketing.
- ▶▶ **Mailchimp (www.mailchimp.com):** Platforma do e-mail marketingu.

Uwaga: Ta lista nie ma być wyczerpująca. Możesz znaleźć więcej programów partnerskich dzięki prostemu wyszukiwaniu w internecie. W tej części skupimy się na tym, jak ocenić każdy program i zdecydować, do którego się przyłączyć.

Reputacja i wsparcie

Kiedy oceniasz programy partnerskie, musisz rozważyć kilka czynników:

- ▶▶ **Reputacja:** Poszukaj w internecie opinii użytkowników na temat programu afiliacyjnego, który bierzesz pod uwagę. Należy pamiętać, że szukasz niezależnych informacji zwrotnych, a nie kogoś, kto napisał przychylną recenzję, żeby namówić Cię do dołączenia do programu afiliacyjnego. Jednym z doskonałych miejsc, do których można się udać po niezależną opinię, są fora użytkowników i partnerów.

Możesz również znaleźć na Facebooku grupy dotyczące marketingu afiliacyjnego. Jeśli szukasz niezależnych informacji, sugerujemy dołączenie do grupy, która przegląda prośby o dołączenie do grupy i ogranicza zamieszczanie ogłoszeń. Może zawierać kwestionariusz, w którym należy podać informacje na temat swoich zainteresowań związanych z programem partnerskim. Jeśli dołączysz do otwartych grup, które nie wymagają akceptacji prośby o dodanie Cię do grupy, znajdziesz tam przytłaczającą wręcz liczbę postów od ludzi promujących własne programy afiliacyjne lub produkty.

- ▶▶ **Wsparcie:** Jakie narzędzia do wspierania i szkolenia posiada program? Czy istnieje dział wsparcia technicznego, który odpowiada na pytania użytkowników? Czy istnieje forum pomocy technicznej obsługiwane przez firmę? Czasami można znaleźć niezależne fora wsparcia, które działają bez udziału firmy. Chociaż wymiana informacji między użytkownikami może być bardzo cenna, nie jest tak kompleksowa jak forum wsparcia technicznego, prowadzone przez program partnerski, gdzie personel firmy odpowiada na pytania partnerów.



ZAPAMIĘTAJ

Wymagania i harmonogramy płatności

Aby otrzymać zapłatę, upewnij się, że podałeś wszystkie informacje, których wymaga program partnerski. Jeśli nie prowadzisz jednoosobowej działalności gospodarczej, firmy te będą musiały przygotować formularz PIT-11, fiskus będzie bowiem domagał się swojego kawałka tortu! Więcej informacji na tematy podatkowe znajdziesz w rozdziale 18.

Metody płatności, częstotliwość płatności i minimalne płatności są zazwyczaj wypisane w umowie z danym programem afiliacyjnym.



WSKAZÓWKA

Większość programów marketingu afiliacyjnego i sieci afiliacyjnych woli nie wysyłać czeków, więc mogą wymagać bezpośredniej wpłaty na konto bankowe lub konto PayPal.

Ważne jest również, abyś znał harmonogram płatności programu partnerskiego. Niektórzy mają częstszy harmonogram płatności w przypadku przelewu bankowego, ale dłuższy harmonogram płatności (30 dni lub więcej), jeśli muszą wysłać czek pocztą. W części umów może istnieć wymóg minimalnej kwoty, którą musisz zarobić, zanim wyśłą Ci czek. W takich przypadkach wybranie przelewu bankowego będzie łatwiejszym i szybszym rozwiązaniem.

Płatności są zazwyczaj planowane na podstawie miesięcznej, kwartalnej lub rocznej. Zauważamy, że coraz więcej firm zajmujących się marketingiem afiliacyjnym stosuje zasadę minimalnej płatności — innymi słowy, musisz zarobić minimalną kwotę prowizji, zanim dojdzie do wypłaty środków. Jeśli masz ustawioną płatność przelewem na rachunek bankowy, to minimum jest zazwyczaj znacznie niższe niż w przypadku, gdy wymagasz płatności czekiem. To kolejny dobry powód, aby wprowadzić cyfrową metodę płatności.

Powinieneś dowiedzieć się również czegoś o raportowaniu — czyli sprawdzić, jak możesz zobaczyć rejestr sprzedaży i należnych Ci prowizji? Zazwyczaj informacje te są dostępne na stronie internetowej programu. Oprócz pomocy w monitorowaniu zarobków, takie narzędzie pokaże Ci kondycję Twojego biznesu afiliacyjnego i pozwoli go dostroić oraz poprawić jego rentowność. Czy jest jakiś produkt, który nie sprzedaje się dobrze? Jaki jest tego powód? Czy promocja, którą prowadzisz nie jest skuteczna? Czy produkt po prostu nie jest popularny wśród Twojej grupy docelowej?



WSKAZÓWKA

Doskonałą strategią, aby się o tym przekonać, jest *testowanie A/B*. Co do zasady przedstawiasz dwa różne listy sprzedażowe, z dwoma różnymi strategiami promocji, w sposób losowy, a następnie porównujesz wyniki, żeby zobaczyć, który z nich jest lepszy. Więcej informacji na ten temat znajduje się w rozdziale 14.

Narzędzia marketingowe

Jakie narzędzia program udostępnia swoim partnerom? Większość programów afiliacyjnych oferuje banery, grafiki i linki, które nowi partnerzy mogą wykorzystać na swojej stronie internetowej lub w swoich promocjach². Linki są automatycznie kodowane za pomocą ID partnera.

² <https://mylead.global/pl/narzedzia-dla-webmastera>



OSTRZEŻENIE

Narzędzia afiliacyjne niektórych firm są łatwiejsze w użyciu niż inne. Na przykład Amazon ma bardzo łatwy w użyciu proces tworzenia linków. Odkryliśmy, że niektóre narzędzia programów partnerskich są trudniejsze w użyciu. Kiedy mówimy o tym, że narzędzia są trudne w użyciu, mamy na myśli zarówno Ciebie, partnera, jak i Twojego klienta. Czy możesz łatwo znaleźć narzędzia programów afiliacyjnych? Czy dostępne są jakieś filmy instruktażowe, które pokażą Ci jak korzystać z tych narzędzi, czy też jesteś pozostawiony sam sobie? Musisz również wziąć pod uwagę swoich klientów: Czy łatwo jest im korzystać z narzędzi i dokonywać zakupów?



WSKAZÓWKA

Zawsze uważaliśmy, że najlepiej jest testować narzędzia. Po pierwsze, umieść link partnerski na swojej stronie lub w swoim poście. Czy łatwo było znaleźć banery, strony i przyciski programu afiliacyjnego, przeznaczone do użytku przez partnerów? Czy łatwo było umieścić link na swojej stronie? Czy wygląda on dobrze po umieszczeniu? Jeśli tak, to świetnie.

Teraz przejdź do swojej strony internetowej i kliknij w link partnerski, który właśnie umieściłeś w opublikowanym poście (nie przechodź jednak i nie dokonuj zakupu). Czy link prowadzi Twojego potencjalnego klienta tam, gdzie powinien? Czy wygląda to profesjonalnie? Czy taki przekaz wydaje się przemawiać do Twojego klienta? Czy skłania klienta do zakupu? Jeśli Twoja odpowiedź na wszystkie te pytania brzmi „tak” — to świetnie!



OSTRZEŻENIE

Jeśli zostaniesz przeniesiony na nie działającą stronę, do nieaktualnych informacji, nieinspirującej wiadomości lub skomplikowanego procesu zakupu, są to znaki, że może należałoby poszukać innej firmy partnerskiej. Zauważyliśmy, że głównie w przypadku mniejszych programów, które mogą mieć mniejszy personel, narzędzia są czasami nieaktualne lub odnoszą się do sprzedaży, która nie jest już aktywna. Na przykład w jednym przypadku, narzędzie opisywało coś, co wydarzyło się w 2007 roku. Moja (współautora Teda) myśl, kiedy to zobaczyłem, była następująca: „Jeśli to jest najlepsze, co możesz powiedzieć o swoim produkcie, to może powinienem skierować swoje wysiłki promocyjne gdzie indziej”.

W przypadku większości firm afiliacyjnych, wystarczy tak daleko posunąć się w ocenie ich narzędzi dla partnerów. Możesz mieć pewność, że jeśli Twój klient dokona zakupu w Amazonie poprzez Twój link partnerski, to otrzyma towar, za który zapłacił. Jednak w przypadku niektórych mniejszych programów partnerskich, musisz upewnić się, że przycisk płatności faktycznie działa (nie dokonuj zakupu), a następnie monitorować programy, aby upewnić się, że produkty, które kupują Twoi klienci są rzeczywiście dostarczane.



WSKAZÓWKA

Oprócz banerów i grafik, które możesz wykorzystać na swojej stronie internetowej, wiele większych programów partnerskich posiada filmy szkoleniowe lub programy szkoleniowe, które pomagają nowym partnerom jak najlepiej wykorzystać ich program. Na przykład Amazon ma kompletny program szkoleniowy, który zawiera różne raporty, filmy i dokumenty, które Ci pomogą. Ich przewodniki i szkolenia często pokazują, co powinieneś robić i — co równie ważne — czego nie powinieneś robić.

Przystąpienie do programu afiliacyjnego

Różne programy afiliacyjne mają różne procesy aplikacyjne. Dla niektórych jest to tak proste, jak wypełnienie formularza online. Oprócz podania ogólnych informacji, musisz przynajmniej dostarczyć podstawowe informacje, aby firma mogła odprowadzić za Ciebie podatek lub wysłać Ci PIT na koniec roku, jak wyjaśniliśmy wcześniej w tym rozdziale. Większość programów partnerskich woli mieć sposób na zapłacenie Ci bez konieczności wypisywania czeku.



WSKAZÓWKA

Możesz umówić się na płatność poprzez przelew na konto bankowe lub na konto PayPal. Moje (współautora Teda) programy partnerskie, które wpłacają środki na moje konto PayPal. Biorąc pod uwagę to, co dzieje się dziś w zakresie cyberbezpieczeństwa, uważam że im mniej organizacji posiada moje dane bankowe, tym lepiej dla mnie. Przy tak wielu przypadkach wycieków danych, lepiej dmuchać na zimne. Myślisz, że Twoje dane nigdy nie zostały ujawnione w wyniku naruszenia wycieku danych? Zastanów się jeszcze raz i wpisz swój adres e-mail na tej stronie, aby się upewnić: <https://haveibeenpwned.com>. Jeśli Twoje dane wyciekły, to ile z tych firm Cię o tym powiadomiło? W moim przypadku liczba ta wyniosła naprawdę zniechęcające 10 procent przypadków, w których moje dane zostały ujawnione w wyniku wycieku.

Ale ponieważ programy afiliacyjne robią się coraz bardziej popularne, a miliony nowych partnerów dołączają do nich przez cały czas, sieci afiliacyjne stały się bardziej selektywne i nastawione na bezpieczeństwo. Wiele z nich nie akceptuje już tylko podania danych na załączonym formularzu. Możesz zostać poproszony o dodatkowe informacje. Upewnij się, że Twoje odpowiedzi są kompletne i dobrze sformułowane. Możesz zostać poproszony o wypełnienie któregoś z poniższych punktów:

- ▶▶ **Życiorys lub profil:** Zapoznaj się z informacjami na stronie internetowej programu. Dowiedz się, czego firmy oczekują od swoich partnerów, jakie metody promocji lubią, jakiego rodzaju klientów szukają i jakie produkty oferują. Strony internetowe niektórych programów afiliacyjnych są bardziej kompletne niż innych. Po zapoznaniu się z programem, napisz swój życiorys w sposób, który przekona program, że byłbyś dla niego świetnym wyborem. Doświadczenie w marketingu afiliacyjnym i/lub wiedza w tym zakresie jest uważana za plus.
- ▶▶ **Strony w mediach społecznościowych i doświadczenie w mediach społecznościowych:** Strona w mediach społecznościowych, którą podajesz powinna być związana z programem afiliacyjnym, do którego próbujesz dołączyć. Oczywiście zdarzają się wyjątki. Na przykład mocną stroną Twojego profilu na LinkedIn może być Twoje doświadczenie zawodowe, doświadczenie w sprzedaży lub podobne, które będzie miało szersze znaczenie dla wielu programów partnerskich.
- ▶▶ **Strona internetowa:** Jest to często najważniejszy czynnik w ewaluacji Twojej osoby. Upewnij się, że adres URL jest poprawny. Upewnij się, że Twoja witryna jest aktualnie zgodna ze wszystkimi regulacjami prawnymi, takimi jak RODO, ujawnianie informacji czy identyfikatory sieciowe (szczegóły w rozdziale 16.).



ZAPAMIĘTAJ

Upewnij się, że Twoja strona jest aktualna, działa poprawnie i nie zawiera oczywistych błędów, takich jak błędy strony 404. Unikaj robienia błędów ortograficznych — to one sprawiają, że Twoja strona (a tym samym Twoja osoba) wygląda niechlujnie i przekazuje, że nie zwracasz uwagi na utrzymanie profesjonalnego wizerunku. Osoby odpowiedzialne za programy afiliacyjne mogą też odnieść wrażenie, że nie będziesz przedstawiać ich produktów w profesjonalny sposób.

Obecnie większość programów afiliacyjnych zdaje sobie sprawę, że możesz być członkiem kilku programów, a większość z nich nie wymaga już wyłączności od swoich partnerów. Możesz np. mieć stronę internetową, na której umieścić kilka linków afiliacyjnych do Amazona. Nie zamierzasz przecież usuwać wszystkich swoich linków do Amazona, które zarabiają dla Ciebie pieniądze, żebyś mógł się zgłosić do innego programu afiliacyjnego. Upewnij się jednak, że Twoja strona nadal spełnia wszystkie wymagania Amazona. Na przykład, jeśli program widzi, że masz linki do Amazona, ale brak Ci wymaganego oświadczenia dot. współpracy z Amazonem, może dojść do wniosku, że nie będziesz przestrzegać ich wymogów.



ZAPAMIĘTAJ

Nawiązujesz relację z programem partnerskim, który będzie Ci płacił za Twoje wysiłki promocyjne przez wiele lat. Jeśli więc kiedykolwiek zdecydujesz się wykazać, że Twoja witryna zarabia pieniądze dzięki linkom afiliacyjnym, dowody na to, że w przeszłości osiągnąłeś na tym dochód, mogą znacząco zwiększyć cenę sprzedaży. Postaraj się jak najlepiej zaprezentować swoją osobę i postawić się w jak najkorzystniejszym świetle na swojej stronie internetowej, żeby przekonać program afiliacyjny, że będziesz doskonałym partnerem dla firmy.

►► **Metody promocji:** Chociaż Twoje metody nie są tak istotnym czynnikiem, jak w przypadku ubiegania się o dostęp do sieci afiliacyjnej, to jednak wciąż pozostają istotne. Program afiliacyjny, do którego się zgłaszasz może mieć metody promocji, które preferuje i takie, których zabrania. Dowiedz się, czego szuka program afiliacyjny i dostosuj odpowiednio swoją aplikację.



OSTRZEŻENIE

W większości przypadków proces przeglądu jest zautomatyzowany i rzadko otrzymujesz wyjaśnienie, dlaczego odrzucono Twoją aplikację. W wielu przypadkach możliwe jest jednak odwołanie się od decyzji odmownej, a odwołanie to jest procesem przeprowadzanym manualnie, sterowanym przez człowieka. Jednak przy tysiącach wniosków proces odwoławczy jest często powolny, a wynik niepewny i rzadko kiedy korzystny dla (aspirującego) partnera. Nasza rada brzmi następująco: Jeśli nie zostanie zaakceptowany lub nie otrzymasz informacji od programu partnerskiego na temat stanu swojej aplikacji, po prostu przejdź nad tym do porządku dziennego i aplikuj do innego programu partnerskiego. Tego kwiatu jest pół świata, więc wybierz inny.

Przeglądanie się sieciom afiliacyjnym

Sieci afiliacyjne — temat tego paragrafu — łączą tysiące różnych sprzedawców i ofert afiliacyjnych w jeden rynek. Są one pośrednikiem między Tobą, marketerem afiliacyjnym, a sprzedawcą — osobą lub firmą dostarczającą towary albo usługi. Sieci

często dostarczają programy afiliacyjne i wsparcie dla mniejszych firm, które albo nie mają personelu technicznego, aby opracować program afiliacyjny dla swojej firmy, albo wolą, żeby ktoś inny opracował i wspierał ich program afiliacyjny. (Więcej informacji na temat sieci afiliacyjnych znajdziesz w rozdziale 13.).

Przyjrzymy się zaletom sieci afiliacyjnych

Jedną z największych zalet sieci afiliacyjnych jest to, że wprowadzają one na swój rynek tysiące indywidualnych programów afiliacyjnych. Tak więc wybór programów afiliacyjnych (który omawiamy wcześniej w tym rozdziale) jest łatwiejszy dla nowego marketera afiliacyjnego. Ponieważ posiadają również tysiące partnerów, sieci te zazwyczaj mają opinie i wsparcie ratingowe, więc nowy marketer afiliacyjny może zobaczyć, które produkty oceniać wyżej pod względem sprzedaży lub zysku. Możesz zobaczyć, które produkty mają najniższy wskaźnik zwrotu lub reklamacji. Możesz również zobaczyć, ilu partnerów ma indywidualny program afiliacyjny, co daje Ci wskazówkę, jak duża będzie konkurencja.

Sieci zazwyczaj dysponują bardziej rozbudowanym programem szkoleniowym, dzięki któremu dowiesz się wiele o ich sieci i tego, jak być skutecznym partnerem. Możesz uzyskać bardziej kompleksowe szkolenie na temat procesu afiliacji poprzez sieć niż w przypadku indywidualnego programu partnerskiego, którego szkolenie skupia się na poszczególnych produktach i ofercie.



WSKAZÓWKĄ

Kolejną zaletą sieci afiliacyjnych jest to, że ich większy rozmiar spowodował rozwój narzędzi oferowanych przez osoby trzecie. Te narzędzia od osób trzecich bardzo ułatwiają życie partnera. Dostępnych jest np. wiele wtyczek, zarówno płatnych, jak i darmowych. Ja (współautor Ted) preferuję korzystanie z płatnych wtyczek. Dla mnie oznacza to, że firma ma personel ds. wsparcia technicznego, który aktualizuje wtyczkę zarówno w celu rozwiązania każdego nowo odkrytego problemu w kwestii bezpieczeństwa, jak i zachowania pełnej zgodności z najnowszą wersją Twojej platformy do publikowania online (np. WordPressa; zob. rozdział 7.). Hakerzy stale udoskonalają swoje ataki, co wymaga od platform hostingowych, autorów wtyczek, motywów i innego oprogramowania ciągłych aktualizacji w celu załatania luk w zabezpieczeniach. Darmowa wtyczka może nie być obsługiwana przez pracowników wsparcia technicznego, którzy szybko załatiliby te luki, o ile w ogóle ktoś ją aktualizuje. Naszym zdaniem najlepiej jest trzymać się płatnych wtyczek lub przynajmniej darmowej wersji wtyczki, która oferuje uaktualnienie do wersji pro za opłatą. W ten sposób wiesz, że do dewelopera trafiają pieniądze, aby mógł wprowadzać aktualizacje wtyczki.



WSKAZÓWKĄ

Oto dwa narzędzia od osób trzecich, z których korzystam od lat:

- **EasyAzon** (<https://wordpress.org/plugins/easyazon/>): Ułatwia dodawanie linków Amazona w postach. Wystarczy dodać wyszukiwane hasło w polu wyszukiwania EasyAzon, aby wyszukać odpowiednie produkty Amazona. Jeśli znasz dokładną nazwę produktu lub identyfikator ASIN (*Amazon Standard Identification Number*), możesz ich użyć i zacząć budować swoją listę produktów przy użyciu dowolnego rozmiaru grafik udostępnianych przez Amazona. Istnieją darmowe i płatne wersje

tego oprogramowania — z płatną wersją można dodać swój kod afiliacyjny Amazona dla wszystkich różnych programów krajowych Amazona, których jesteś członkiem, i uzyskać pieniądze, np. wtedy, gdy międzynarodowi goście dokonują zakupu, choćby i z Australii. Można również dodać przycisk płatności, który daje 30-dniowy plik cookie, a więc wszystkie zakupy, które kupujący zrobi w Amazonie przez następne 30 dni, będą przypisane do Twojego kodu.

- **WP Robot (<http://wprobot.net/>):** Automatyczna wtyczka do blogowania, która ma do 32 różnych modułów dla prawie wszystkich głównych sieci afiliacyjnych, takich jak eBay, Etsy, Amazon itd. To płatna wtyczka, ale według mnie jest warta swojej ceny. Ustawiasz kampanie w oparciu o wyszukiwane hasła, a ona wraca z treścią, która zawiera Twój link afiliacyjny. Edytuj treść, żeby nie publikować tylko duplikatów poprzednich treści, i opublikuj ją. Co może być łatwiejsze?



OSTRZEŻENIE

Tylko dlatego, że Twoja platforma do publikowania online nie powiadomiła Cię o dostępności aktualizacji dla danej wtyczki, nie zakładaj automatycznie, że wszystko jest w porządku. Oznacza to, że twórca wtyczki nie wydał aktualizacji. Może to być spowodowane tym, że programista porzucił wtyczkę lub że nie ma jej w repozytorium zatwierdzonych wtyczek na platformie. Musisz przejść do listy zainstalowanych wtyczek i zerknąć na szczegółowe informacje o każdej z nich, aby sprawdzić, czy są one kompatybilne z aktualną wersją platformy. W przeciwnym razie możesz otrzymać komunikat taki jak ten (w naszym przykładzie użyliśmy WordPressa):

Ostrzeżenie: Ta wtyczka **nie została przetestowana** z twoją aktualną wersją WordPressa.

Znajdowanie i ocena sieci afiliacyjnych

ClickBank (www.clickbank.com/), CJ Affiliate (dawniej Commission Junction; www.cj.com/) i JVZoo (www.jvzoo.com/) to jedne z największych sieci afiliacyjnych, ale masz ich dziesiątki do wyboru, choćby ShareASale (www.shareasale.com) czy Rakuten (www.rakuten.com/). Istnieją też sieci afiliacyjne pochodzące z Polski, na przykład MyLead (<https://mylead.global/>).



ZAPAMIĘTAJ

Ponieważ sieci afiliacyjne są pośrednikiem między Tobą a wszystkimi indywidualnymi sprzedawcami, ważne jest, aby dokładnie ocenić sieć afiliacyjną, którą bierzesz pod uwagę³. Zapoznaj się z ich umową partnerską i rozważ następujące kwestie (więcej informacji znajdziesz w rozdziale 13.):

- **Reputacja:** Jaką mają reputację wśród partnerów? Czy ich płatności były terminowe? Czy otrzymali to, co im obiecano? Czy były skargi od partnerów na opóźnienia w płatnościach, brak wsparcia, kiepską komunikację lub niewystarczające raportowanie?

³ <https://mylead.global/pl/blog/10-rzeczy-na-ktore-warto-zwrocic-uwage-przed-wyborem-sieci-afiliacyjnej>

► **Weryfikacja dostawców:** Sieć afiliacyjna, która ma energiczny proces weryfikacji sprzedawców w swojej sieci jest w rzeczywistości dobrym rozwiązaniem, nawet jeśli dla Ciebie proces ten może być bardziej skomplikowany i czasochłonny. Nie chcesz promować produktów sprzedawców, którzy nie wspierają swoich produktów, których produkty mają wysoki wskaźnik zwrotu lub których produkty są niskiej jakości. Nie chcesz być częścią sieci afiliacyjnej, która przyjmuje każdego i zyskuje opinię źródła oszustw i ofert niskiej jakości.

► **Wielkość ich kawałka tortu:** Sieć afiliacyjna jest pośrednikiem pomiędzy Tobą a sprzedawcą. Jeśli Twoje działania promocyjne jako partnera zaowocują sprzedażą, prowizja z tej sprzedaży trafia najpierw do sieci afiliacyjnej.

Dlaczego? Sieć afiliacyjna oferuje Ci wygodny sposób na znalezienie i sprzedaż produktów tysięcy sprzedawców. Pomyśl tylko, czy musiałbyś szukać tych wszystkich indywidualnych programów partnerskich, oceniać wszystkie te programy, wypełniać formularze i kwalifikować się do wszystkich tych indywidualnych aplikacji. A to nie wszystko. Musiałbyś wypełniać wszystkie te indywidualne druki — nie wspominając już o podawaniu danych potrzebnych do rozliczenia podatków. Musiałbyś również odwiedzać wszystkie indywidualne strony internetowe programów partnerskich, aby monitorować stan swoich prowizji.

Cała ta pomoc i wygoda ma jednak swoją cenę. Sieć afiliacyjna zatrzymuje część Twoich zysków w zamian za udzielanie Ci pomocy. Wielkość udziału w zysku, który zachowuje sieć afiliacyjna, różni się w zależności od sieci. Widzieliśmy, że niektóre sieci afiliacyjne zatrzymują do 25 procent zysków swoich partnerów. Do Ciebie należy decyzja, czy ich pomoc jest warta swojej ceny. Jeśli nie uważasz, że tak jest, poszukaj sieci afiliacyjnych, które zatrzymują mniejszy procent Twoich zysków.

Przystąpienie do sieci afiliacyjnej

Aby dołączyć do sieci afiliacyjnej, należy wziąć udział w procesie weryfikacji i/lub składania wniosków. Wszystkie czynniki, które odnoszą się do przystąpienia do programu afiliacyjnego, odnoszą się również do przystąpienia do sieci afiliacyjnych (szczegóły opisane w paragrafie zatytułowanym „Przystąpienie do programu afiliacyjnego”). Jednak proces aplikowania do sieci jest zazwyczaj dłuższy o kilka kroków. Sieci afiliacyjne dają nowym marketerom afiliacyjnym dostęp do tysięcy programów afiliacyjnych, gdy ich aplikacje zostaną zaakceptowane, więc dodatkowy wysiłek włożony z Twojej strony w procesie aplikacji jest tego wart.

Sieci zazwyczaj pytają o to, jak promowałeś produkty w przeszłości i jak zamierzasz to robić w przyszłości. Chcą wiedzieć o twoim doświadczeniu jako marketera afiliacyjnego. Sieci afiliacyjne mogą również wymagać od Ciebie osiągnięcia minimalnej liczby sprzedanych produktów czy usług w danym okresie, aby utrzymać twoje członkostwo. Jeśli nie utrzymasz tego poziomu sprzedaży, mogą anulować Twoje członkostwo, a wtedy będziesz musiał zacząć cały proces aplikacji od nowa.

Niektóre sieci afiliacyjne wymagają dodatkowego procesu aplikacyjnego. Być może będziesz musiał zwrócić się do poszczególnych sprzedawców na rynku o pozwolenie na sprzedaż ich produktów. Sprzedawcy mogą również mieć swój własny zestaw wymagań, takich jak minimalna sprzedaż oraz ich własny zestaw banerów afiliacyjnych i narzędzi dla marketerów afiliacyjnych do wykorzystania na swojej stronie internetowej.

Niektóre programy afiliacyjne są bardziej rygorystyczne niż inne w sprawdzaniu nowych kandydatów na partnerów, a ich czas sprawdzania jest różny. Niektóre wnioski są ewaluowane przez programy komputerowe, a oceny te są stosunkowo szybkie — zajmują od jednego dnia do tygodnia. Jednakże, jeśli automatyczny ewaluator wyłapie coś, co zostało zasygnalizowane przez algorytm, aplikacja zostaje przekazana dalej, do ewaluacji przeprowadzanej przez człowieka. Wtedy proces oceny może trwać od kilku tygodni do miesiąca lub dłużej.

Zrozumienie niebezpieczeństw związanych z otrzymaniem bana

Możesz zostać zbanowany zarówno przez poszczególne programy partnerskie, jak i przez sieci afiliacyjne, a skutki tego mogą być katastrofalne dla Twoich dochodów⁴. Czasami karą jest to, że po prostu przestają Ci płacić. Czasami zaś jesteś całkowicie zbanowany i Twoje konto zostaje w konsekwencji zamknięte.



OSTRZEŻENIE

Ban może być wynikiem zarówno działania, jak i zaniechania. Albo zrobiłeś coś, na co nie ma pozwolenia, albo nie zrobiłeś czegoś, co jest wymagane. Wymagania są wyszczególnione w warunkach korzystania z usługi. Może nie zawarłeś wymaganych informacji lub zastosowałeś metodę promocji, której firma nie akceptuje. Być może zdarzyło Ci się wysłać wiadomość e-mail, która została uznana za spam. Istnieje wiele możliwych powodów. Dlatego ważne jest, abyś dokładnie przeczytał warunki korzystania z usługi i przestrzegał wszystkich wymogów programu partnerskiego lub sieci.



WSKAZÓWKĄ

Wymagania i warunki korzystania z usługi mogą ulec zmianie (i często tak właśnie jest). Wiem (ja, współautor Ted), że czasami poświęcałem mniejszą niż powinienem uwagę e-mailom wysyłanym przez programy afiliacyjne (o ile te w ogóle wysyłają taką korespondencję) na temat aktualizacji warunków korzystania z usługi. Ważne jest, aby zwrócić uwagę na te zmiany w umowie z programem afiliacyjnym lub siecią i zaktualizować swoją stronę internetową lub promocję, żeby spełnić nowe wymagania.

Zazwyczaj istnieje jakiś proces odwoławczy, ale jeśli myślałeś, że proces aplikowania był pełen potu, krwi i łez, to wiedz, iż jest to pestka w porównaniu z otrzymaniem bana. Program lub sieć jest jednocześnie prokuratorem i sędzią, a Ty zostałeś osądzony i uznany za winnego, więc to do Ciebie należy udowodnienie swojej

⁴ <https://mylead.global/pl/blog/stracilem-dostep-do-kampanii-dlaczego>

niewinności. Proces odwoławczy generalnie oznacza podanie powodu, dla którego decyzja o zbanowaniu była błędna. Trzeba wysłać formularz odwołania (który, jeśli jest dostępny, można znaleźć na stronie internetowej programu lub sieci) albo e-mail (gdy nie ma formularza odwołania), a następnie trzeba czekać na decyzję.

Odkryłem (ja, współautor Ted), że odwoływanie się od decyzji jest zazwyczaj stratą czasu, ponieważ albo nie otrzymasz odpowiedzi, albo nie otrzymasz korzystnej odpowiedzi, która wskazuje, że program lub sieć rozumie i akceptuje Twój punkt widzenia. Po oficjalnym przejściu przez proces odwoławczy, nie masz żadnej możliwości odwołania się, ponieważ Twoje odwołanie się od podjętej decyzji zostało odrzucone. Zazwyczaj bardziej efektywne jest wybranie innego programu partnerskiego, innej sieci partnerskiej lub ponowne przejście przez proces aplikacji z nowym kontem.

ZOSTANIE ZBANOWANYM: PRAWDZIWA OPowieść

Wiele lat temu ja (współautor Ted), jak również tysiące partnerów serwisu eBay, zostałem zbanowany. Ponieważ byłem członkiem społeczności partnerów eBaya i mogłem czytać wszystkie komentarze, wiedziałem, że sprawa dotyczy nie tylko mnie osobiście, ale tysiący innych osób. Napisałem wiele e-maili do działu pomocy technicznej eBaya, informując firmę, że nie zmieniłem niczego na stronie internetowej ani nie zmieniłem niczego w moich metodach promocyjnych. Zwróciłem uwagę, że nie używam automatycznej platformy biznesowej eBaya, co do której mają uwagi, a przez którą to wielu innych użytkowników zostało zbanowanych. Błagałem ich, aby powiedzieli mi, co zrobiłem źle, a ja to poprawię. Odpowiadała mi tylko cisza. Ani ja, ani tysiące innych zbanowanych osób nie doczekaliśmy się jakiegokolwiek odpowiedzi. Wszystkie moje odwołania zostały zignorowane.

W końcu otworzyłem u nich nowe konto, ale cała praca, którą włożyłem w budowanie swojej reputacji przepadła i musiałem zaczynać od początku. Od tego czasu nie zostałem zbanowany, więc albo stałem się mądrzejszy, albo moje metody nie naruszają już warunków korzystania z usługi.

Skorowidz

A

AIDA, Attention, Interest, Desire, Action, 212
aktualizowanie treści, 48
algorytm Trust rank, 85
algorytmy Google'a, 146
 Panda, 148
 Pingwin, 148
Amazon, 120
 Affiliate, 135
 Associates, 203
 Influencer, 135
 SES, 181, 289
analiza słów kluczowych, 84, 117
ankietowanie, 129
Astra Pro Theme, 287
automatyczna księgowość, 39
automatyczne płatności, 26, 39
autorespondery, 167

B

badanie
 konkurencji, 85
 rynków, 92
ban, 77
biznesy internetowe, 27
blogi gościnne, 134
blogowanie, 294
Buffer, 284

C

CAN-SPAM, 173
CJ Affiliate, 202
CleanTalk, 288
ClickBank, 200
Constant Contact, 183
cost per action, 193, 205
cost per click, 194
cost per view, 194

D

dochód pasywny, 192, 233
dostawca usług poczty e-mail, 171, 178, 180
double opt-in, 175
downselling, 227
działalność gospodarcza
 cechy, 265
 jednoosobowa, 264
 księgowość, 39
 nierejestrowana, 263
 rozliczenia ryczałtowe, 262
 rozpoczynanie
 lista pomysłów, 30
 oczekiwania, 29, 41
 wymagania, 34
spółka akcyjna, 266
spółka z ograniczoną
 odpowiedzialnością, 266

E

- e-booki, 297
- Elementor, 280, 287
- e-mail
 - hosting
 - wady, 172
 - zalety, 169
 - marketing, 165, 167, 296
 - narzędzia, 307
 - zalety, 165
- e-maile
 - kampanie, 168
 - kupowanie listy, 177
 - proces kontroli, 176
 - redukcja możliwości wysyłania, 180
 - transakcyjne, 168
- e-ziny, 311

F

- Facebook, 130, 191, 306

G

- Generator Pomysłów na Blog, 282
- Google
 - AdWords, 145
 - algorytmy, 145
 - Keyword Planner, 91, 118
 - Webmasters, 162
- GTmetrix, 283

H

- harmonogramy płatności, 70
- hosting
 - darmowy, 103
 - własny, 101
 - własnych e-maili, 169

I

- informacje o afiliacji, 51
- Instagram, 133

J

- JVZoo, 199

K

- kampanie e-mailowe, 168
- katalogi afiliacyjne, 204
- Keyword Revealer, 90, 118, 286
- Keywords Everywhere, 119, 282
- koncentracja, 44, 56
- konkurencja, 88, 119
- kontrola e-maili, 176
- koszt
 - za akcję, 205
 - za działanie, 193
 - za kliknięcie, 194
 - za obejrzenie, 194
- koszty uruchomienia strony internetowej, 111

L

- lejek sprzedażowy, 223, 227
 - modelowanie, 231
 - partnerski, 232
- Link juice, 162
- LinkedIn, 131, 191, 306
- linki przychodzące, backlinks, 85

M

- Mailchimp, 182
- Mailster, 290
- marketing afiliacyjny, 23
 - blogi, 302, 307
 - dostarczanie treści, 308
 - fora, 303
 - grupy na Facebooku, 306
 - grupy na LinkedIn, 306
 - kanały YouTube, 303
 - katalogi afiliacyjne, 308
 - konferencje, 311
 - książki, 310
 - media społecznościowe, 125
 - narzędzia darmowe, 279
 - narzędzia inne, 312
 - narzędzia płatne, 285

- newslettery, 311
- obsługa partnerów, 254
- plan wynagrodzeń, 253
- produkty, 251
- pułapki, 271
- spółki, 312
- sprzedawca, 250
- strona internetowa, 95, 135
- tutoriale, 301
- wielopoziomowy, 188
- zalety, 36
- zasoby sprzedażowe, 309
- marketingi
 - e-mailowe, 165, 167, 296, 307
 - niszowe, 113, 304
 - słowa kluczowe, 117
 - treści, 297
- media społecznościowe, 126, 295, 305
 - ankietowanie, 129
- Meetup, 192
- minimalna liczba wyszukiwań, 89
- MyLead, 198

N

- narzędzia
 - dla marketerów afiliacyjnych, 312
 - darmowe, 279
 - płatne, 285
 - do analizy słów kluczowych, 89, 117
 - do e-mail marketingu, 307
 - Google Webmasters, 162
 - marketingowe, 70
 - partnerskie, 258
 - SEO, 162
- narzędzie
 - Google Keyword Planner, 91, 118
 - Keyword Revealer, 90, 118
 - Keywords Everywhere, 119
 - RescueTime, 45
 - SimilarWeb, 119
 - SpyFu, 120
 - StayFocusd, 46
- nisze, 113, 304
 - pomoc ekspertów, 122
 - sezonowe, 120
 - wybór, 144
 - znajdowanie, 115

O

- ocena umiejętności, 55
- odliczenia od podatku, 40
- oferta, 224
 - back-end, 227
 - bezpłatna, 224
 - główna, 226
 - niskokosztowa, 225
- oferty
 - ustawianie sekwencji, 230
- opt-in, 175, 208
- optymalizacja dla wyszukiwarek
 - internetowych, SEO, 85, 143, 157, 294

P

- PAS, Pain, Agitate, Solution, 214
- pay per click, 88
- pay per lead, 193
- PayPal, 26
- planowanie
 - koncentracja, 56
 - ocena umiejętności, 55
 - ustalanie priorytetów, 57
 - wyznaczanie celów, 54
 - zarządzanie czasem, 57–61
- platformy afiliacyjne, 197, 231
- płatności, 26, 39
 - harmonogramy, 70
- prawo
 - autorskie, 244, 245
 - do marki własnej, 246
 - do odsprzedaży, 246
 - do treści, 245
- prelanding, 245
- priorytety, 57
- program partnerski
 - oprogramowanie, 254
 - outsourcing, 256
 - rekrutacja, 257
 - zewnętrzna platforma, 255
- programy afiliacyjne, 67
 - przystąpienie, 72
 - zalety, 68
 - znajdowanie i ocena, 68

prowizja
 partnerska, 246
 za leada, 193
przepływ cytatów, citation flow, 85

Q

Quora, 134

R

Reddit, 133
reklama typu cost per action, 193
RescueTime, 45
RODO, 244
rynek
 sezonowy, 93
 stały, 93
 wtórny, 99
ryzyka, 48

S

SEM, 163
SendGrid, 182
Sendinblue, 181, 289
SEO, Search Engine Optimization, 85, 143,
 157, 294
 algorytmy Google'a, 146
 czynniki wewnętrzne, 149
 czynniki zewnętrzne, 156
 konfigurowanie witryny, 157
 Link juice, 162
 narzędzia, 162
 off-page, 148
 on-page, 148
Shopify, 26
sieci
 afiliacyjne, 198
 przystąpienie, 76
 zalety, 74
 znajdowanie i ocena, 75
 CPA, 205
 reklamowe, 206
silos, 161
SimilarWeb, 119, 284

słowa kluczowe
 analiza, 84
 narzędzia do analizy, 89, 117
 w marketingu niszowym, 117
 z długiego ogona, 84
 zakup, 89
 złote, 88
spam, 173
sprzedawca, 250
SpyFu, 120, 282, 286
statystyki grup odbiorców, 119
StayFocusd, 46
strategie marketingowe
 aplikacje na smartfony, 299
 blogowanie gościnne, 294
 e-mail marketing, 296
 marketing treści, 297
 publikacja e-booków, 297
 strategie SEO, 294
 w mediach społecznościowych, 295
 w serwisie YouTube, 296
 wspólne przedsięwzięcia, 298
 wywiady z mediami, 299
strona internetowa, 95
 czynniki sukcesu, 218
 docelowa, 211, 231
 AIDA, 212
 bonusy, 215
 disclaimer, 218
 FAQ, 217
 gwarancje, 216
 informacje prawne, 218
 kolory, 211
 nagłówek, 211
 obrazy, 211
 PAS, 213
 podtytuł, 211
 przyciski płatności, 216
 referencje, 214
 teksty reklamowe, 212
 koszt rejestracji, 98
 koszty, 110
 marketera afiliacyjnego, 96
 monitorowanie, 110

- nazwa domeny, 97
- oprogramowanie WordPress, 104
- opt-in, 208
 - tekst, 209
 - video, 208
- polityka prywatności, 247
- SEO, 157
- warunki korzystania z usługi, 248
- zakup nazwy domeny, 99
- zasady, 248
- subskrypcje, 176
- system zarządzania treścią, CMS, 104
- systemy poczty elektronicznej, 173

U

- Ultimate Addons, 287
- UOKiK, 239
 - wytyczne, 240
- upselling, 227

W

- WooCommerce, 26
- WordPress, 104, 280
 - instalacja, 105
 - motywy, 105
 - wtyczki, 106
 - Akismet, 108
 - e-mailowe, 109
 - UpdraftPlus, 109
 - Wordfence, 108
 - Yoast, 108, 162, 281
- WP Robot, 288

Y

- YouTube, 131, 296

Z

- zarządzanie czasem, 45
- znajdowanie
 - niszy, 115
 - partnerów, 257
- zysk, 193
 - partnera, 234
 - sprzedawcy, 235

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

Zarabiaj, promując produkty, które kochasz!

Wykorzystaj swoje zainteresowania i dołącz do biznesu generującego dochód. Postaw prostą stronę WWW i dzięki marketingowi afiliacyjnemu otrzymuj prowizję za promowanie produktów setek firm w świecie online. SEO, social media, czy e-mail marketing? Wykorzystaj różne drogi dotarcia do klienta, by osiągnąć sukces. Ta książka wszystkiego Cię nauczy — krok po kroku.



W książce:

- Odkrywanie swojej niszy i przeprowadzanie badania słów kluczowych
- Znajdowanie narzędzi pozwalających zaoszczędzić czas i pracę
- Zaawansowane strategie osiągania większych zysków
- Unikanie potencjalnych pułapek

Jeśli zarabianie przez internet,
to zawsze z siecią afiliacyjną MyLead



Wszystko zaczęło się od Patryka Hoffmanna, twórcy MyLead. Jego marzeniem było, by każda osoba na świecie miała możliwość zarabiania przez internet. Na realizację tego celu nie trzeba było czekać długo. W konsekwencji powstał MyLead — sieć afiliacyjna, która rozpoczęła działalność w 2014 roku w Poznaniu. MyLead to kompleksowa platforma umożliwiająca zarabianie online. Jej społeczność liczy kilkaset tysięcy użytkowników z całego świata, którzy mają do dyspozycji ogrom produktów i usług gotowych do promocji.

Ted Sudol

od wielu lat działa jako marketer afiliacyjny, przez ten czas stworzył i sprzedał kilka stron internetowych opartych na marketingu afiliacyjnym.

Paul Mladjenovic

to autor bestsellera *Inwestowanie w akcje dla bystrzaków*. Jest certyfikowanym planistą finansowym, jak również krajowym prelegentem i specjalistą w zakresie biznesów prowadzonych z domu.

Zdjęcie na okładce: ©
Phantip Tritreemak/Shutterstock

dla
bystrzaków

Cena 59,00 zł

ISBN 978-83-283-8627-3



9 788328 386273