



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПО-АМЕРИКАНСКИ

Партнерский маркетинг:
быстрый старт

Партнерский маркетинг: быстрый старт

Из этой инструкции вы узнаете, как настроить мощный поток новых клиентов в бизнес без вложений в отдел маркетинга и закупку трафика. Сотни профессиональных вебмастеров будут привлекать целевых посетителей на ваш сайт за свои деньги.

Это один из самых быстрых и доступных способов сбора базы клиентов даже в том случае, если вы не разбираетесь в интернет-рекламе.

Все что требуется — это «вкусный» продукт с высокой конверсией в продажу и четко определённая целевая аудитория. Всю остальную работу сделает «армия» партнёров — оптимизируют страницы захвата, настроят контекст и таргет, будут следить за аналитикой и эффективностью рекламы. Вам нужно лишь вовремя отгружать заказы и вознаграждать постфактум вебмастеров за реальные результаты в вашем бизнесе.

Это одна из самых справедливых схем работы с интернет-маркетологами, которые применяются в бизнесе.

Изучив процессы изнутри, мы подготовили для вас простую инструкцию для старта в партнерском маркетинге — как раскрутить свой оффер среди партнёров и не наступить на грабли, с которыми сталкиваются 95% новичков, у которых партнерский маркетинг «не пошёл».

Правило первое: Ваш продукт должен хорошо, быстро и много продаваться

Партнёры хотят быстро получать результаты, поэтому чем проще продукт, чем шире целевая аудитория, чем проще её достать и чем выше конверсия вашего сайта — тем больше партнёров примет приглашение для участия в программе.

Примеры популярных партнёрских продуктов — выдача кредитов и займов, онлайн-продажа одежды, импульсные товары: летающие феи и миньоны, тренажёры для похудения, онлайн курсы для обучения и другие востребованные товары.

Многие считают, что на узкие ниши, локальные бизнесы или b2b продукты с долгим циклом сделки, партнёрская программа вряд ли сработает, потому как объем и охват будет уже не тот. Но это большое заблуждение.

Работать с партнёрами можно не только за процент с продаж, но и за базовые целевые действия (клики на ваш сайт, регистрации в рассылке или системе, за новый или подтверждённый лид). Такой подход сильно расширяет сферу бизнесов, которые могут подключать инструменты партнерского маркетинга.

Правило второе: Партнёры должны быстро получать выплаты

Чем быстрее вы рассчитываетесь с партнёрами за полученные заказы, тем больше денег они смогут вложить в ваше дальнейшее продвижение.

Топ-партнёры прокручивают до миллиона рублей в день через рекламные сети, и кассовый разрыв их совсем не вдохновляет.

Запомните: выплаты раз в месяц — это долго. На таких условиях с вами будут работать только небольшие аффилиаты, которые привлекают трафик через условно «бесплатные» каналы: свои группы в социальных сетях, списки E-mail рассылки, рекламные баннеры на тематических порталах, через личные рекомендации своим знакомым, через естественное продвижение тематических видео на YouTube каналах и написание полезных статей в блоге, в расчёте на долгосрочный SEO эффект.

Платите партнёрам минимум раз в неделю, и интерес к вашей программе возрастёт.

Правило третье: Активно продвигайте партнёрскую программу среди «топ» вебмастеров

Первый шаг всегда за вами. Вебмастера сами не найдут вашу партнерскую программу и не начнут в ней участвовать, если вы их в неё не пригласите.

Если первые два пункта соблюдены — у вас отличный «горячий» продукт и быстрые выплаты — расскажите об этом другим вебмастерам. Покажите числа конверсий и примеры работающих рекламных кампаний. Соберите кейсы из числа активных партнёров.

Информацию можно опубликовать на партнёрских интернет-форумах по заработку в сети или показывать на живых мероприятиях «арбитражников», где собираются лучшие из лучших.

Также вы можете добавить свой оффер в партнёрские сети, где лучшие офферы показываются в общем рейтинге, который зависит от успешного соблюдения первых двух правил.

Правило четвертое: Партнерская программа должна быть правильно выстроена

Если вы не выстроите правильную сквозную аналитику, то партнёры могут легко вас обмануть, привлекая нецелевых посетителей или даже «ботов», которые не являются живыми людьми.

Подробнее о том, как бороться с накруткой партнёрской CPA-статистики и о том, какие ещё подводные камни подстерегают новичка в партнёрском маркетинге, мы детально рассмотрим в продвинутой программе курса.

Самая соль:

- Партнерский маркетинг — это отличный катализатор для продажи продукта на массовую аудиторию. Чем больше партнёры зарабатывают, тем больше новых продаж вы получаете.
- Если ваш продукт не продаётся, партнёры не помогут. Стоит партнёру потерять свои деньги на рекламе вашего «слабого» продукта, вряд ли вы заинтересуете его работать с вами снова.
- Десяток успешных партнёров может задействовать сотню новых каналов траффика, о которых ваш отдел маркетинга даже не подозревал.

Партнёрский маркетинг — это сложный высокоэффективный механизм. В нём очень много тонкостей и «подводных камней» о которые спотыкаются новички. Но стоит реализовать программу в жизнь, как поток лидов увеличит вашу прибыль и масштабирует бизнес.

Хочешь настроить бесконечный поток лидов за счёт партнёрского траффика без вложений? Мы подробно рассматриваем каждую механику внедрения и инструменты партнёрского маркетинга в нашем новом курсе «10 years advantages».