

Дмитрий Печёркин



imhopartner.ru

**Как повысить эффективность
продвижения партнерских
продуктов в контекстной
рекламе?**

Создано специально для проекта
«Все виды онлайн-бизнеса»: <http://9kinds.ru>

Содержание

Введение	3
Что есть контекстная реклама?	5
Что есть партнерские программы?	11
Партнерки и контекстная реклама	12
7 советов по «голой рекламе» партнерского продукта	16
7 шагов к построению личного бренда на любом партнерском продукте...	24
Послесловие.....	32
Рекомендую.....	33

Введение

Здравствуйтесь, дорогой друг!

Меня зовут Дмитрий Печёркин. Я являюсь автором специального доклада, который Вы держите в своих руках (или же просто читаете с экрана монитора).

Я написал его по просьбе Алексея Ушаева в качестве приложения к интервью, которое он взял у меня в рамках своего бесплатного обучающего курса «Все виды онлайн-бизнеса»: <http://9kinds.ru>

В рамках этого доклада я изложил свое мнение о популярном ныне способе продвижения обучающих информационных продуктов других людей на основе участия в их партнерских программах.

Способ этот носит название контекстная реклама.

Не скрою, что я сам начинал зарабатывать в партнерских программах, используя именно контекстную рекламу.

Кроме того, я являюсь автором специального отчета, посвященного этой теме, который носит название [«7 секретов составления эффективных объявлений для Яндекс.Директ»](#).

В 2010 году этот отчет прочитали тысячи людей, которых интересует заработок в партнерских программах.

Сейчас, спустя год после написания своего специального отчета, я хочу Вам рассказать о том, как изменилось мое отношение к заработку в партнерских программах с помощью контекстной рекламы, а также поделиться своими новыми наработками и знаниями в этой области.

Рекомендую данный материал к изучению всем, кто имеет практический опыт работы с партнерами в контекстной рекламе, а также тем, кто еще только подумывает о заработке на данном поприще.

Возможно, кто-то проникнется моими идеями, а кто-то будет говорить, что я написал полную чушь, не имеющую ничего общего с действительностью.

Это нормально. У каждого человека есть свое собственное мнение, которое основывается на совокупности его убеждений и практического опыта. На данном этапе жизни у меня сложилось именно то мнение, которое я опишу в дальнейшей части этого доклада.

Что ж, не смею отнимать у Вас времени и приглашаю Вас ознакомиться с правами распространения моего специального доклада прежде, чем мы перейдем к основному повествованию.

=====

Ваши права на распространение этого материала

Вы имеете право:

- Распечатывать специальный доклад на принтере в неограниченных количествах;
- Раздавать бесплатно всем друзьям и знакомым, а также Вашим подписчикам и посетителям Вашего сайта;
- Использовать в качестве обучающего материала для партнеров, зарегистрированных в Вашей партнерской программе;
- Прилагать бонусом к своим платным продуктам;
- Использовать в качестве бонуса за подписку на Вашу рассылку;
- Делать все что угодно, кроме того, о чем написано ниже 😊

Вы не имеете право:

- Продавать специальный доклад;
- Изменять его текстовое содержание;
- Перепечатывать в той или иной степени материалы, которые в нем содержатся.

=====

С уважением, Дмитрий Печёркин

Владелец сайтов:

ImhoPartner.ru

SmartAffiliate.ru

Интервью со мной и не только... <http://9kinds.ru>

Что есть контекстная реклама?

Прежде, чем начать выдавать какие-то свои фишки и наработки, я хочу поговорить с Вами о сущности контекстной рекламы, а также обо всех ее достоинствах и недостатках.

По сути своей, контекстная реклама – это один из многих вариантов привлечения трафика (посетителей) на сайты рекламодателей.

Сущность данного вида рекламы состоит в том, чтобы наиболее точно отвечать на запросы потенциальных клиентов своими рекламными объявлениями, и, таким образом, предлагать им свои (или чужие, в случае с партнерками) товары и услуги.

На сегодняшний день в Рунете наибольшей популярностью пользуются 3 сервиса контекстной рекламы:

- [Яндекс.Директ](#)
- [Google AdWords](#)
- [Begun](#)

Для простоты, в своем дальнейшем повествовании я буду приводить примеры из Яндекс.Директа.

Примерный алгоритм работы с контекстной рекламой выглядит следующим образом:

1. Рекламодатель с помощью сервисов статистики поисковых запросов ищет наиболее популярные запросы, которые вводили его потенциальные клиенты в поисковой строке того или иного поисковика (Яндекс, Google или Rambler). Для Яндекс.Директа используем <http://wordstat.yandex.ru>;
2. После этого он составляет рекламные объявления, максимально соответствующие этим запросам и запускает рекламную кампанию;
3. Теперь, когда его потенциальный клиент введет такой поисковый запрос, ему, наравне с поисковой выдачей, будут показаны все рекламные объявления от различных рекламодателей, которые захотели разместить их по данному запросу;

4. Кроме того, объявления будут показываться на сайтах, посвященных той же тематике.

В тот момент, когда кто-то кликает по объявлению рекламодателя и переходит на его сайт, с рекламодателя списывается определенная сумма денег (ставка), которую он определяет сам.

Таким образом, рекламодатель должен быть заинтересован в том, чтобы по его рекламе кликали только потенциальные клиенты и совершали заказы рекламируемого товара или услуги.

Если же он составит такие объявления и подберет запросы, привлекающие не потенциальных клиентов, а простых зевак, которые не будут ничего покупать, то такая реклама будет неэффективной, и он попросту потеряет свои деньги.

В общем, контекстная реклама – это очень тонкий инструмент, который нужно использовать только после основательного его изучения. Естественно, в рамках моего доклада невозможно дать даже базовые его основы. Да это и не является моей задачей.

Сегодня мы будем говорить лишь о взаимоотношениях контекстной рекламы и партнерских продуктов, не вдаваясь в какие-то технические подробности и основы работы (хотя несколько интересных и полезных фишек я все же, пожалуй, дам).

Итак, давайте теперь поговорим об особенностях контекстной рекламы относительно всех других видов рекламы в Интернете:

1. Контекстная реклама – самый быстрый способ привлечения трафика.

Буквально сразу же после проверки и подтверждения Ваших объявлений и внесения оплаты за рекламную кампанию Ваши объявления начинают показываться на поисковых страницах, а также на тематических сайтах (если Вы, конечно, не ограничили эту возможность).

Такой скорости не дает ни один из способов рекламы в Интернете, поэтому контекстная реклама получила такую популярность и настолько широкое распространение.

2. Контекстная реклама отвечает на существующую потребность.

Поскольку мы составляем объявления под какие-то конкретные запросы, следовательно, мы удовлетворяем некую потребность людей.

Если за месяц 10.000 человек ввели в поисковиках запрос *«как выучить английский язык»*, следовательно, это тема востребована и, если наш продукт может удовлетворить эту потребность, мы смело рекламируем свой проект подобным способом.

Но если никто не запрашивал фразу *«как выучить эскимосский язык»*, следовательно, каким бы классным не был наш продукт по этой теме, вряд ли его можно прорекламировать в контекстной рекламе. Более того, вряд ли вообще людям интересна эта тема.

Для создания спроса маркетологи сначала используют медийную и другие виды рекламы, например, раскручивая слоган *«Страстно желаешь уволить босса? Срочно учи язык эскимосов!»* или *«Хочешь заработать кучу бабосов? Изучай и внедряй язык эскимосов!»* 😊

Затем, когда люди проникнутся мыслью, что эскимосский язык им необходим, они начинают вводить соответствующие запросы в поисковиках и вот тут-то им и можно выдавать контекстные объявления с предложением приобрести свой продукт.

3. Контекстная реклама требует денежных затрат.

Я уже упоминал выше, что за каждый клик по объявлению с рекламодателя списывается определенная сумма денег. Поэтому, если рекламная кампания будет построена неправильно, то значительно повышаются риски потратить на рекламу больше денег, чем будет заработано с продаж продукта.

Поэтому контекстная реклама – достаточно рискованный инструмент, опыт работы с которым приобретается, как правило, за счет потери определенного количества времени и денег.

4. Контекстная реклама – это постоянная конкуренция.

Поскольку контекстная реклама – достаточно популярный инструмент для продвижения своих продуктов и услуг, то по определенным ключевым фразам возникает большая конкуренция.

Например, введите в поисковой строке Яндекса запрос «*как заработать в интернете*». Посмотрите на правую сторону страницы поисковой выдачи.

На момент написания данного доклада я могу наблюдать такую картину:

Нашлось 12 млн ответов

в найденном в Екатеринбурге расширенный поиск

РЕКЛАМА

[Все объявления](#) 468

Зарабатывай в Интернете с Форекс
Форекс для начинающих - откройте учебный демо-счет! Бесплатный семинар!
www.alpari.ru Екатеринбург

Проверенный заработок в Интернете
Хотите заработать на бирже? Начните бизнес сейчас! Обучение, демо-счет.
[Адрес и телефон](#) www.filmam.ru

Рекламная сеть Яндекса: [заработай](#) на своем сайте

Как заработать в интернете? - Все способы заработать в интернете
[Отгадывание](#) [Рекламы](#)
Здесь описаны все виды и способы **заработать денег в интернете** не выходя из дома. Все виды заработка проверены. Все работодатели выплачивают деньги без малейших задержек!
internetrabota.ucoz.net [копия](#) [ещё](#)

Как заработать в Интернете новичку - все способы заработать...
Заработай с Google AdSense! Школа интернет-бизнеса. Как писать и продавать статьи. Раскрутка сайта. Бизнес-практикум. Как стать предпринимателем. Поиск работы в Интернете. Мошенники в сети. Дневник "миллионерши"
www.homebusiness.ru > [Как заработать в Интернете](#) [копия](#) [ещё](#)

РАБОТА В ИНТЕРНЕТ =... РАБОТА НА ДОМУ = ЗАРАБОТОК В ИНТЕРНЕТЕ
Например: начните зарабатывать деньги по технологии: "Как заработать в интернете \$100, имея всего \$1?". Это просто великолепная и очень доступная удаленная работа на дому. Вы можете приступить в любой момент!
goldinter.net [копия](#) [ещё](#)

Как заработать в интернете обычному человеку! Заработок в интернете

Яндекс Директ

Приглашаем в бизнес
Хочешь сделать карьеру в перспективном бизнесе? Как? Не вопрос!
ddrozdov66.in-business.ru

Как заработать деньги Forex Club?
Как заработать на росте или падении валют? Мы научим - бесплатный семинар!
[Адрес и телефон](#)
www.fxclub.org

Идея с гарантией результата!
77 000 руб. в месяц? Реально. Хотите узнать секреты? Видео-курс бесплатно!
www.hmbizsistem.ru

Дополнительный доход.
Вам нужен дополнительный доход? Вам покажут это совершенно бесплатно!
rutmoney.biz

Интернет-бизнес для всех!
Бизнес без пределов! Работаешь сколько хочешь, заработок

Как видите, максимум одновременно показываемых объявлений не превышает 10. Всего же объявлений, которые конкурируют друг с другом (туда указывает стрелка) – 468 (!!!) штук. То есть, все остальные 458 объявлений не показываются на странице поиска. Их можно увидеть либо на тематических сайтах, либо кликнув по ссылке «Все объявления».

Естественно, чем ближе к верхней части страницы будет стоять Ваше объявление, тем больше по нему будет переходов, и тем больше потенциальных клиентов Вы сможете привлечь.

А если оно вообще не будет показываться на странице, то Вы можете рассчитывать только на тех, кто кликнет и посмотрит все объявления. Но подавляющая часть людей кликает только по верхним 2-3 объявлениям и на этом останавливается.

Чтобы оказаться на вершине (среди этих 2-3 объявлений), Вам нужно составить такое объявление и определить для него такую цену (ставку) за каждый клик, чтобы произведение этой ставки на специальный коэффициент CTR было больше, чем у Ваших конкурентов.

Для сведения, CTR – это показатель эффективности Ваших объявлений, равный отношению кликов по объявлению к количеству его показов, выраженному в процентах.

Например, если объявление было показано 1000 раз, и при этом по нему кликнуло 10 человек, то CTR будет равным $10/1000*100\% = 1\%$.

Ну ладно, я увлекся техническими подробностями 😊

В общем, чем больше у Вас CTR и больше цена, которую Вы выставляете за клик, тем выше будет Ваше объявление на странице поисковой выдачи.

Следовательно, чтобы туда пролезть, Вам нужно потратить определенное время на тестирование различных вариантов объявлений и повышение их CTR. Кроме того, Вы должны постоянно следить, какие ставки выставляют Ваши конкуренты и также повышать свои ставки, чтобы держаться на вершине.

А это ведет к увеличению денежных затрат на рекламу. Вот к чему приводит конкуренция.

5. Контекстная реклама требует Вашего времени

Как Вы уже, наверное, поняли, контекстная реклама требует Вашего периодического активного участия. Вы должны тестировать разные варианты объявлений, следить за конкурентами, подбирать различные запросы, по которым Вы могли бы дать объявления и держать руку на пульсе Ваших рекламных кампаний.

А это все – временные затраты.

Если Вы единожды набросаете какие-то объявления, подберете первые попавшиеся запросы, закинете денег и забудете про Вашу рекламную кампанию, то Ваши деньги быстро закончатся или Вас вытеснят конкуренты и рекламная кампания перестанет приносить Вам посетителей и продажи.

Следовательно, занимаясь этим, нужно выделять время на анализ статистики и своевременных внесений изменений в рекламную кампанию.

Что есть партнерские программы?

Данную главу я ввел для людей, плохо представляющих себе сущность партнерских программ. Глава будет маленькая, поскольку эта тема слишком обширна для того, чтобы раскрыть ее в докладе.

Если у Вас есть желание узнать о ней подробнее, приглашаю Вас пройти мои бесплатные обучающие курсы по различным методикам заработка на партнерках:

- [«5 эффективных способов участия в партнерских программах инфопродуктов»](#)
- [«Мини-курс – мотор Вашего партнерского механизма»](#)

Итак, а теперь коротко и по делу.

Суть участия в партнерских программах достаточно проста. Вам предоставляется возможность продавать чьи-то товары и услуги и получать с каждой такой продажи определенный процент.

Если брать пример информационных продуктов, то с каждой продажи какого-нибудь обучающего DVD-диска Вы получаете в среднем 25-30% от его стоимости.

При этом вся Ваша задача сводится к тому, чтобы привлечь потенциальных покупателей продукта по специальной партнерской ссылке, которую Вам выдают после регистрации.

Человек кликает по Вашей партнерской ссылке, переходит на сайт продукта, производит оплату, а Вы получаете свой процент.

При этом Вам теоретически ничего не нужно будет делать, кроме как привлекать потенциальных покупателей. На практике же, используя некоторые продвинутые маркетинговые приемы, Вам нужно будет делать нечто большее...

Но это, опять же, не тема сегодняшней беседы. Изучите рекомендованные выше курсы, и Вы узнаете гораздо больше, чем содержит в себе данная страничка 😊

Партнерки и контекстная реклама

Ну вот, наконец-то мы перешли к тому, чтобы выяснить, как сочетается контекстная реклама и продвижение каких-то продуктов и услуг с помощью партнерских программ.

Для простоты мы остановимся на участии в партнерских программах обучающих информационных продуктов на DVD-дисках, поскольку с каждой продажи одного такого продукта мы можем получить комиссию от 500 рублей и выше.

Но, для начала, вот Вам небольшая история из моей жизни...

Мое первое знакомство с партнерскими программами и контекстной рекламой состоялось в одно и то же время, в связи с покупкой одного популярного обучающего курса по этой теме...

Неудивительно, что в первое время понятия «партнерские программы» и «контекстная реклама» для меня были неразрывно связаны и являлись друг другу чуть ли не синонимами.

Разбуди меня в то время среди ночи и произнеси «контекстная реклама», я бы первым делом подумал о партнерских программах 😊

Я уверен, что такая же связь между двумя этими понятиями сформировалась и у многих других людей, также изучивших тот курс или прочитавших мой специальный отчет [«7 секретов составления эффективных объявлений для Яндекс.Директ»](#), который я писал под влиянием ранее изученного и отпрактикованного материала.

Но сейчас, спустя год, я с усмешкой вспоминаю столь неразрывную связь этих двух понятий в своем сознании, ведь, по сути, у них мало что общего.

Контекстная реклама – это просто ОДИН ИЗ МНОГИХ видов рекламы в Интернете.

Партнерские программы – это просто ОДИН ИЗ МНОГИХ видов возможностей заработать в Интернете, продавая не свои, а чужие продукты.

И на стыке этих двух разных понятий, собственно, и родился подобный способ продвижения партнерских продуктов.

Но это НЕ ПАНАЦЕЯ, с помощью которой Вы по-быстрому сколотите себе капитал, ничего, по сути, не создавая. Более того, я утверждаю, что у этого способа есть масса существенных недостатков, о которых Вам необходимо знать прежде, чем Вы решитесь попробовать заработать таким образом.

Однако у любой медали есть две стороны. Так и у продвижения партнерских продуктов через контекстную рекламу есть определенные преимущества, о которых Вам также необходимо знать.

Давайте разберем их подробно и подведем некий итог.

Преимущества работы с партнерами в контекстной рекламе:

1. Все, что Вам нужно знать и уметь, это работать с контекстной рекламой. Больше от Вас ничего и не требуется.
2. Вы можете взять любой партнерский продукт на любую тему и попробовать заработать на нем в первый же день, когда Вы зарегистрировались в его партнерской программе.
3. Потенциальные клиенты не видят, что переходят по партнерской ссылке (а люди их обычно не особо-то любят).
4. Вы можете рекламировать совершенно некачественные продукты. Покупателям будет некого обвинить, кроме самого автора продукта (а Вы в этом случае остаетесь инкогнито).
5. Отыскав востребованный продукт с малой конкуренцией, как среди партнеров, так и среди других рекламодателей в контекстной рекламе, Вы потенциально можете заработать большие деньги при малых затратах.
6. Вы можете вести одновременно несколько рекламных кампаний, зарабатывая на совершенно различных продуктах.

7. Если Вы хотите зарабатывать в Интернете, но не хотите светиться, создавать свои сайты и т.д. – продвижение партнерских продуктов через контекстную рекламу подходит Вам просто идеально. Про Вас никто никогда не узнает, поскольку Вашего непосредственного участия в продажах продукта нет.

Недостатки работы с партнерками в контекстной рекламе:

1. У Вас есть риск потратить на рекламу больше, чем заработать с продаж продукта. Причем, риск очень существенный.

При этом, чем дальше Вы будете продолжать рекламную кампанию в надежде, что все вот-вот окупится, тем разница между расходами и доходами будет только усугубляться.

2. Оставаясь инкогнито, Вы, по сути, работаете только на бренд автора. И это напоминает мне мою последнюю наемную работу.

На кучку директоров, гребущих основную прибыль, работало целое 7-этажное огромное здание, наполненное маленькими, незаметными и никому не известными инженерами, получающими свою зарплату. Да, незаметным быть легче. Но далеко не всегда прибыльнее и интереснее... 😊

3. Даже если Вы уже зарабатываете таким способом, подумайте, что будет дальше, когда Вас сместят конкуренты, повысятся расходы на рекламу или просто-напросто продукт будет снят с продажи.

Что будет тогда? Вам придется закрыть многократно оттестированную рекламную кампанию, в которую Вы вложили столько времени и сил, при этом потеряв источник дохода.

4. В контекстной рекламе есть одно интересное правило, которое имеет критическое значение для партнеров. Дело в том, что на одной странице поиска показывается только одно объявление, ведущее на какой-то сайт. Самое эффективное объявление.

А теперь представьте, как сотни и тысячи партнеров составляют объявления, ведущие, по сути, на один и тот же сайт с рекламой

продукта. Вы уверены, что именно Ваше объявление будет эффективнее, чем у других?

5. Есть еще одна проблема, о которой многие авторы продуктов почему-то умалчивают. Дело в том, что «с ходу» продукт покупает очень мало людей. Для решения этой проблемы создаются E-mail рассылки, в которых потенциальным клиентам приходят какие-то бесплатные уроки, и раз за разом показывается реклама продукта.

Реклама постепенно проникает в их сознание, и, скажем, после 5-7 письма они делают покупку. Вы же приводите человека на сайт продукта всего один раз. Поэтому шансы сделать продажу у Вас очень малы, особенно учитывая то, что по неопытности Вы можете привлекать совершенно не тех людей, которым данный продукт вообще нужен.

Ну что же, теперь Вы знаете все плюсы и минусы данного способа заработка, а, значит, можете здраво оценить – хотите ли Вы им заниматься?

В следующей главе я дам некоторые советы тем, кто ответил на данный вопрос «ДА!». А в последующей я покажу Вам одну интересную возможность использования контекстной рекламы для взрыва продаж любого партнерского продукта и Вашей работы на долгосрочную перспективу.

Но, для начала, мы поговорим о «голой рекламе».

7 советов по «голой рекламе» партнерского продукта

Данная глава посвящена всем, кто решил попробовать себя в продвижении своих партнерских ссылок с помощью контекстной рекламы. Здесь я дам Вам несколько советов в тех областях, на которые Вам стоит обратить внимание, чтобы дать себе шанс хоть что-то заработать 😊

Совет 1. Не лезьте в дорогие ниши

Выше я приводил пример огромной конкуренции по запросу «как заработать в интернете». Давайте посмотрим, сколько стоит размещение Вашего объявления в колонке справа (или, говоря языком контекстной рекламы, «в гарантированных показах») – среди тех самых 10 объявлений.

Позиция и цена клика, у.е.	Цена клика у.е.		Охват аудитории ²
	максимальная	на поиске	
Для всего объявления: <input type="text"/>			
цена 1-го спецразмещения	10.01	0.12	3%
вход в спецразмещение	3.98		
цена 1-го места	8.00		
вход в гарантированные показы	0.72		

Handwritten annotations: A red '2' with an arrow points to the '0.12' bid for the special placement. A red '1' with an arrow points to the '0.72' bid for guaranteed impressions. A red '3' with an arrow points to the '3%' reach for the special placement.

Цифра «1» говорит нам, что нужно выставить ставку за клик в 0,72 доллара для того, чтобы войти в гарантированные показы. Однако, как Вы, наверное, помните, большая часть людей кликает только по первым 2-3 объявлениям.

Чтобы попасть туда, нам нужно заплатить 8 долларов за клик за размещение на первом месте (вверху правой колонки) или 3,98 доллара – в спецразмещении (перед поисковой выдачей) (цифра «2»).

Допустим, Вы хотите ограничиться хотя бы входом в гарантированные показы и готовы платить за клик 0,72 доллара. Давайте посчитаем, насколько это окупится.

Средняя комиссия с продажи одного партнерского информационного продукта составляет 700 рублей. Или 23 доллара.

Естественно, далеко не все, кто кликнет, что-то купят. Далекое не все! Давайте предположим, что на 200 кликнувших человек – 1 купивший.

Чаще бывает и хуже, но мы возьмем некий идеализированный пример.

Допустим, нагнали Вы 200 человек и совершили продажу, заработав 23 доллара. Посчитаем расходы при условии входа в гарантированные показы:

$0,72 * 200 = 144(!!!)$ доллара

Поздравляю, Вы просадили 121 доллар на рекламе партнерского продукта! ☺

Ладно... А при какой ставке за клик Вы тогда выйдете в ноль?

Считаем: **$23/200 = 0,115$ доллара**

Что ж, можно поставить и такую цену за клик. В таком случае, какой процент аудитории Вы будете охватывать? (цифра «3»)

Правильно, 3%. То есть, практически никто не увидит Вашего объявления и чтобы набрать хотя бы 200 кликов, Вам потребуется очень много времени.

А, учитывая то, что у Вас может быть отношение не 1 продажа/200 кликов, а, скажем, 1 продажа/400 кликов, эту ставку нужно уменьшить еще в 2 раза, поставив **0,06 доллара** и получив еще меньший процент целевой аудитории.

Оно Вам надо!?

Поэтому не лезьте в высококонкурентные и дорогие ниши. Не дело это, так рисковать своими деньгами ради продвижения чужих продуктов.

Ищите такие продукты, по которым цена входа в гарантированные показы минимальна, а интерес целевой аудитории – высокий.

Вот Вам простой пример из сферы моих личных интересов:

Что искали со словами «роллы в домашних условиях» — 19758 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
роллы +в домашних условиях	19733
роллы +в домашних условиях рецепты	6793
приготовить роллы +в домашних условиях	2627
приготовление роллов +в домашних условиях	1897
роллы +в домашних условиях фото	1276
готовим роллы в домашних условиях	737

Позиция и цена клика, у.е.	Цена клика у.е.		Охват аудитории ²
	максимальная	на поиске	
Для всего объявления:			
цена 1-го спецразмещения	1.59	0.34	100%
вход в спецразмещение	0.74		
цена 1-го места	0.25		
вход в гарантированные показы	0.01		

Как видите, за месяц по ключевой фразе «роллы в домашних условиях» было 19733 запроса, а цена входа в гарантированные показы минимальна - 0,01 доллар.

А вот подходящий по теме продукт: <http://imhopartner.ru/jpovar.html>

(если ссылка не работает, значит, либо она, либо сам продукт завершили свое существование)

Конечно, данный продукт может оказаться невостребованным и плохо продаваться. Но, в таком случае, по крайней мере, Вы потеряете не так много денег.

Мелочь, а все равно приятно 😊

Совет 2. Ищите популярные запросы

Как было показано на примере выше, запрос «роллы в домашних условиях» является достаточно популярным. Следовательно, люди интересуются этой темой.

И, если Вы находите партнерский продукт, который эти интересы может удовлетворить, Вы можете попробовать заработать на нем, учитывая «Совет 1» по поводу невысокой стоимости входа в гарантированные показы.

Совет 3. Правило 500 кликов

Чтобы не потратить слишком много денег, продвигая неэффективные продукты, используйте правило 500 кликов.

После запуска рекламной кампании дождитесь, пока по Вашим объявлениям не будет сделано 500 кликов.

Затем посмотрите, сколько было продаж.

Если «0» - останавливайте эту кампанию без сожаления, ибо дальше Вы будете только терять Ваши деньги. Надежда на то, что когда-нибудь Вы окупите потраченные деньги существенным всплеском продаж, обычно умирает в момент еще более значительных трат...

Подобная ситуация обычно происходит по двум причинам: неправильно организованной рекламной кампании или отсутствии спроса на продукт.

Поэтому на данном этапе Вы должны либо полностью перестроить свою рекламную кампанию и снова попробовать продвинуть тот же продукт, либо переключиться на какие-то другие проекты.

Если продажи были – следовательно, продукт продается, а, значит, Вам можно переходить к увеличению эффективности Вашей кампании за счет понижения затрат на рекламу и повышения CTR объявлений, а также привлечения более целевой аудитории.

Совет 4. Одна партнерка до получения стабильного результата

Если Вы взялись за одну партнерку – доведите эту кампанию до каких-то стабильных результатов прежде, чем браться за другую. Ибо, распыляясь, Вы не заработаете больше. Скорее всего, все произойдет с точностью до наоборот.

Совет 5. Привлекайте только целевую аудиторию

Подумайте, что в данном виде заработка самое-самое главное?

Подумали?

А теперь сравните с моим ответом...

На самом деле, таких вещи две:

1. Как можно большее количество продаж для повышения доходов
2. Как можно меньшее количество нецелевых кликов для уменьшения расходов

Следовательно, в идеале Вам нужно показывать объявления только тем людям, которые ЖАЖДУТ получить эту информацию настолько, что готовы за нее заплатить.

Но реальность порой отходит достаточно далеко от идеала...

Поэтому, чтобы максимально приблизиться к этому идеалу, старайтесь придерживаться следующих правил:

- Поставьте себя на место потенциальных клиентов и подумайте, ЧТО КОНКРЕТНО они могли бы вводить в поиске. Например, не просто *«английский язык»*, а *«курсы английского языка»* или *«как выучить английский язык»*. Именно под такие запросы и составляйте объявления;
- Используйте т.н. «минус-слова», чтобы отсеять нецелевую аудиторию. Например *«курсы английского языка –бесплатно – бесплатные –даром»*. Люди, которые запрашивают что-то бесплатно, вряд станут Вашими покупателями;
- Идеальные запросы, по моему мнению, со словами «как». Например, *«как сделать мебель своими руками»*, *«как выучить английский»*, *«как заработать в интернете»* и т.д. Именно на вопрос «Как» и призваны отвечать информационные продукты;
- Составляйте правильные объявления. Если Ваше объявление будет источать халяву, а внутри будет платный продукт – Вы получите много кликов и мало продаж. Составляйте объявления таким образом, чтобы наоборот, отсеять всех халявщиков.

Совет 6. Тестируйте объявления и повышайте их эффективность

Тестирование – один из ключевых моментов повышения эффективности Вашей рекламной кампании. Ведь Вам нужно выяснить, какие объявления дают лучшие результаты. А, не попробовав, Вы никогда этого не поймете.

Самый простой способ тестирования, на мой взгляд, таков:

1. Подберите ключевой запрос

Например, *«как выучить английский»*

2. Составьте под него 2 варианта объявлений с разными заголовками

Например:

Объявление 1

Как выучить английский язык?

Проверенная методика для тех, кто действительно хочет выучить английский...

Объявление 2

Хотите выучить английский?

Проверенная методика для тех, кто действительно хочет выучить английский...

Вроде бы, объявления похожие, однако количество кликов по ним может существенно отличаться.

3. Запустите два варианта в работу и выберите лучший

Для этого задайте простую цель. Скажем, какое объявление первым наберет 100 кликов – такое и станет лучшим.

К примеру, при тестировании мы достигли следующих результатов:

Объявление 1 – 78 кликов

Объявление 2 – 100 кликов

4. Начинайте тестировать подзаголовки

Создайте снова два объявления с лучшим заголовком, но разными подзаголовками:

Объявление 1

*Хотите выучить английский?
Проверенная методика для тех, кто действительно хочет
выучить английский...*

Объявление 2

*Хотите выучить английский?
Узнайте, как выучить английский за 3 месяца с помощью
эффективной методики...*

Далее снова запускайте объявления в работу и дожидайтесь, когда одно из них снова наберет первым 100 кликов.

К примеру, это будет объявление 2.

5. Далее, выделив самый эффективный заголовок и подзаголовок, можете снова переходить к тестированию заголовков

Объявление 1

*Хотите выучить английский?
Узнайте, как выучить английский за 3 месяца с помощью
эффективной методики...*

Объявление 2

Как выучить английский быстро?

Узнайте, как выучить английский за 3 месяца с помощью эффективной методики...

Как видите, процесс тестирования может продолжаться бесконечно. Но это, в конечном итоге, окупается.

Если по Вашим объявлениям кликают достаточно редко, можете снизить планку до 75 или 50 кликов для определения лучшего объявления.

Совет 7. Экспериментируйте и развивайтесь

Если уж Вы решили плотно работать с контекстной рекламой, будьте добры постоянно повышать свои знания и опыт в этой области.

Покупайте книги и обучающие курсы других людей, разрабатывайте свои методики и стратегии и не стойте на месте.

Кроме того, сами сервисы контекстной рекламы также находятся в постоянном развитии. Следите за их новостями, будьте в курсе событий и изменений, чтобы вовремя на них реагировать.

Ну вот, с технической частью мы и закончили. Все, что касается эффективного составления объявлений, смотрите в специальном отчете [«7 секретов составления эффективных объявлений для Яндекс.Директ»](#).

А сейчас мы переходим к следующей главе, где я поделюсь методиками увеличения эффективности работы с партнерами в контекстной рекламе...

Но предупреждаю сразу: методика не для глупых и ленивых (надеюсь, что Вы себя такими не считаете). Но она того стоит 😊

7 шагов к построению личного бренда на любом партнерском продукте

Как я уже говорил, методика не для всех. Но, если Вы человек творческий, креативный и обучаемый, то, вполне возможно, Вы найдете в ней свой луч света в конце туннеля.

Ибо, сколь не продвигай партнерки в контексте, в долгосрочной перспективе это, увы, безрезультатно. Когда-нибудь подходит к концу любой успех, каким бы значительным он сейчас не казался.

А минусы от «голой рекламы», на мой взгляд, перекрывают все ее плюсы.

Сейчас я расскажу Вам о таком способе, используя который, Вы оставите все плюсы и удалите все минусы от «голой рекламы». Более того, с того момента, как Вы примените в жизнь данную систему, Вы начнете работать на личный бренд, продвигая свое имя в сети Интернет.

Заработок на каком-либо партнерском продукте станет для Вас первоначальным источником дохода, но со временем Вы накопите достаточный потенциал для того, чтобы стать автором своих собственных продуктов. Кроме того, у Вас появятся различные интересные возможности для дополнительного заработка...

Давайте перейдем к делу.

Я предлагаю Вам создать свою рассылку под продвижение какого-либо партнерского продукта!

И первых своих подписчиков привлекать как раз через контекстную рекламу...

Поверьте, это очень сильный прием, который используют только самые лучшие (и больше всех зарабатывающие) партнеры!

Это не так сложно, как Вам кажется. Просто следуйте 7 простым шагам, изучайте и практикуйте нужную информацию – и Вы окажетесь впереди всех 95% партнеров, которые эту методику не используют.

Шаг 1. Выберите потенциальные ниши для работы

Выбор ниши для работы необычайно важен. Здесь Вам придется, в отличие от «голой рекламы», переходить из разряда «инкогнито» в разряд «бренд». Следовательно, отныне эта ниша будет ассоциироваться с Вами.

Чтобы определиться с вариантами ниш, ответьте письменно на простые вопросы:

- Чем Вы любите заниматься в свободное время (Ваше хобби);
- Какой темой Вы интересуетесь достаточно долгое время;
- Какой темой Вы бы занимались длительное время, если бы Вам представилась такая возможность;
- В какую тему Вы бы с удовольствием вникли с головой, изучив ее вдоль и поперек;
- О чем Вы готовы говорить бесконечно;
- Какими тематическими знаниями Вы бы охотно делились с другими людьми, также увлеченными этой темой;
- Какие книги, журналы и обучающие курсы Вы покупаете чаще всего (на какую тему);
- Считают ли Вас окружающие «фанатом» какой-то темы;
- И, наконец, если бы у Вас на счету лежали миллионы долларов, и Вы бы знали, что можете заниматься, чем хотите – чем бы Вы занимались «для души»?

Проделайте это прямо сейчас! Не откладывайте, иначе потом Вы об этом забудете, и вновь будет тыкаться во все уголки Интернета в поисках лучшего способа заработка на партнерках 😊

Поэтому, пожалуйста, потратьте на эти ответы столько времени, сколько нужно. Ведь, по сути, это – ключ к любому бизнесу. Даже без привязки к Интернету и, тем более, партнерским программам.

На выходе у Вас должен получиться готовый список того, чем бы Вы могли заниматься.

Шаг 2. Выберите партнерские продукты под каждую нишу

Коли уж мы говорим о партнерских продуктах, придется нам эти ниши сужать до тех предложений, которые сейчас есть на рынке обучающих курсов, Интернет-магазинов и различных сервисов.

Теперь под Ваши потенциальные ниши Вы должны подобрать соответствующие партнерские продукты и услуги.

Вот несколько советов по поиску партнерок:

- Зайдите на мой сайт <http://imhopartner.ru>. На момент написания данного доклада он находится в процессе реконструкции, которая грозит занять длительный период. Но если Вы читаете это, скажем, с зимы 2011 года и далее, то, скорее всего, мой сайт уже реконструирован и на нем находится один из самых больших каталогов партнерских программ;
- Если же этого еще не произошло, что ж, можете использовать другие варианты. Попробуйте ввести в Вашем любимом поисковике запросы «*партнерские программы*», «*партнерки*», «*каталог партнерских программ*», «*каталог партнерок*», «*список партнерских программ*», «*список партнерок*» и т.д. Посмотрите на сайты, которые выдаст Вам поисковик. Возможно, на них Вы найдете что-то полезное для себя;
- Можно подойти с другой стороны и ввести в поисковике «*видеокурсы*», «*электронные книги*», «*инфопродукты*» и т.д. Найдите сайты-каталоги подобных обучающих материалов, а потом выберите нужные Вам продукты;
- Кроме того, можно поискать информацию по запросам «*партнерские программы форум*», «*партнерки форум*», «*электронная коммерция форум*», «*заработок в интернете форум*» и т.д. Очень часто там бывает размещена информация о различных партнерских программах;

- А вот подход еще с одной стороны. Введите какой-нибудь запрос по теме Ваших интересов, например, «*скорочтение*». Посмотрите, какие объявления есть в контекстной рекламе. Зайдите на сайты, которые выдает поисковик, и посмотрите, нет ли там рекламы каких-нибудь партнерских программ, в которых Вы также сможете поучаствовать.

Ваша задача на этом этапе – найти максимальное количество партнерских продуктов и услуг под каждую из Ваших потенциальных ниш.

Шаг 3. Протестируйте партнерские продукты и определитесь с нишей

Сюда входит все то, что я говорил выше по поводу контекстной рекламы.

На этом этапе Вам нужно протестировать спрос на выбранный Вами партнерский продукт, просто-напросто дав его рекламу и применив «Правило 500 кликов».

Выбирайте продукт, продающий сайт которого Вам наиболее симпатизирует, и приступайте к работе. Если потерпели неудачу с одним продуктом, останавливайте кампанию и тестируйте другой.

В итоге Вам нужно остановиться на той нише, которая Вам наиболее симпатизирует и, при этом, имеет хорошо продаваемые партнерские продукты (как минимум один, лучше несколько).

Шаг 4. Убедитесь в качестве продукта (-ов)

Если при «голой рекламе» Вы могли позволить себе рекламировать некачественные продукты, то здесь это недопустимо.

Вы в обязательном порядке должны получить продукт и основательно его изучить.

Для этого Вы можете просто купить данный продукт (учитывая, что тема Вам самому очень интересна, Вы еще и получите безграничное удовольствие при его изучении).

Если покупать Вам лень или не на что, можете каким-то образом выпросить его у автора, давая на то, что Вы его партнер и продукт Вам нужен для более качественной работы.

Даже если автор наотрез отказывается, попробуйте сделать ему такое предложение:

- Вы покупаете его продукт;
- Вы начинаете его продавать;
- Если Вы сделаете определенное количество продаж, автор продукта возвращает Вам деньги, потраченные на его покупку.

Таким образом, автор получает гарантию того, что Вы действительно будете продавать его продукт, а не просто выпросите бесплатно и на этом все.

У Вас же появится дополнительный стимул к успешной работе 😊

Шаг 5. Купите хостинг и домен

Каких-то конкретных рекомендаций по выбору хостинга и домена я Вам давать не хочу, в Интернете и так хватает информации по этой теме. К примеру, почитайте отзывы о различных хостинговых компаниях на сайте <http://hostobzor.ru>

Обратите внимание лишь на то, чтобы Ваш будущий хостинг не имел скрытых платежей за превышение трафика, имел реальный юридический адрес и адекватную техподдержку, а также несколько тарифных планов, на которые можно переходить с повышением мощности сайтов и количества используемых доменов.

Я рекомендую Вам приобрести хостинг с возможностью размещения на нем нескольких доменов (сайтов) и баз данных. Например, на моем тарифном плане есть возможность размещения 10 сайтов и 10 баз данных.

Кроме того, у многих хостинговых компаний есть своеобразный бонус – при покупке хостинга от 3-х месяцев домен Вам предоставляется в подарок.

Свободный домен Вы можете подобрать на сайте <http://webnames.ru>. Старайтесь использовать какое-то ключевое слово по тематике Вашей ниши в названии домена, чтобы сделать его легко запоминающимся.

Кроме того, рекомендуется избегать в названии домена сложных русских букв с двухсмысленным написанием на латинице - "ё", "ж", "й", "ц", "ч", "ш", "щ", "э", "ю", "я". Даже буква "с" и то может писаться по-разному, как "c", и как "s".

В общем, в обязательном порядке купите хостинг и домен! И даже не думайте использовать бесплатный хостинг типа Narod.ru, Ucoz.net и т.д. Это – не наша стратегия!

Шаг 6. Зарегистрируйте бесплатный аккаунт на Смартреспондере

[Смартреспондер](#) – самый лучший в Рунете на сегодняшний день сервис для ведения собственной рассылки, позволяющий всем новичкам вести рассылку на бесплатной основе.

В рамках бесплатного аккаунта Вы можете отправлять до 50.000 писем в месяц и создавать автоматическую серию максимум из 5-ти писем.

Это Вам вполне хватит для начала!

Именно автоматическую серию писем Вы и должны использовать в дальнейшем для того, чтобы продвигать партнерский продукт в автоматическом режиме.

Прямо сейчас, чтобы в дальнейшем не забыть сделать это, [кликните сюда и зарегистрируйте бесплатный аккаунт](#) Smartresponder.Free. Это займет у Вас всего пару минут.

Шаг 7. Планирование и создание своего E-mail мини-курса

После того, как Вы зарегистрируете бесплатный аккаунт и посмотрите обучающие уроки, которые научат Вас пользоваться данным сервисом, Вам следует приступить к планированию и созданию

собственного E-mail мини-курса, страница подписки на который будет находиться на главной странице Вашего сайта.

Ваш мини-курс должен давать людям какую-то бесплатную информацию по тематике продвигаемого Вами партнерского продукта, которой Вы сами увлечены с головой.

После того, как посетитель Вашей подписной страницы оставит Вам свои контактные данные, ему в автоматическом режиме начнут приходить качественные БЕСПЛАТНЫЕ обучающие материалы по этой теме, созданные лично Вами.

К этим материалам будет прилагаться ненавязчивая рекомендация партнерского продукта, где он будет позиционироваться в качестве источника максимально полной и подробной информации по этой теме.

Получится интересная ситуация:

- Люди, получая Ваши уроки, будут проникаться к Вам большим доверием и видеть, что Вы живой человек (особенно, если уроки будут сделаны не только в текстовом, но и аудио- и видео-форматах);
- Возникнет т.н. «эффект доверительного маркетинга», когда они начнут прислушиваться к Вашим словам, считая Вас за некоего «гуру» в этой нише;
- Если Вы все сделаете правильно – то, получив рекомендацию партнерского продукта ЛИЧНО ОТ ВАС, человек с большей охотой и уверенностью сделает покупку, чем, если бы он просто случайно зашел по партнерской ссылке с контекстной рекламы;
- Даже если он не сделает это с первого раза, Ваши регулярно доставляемые ему письма с бесплатными уроками + рекомендацией партнерского продукта, в конечном итоге, способны сделать свое дело.

После того, как E-mail мини-курс будет спланирован и создан, а страничка подписки на него будет размещена на Вашем сайте – смело

используйте контекстную рекламу, чтобы привлекать на нее новых подписчиков!

Теперь Вы будете более эффективно продвигать партнерский продукт, параллельно развивая свой собственный бренд. И, даже если продажи партнерского продукта по какой-то причине прекратятся, у Вас останется собственная подписная база, которую Вы можете использовать в своих интересах... Но об этом мы поговорим как-нибудь в другой раз.

Наверное, сейчас у Вас возник резонный вопрос:

«Как же планировать и создавать эффективный E-mail мини-курс под продвижение какого-то партнерского продукта?»



Ответ на данный вопрос Вы узнаете, посмотрев мой 55-минутный **бесплатный** обучающий видеокурс под названием «Мини-курс – мотор Вашего партнерского механизма».

[Кликните здесь и получите 7 бесплатных видеоуроков в свое распоряжение](#)

Послесловие

Что ж, а напоследок я подведу итоги всего того, что сказал Вам в предыдущих главах.

Методика создания собственной рассылки под продвижение какого-то партнерского продукта, безусловно, более эффективна в долгосрочной перспективе, чем «голая реклама».

Однако эту методику я рекомендую применять только к тем продуктам, тема которых Вам понятна и интересна. Ибо по мере роста подписной базы Вам нужно будет отвечать на вопросы подписчиков, и поддерживать с ними постоянную связь.

Более того, большая часть Ваших продаж будет происходить просто потому, что подписчики будут доверять Вашим словам. А их доверие нужно еще заслужить...

Итак, если у Вас есть личный интерес к каким-то темам, в которых уже есть хорошие партнерские продукты – делайте свою рассылку, пока этого не сделали другие! Не давайте конкурентам опередить Вас!

Будьте личностью, развивайте свой бренд и станьте другом для своих подписчиков – тогда Ваши партнерские комиссионные, я уверен, будут приносить Вам только радость 😊

P.S. Единственное, о чем бы я хотел попросить Вас перед тем, как попрощаться – если кому-то из Ваших друзей, знакомых, подписчиков и партнеров данная информация может оказаться полезное, не сочтите за труд – перешлите им копию данного доклада.

Я уверен, они будут Вам очень благодарны!

Заранее Вам спасибо 😊 Удачи!

С уважением, Дмитрий Печёркин

Владелец сайтов:

ImhoPartner.ru

SmartAffiliate.ru

Интервью со мной и не только... <http://9kinds.ru>

Рекомендую

Если Вы желаете получить больше информации по темам, рассмотренным в этом специальном докладе, я рекомендую Вам следующие обучающие материалы:

Контекстная реклама

- [Видеокурс «Контекстная реклама от А до Я»](#)
- [Электронная книга «7 секретов составления эффективных объявлений для Яндекс.Директ»](#)
- [Книга «Контекстная реклама. Основы, секреты, трюки»](#)
- [Книга «Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста»](#)
- [Книга «Google AdWords и контекстная реклама для чайников»](#)

Партнерские программы

- [Бесплатный курс «5 эффективных способов участия в партнерских программах инфопродуктов»](#)
- [Бесплатный курс «Мини-курс – мотор Вашего партнерского механизма»](#)
- [Бесплатный видеокурс от Тима Ворона «Успешный партнер»](#)
- [Бесплатный курс «Секретная дорога к деньгам в сети Интернет»](#)
- [Мультимедийный курс «Базовый комплект успешного партнера»](#)
- [Мультимедийный курс «Закулисные тайны успешного участия в партнерских программах»](#)
- [Видеокурс «Киберсант-Партнер»](#)
- [Видеокурс «Мега Партнер»](#)

Создание рассылки и работа с подписной базой

- [Электронная книга «Как быстро и эффективно создать и раскрутить свою собственную рассылку в Интернет»](#)
- [Видеокурс «Золотой Актив»](#)