



Część II

„Programy partnerskie – jak zarabiać więcej?”

O merytoryczną poprawność poradników zadbali eksperci z sieci afiliacyjnej



1. Cechy dobrego serwisu wydawcy
2. Wybierz właściwy program
3. Kontroluj swoje zarobki – codzienne zajęcia wydawcy
4. Optymalizacja programów – zadania sieci



1. Cechy dobrego serwisu wydawcy

Aby odnieść sukces jako wydawca, czyli dobrze zarabiać na programach partnerskich, trzeba wykazać się zaangażowaniem. Serwisy nie zarabiają na sobie tylko dlatego, że są... Kluczem do sukcesu są zadowoleni i aktywni użytkownicy. Oto kilka podstawowych zasad, które pomogą każdemu wydawcy:

- treści i jeszcze raz treści. Dbaj o swój serwis i codziennie aktualizuj w nim treści. Użytkownicy właśnie po to tu zagląдают, jeśli przez tydzień „wabić” będziesz ich tą samą zawartością – opuszczą go,
- bądź wyjątkowy – warto włożyć trochę wysiłku i stworzyć własne, autorskie teksty. Serwisy powtarzające treści z innych portali przestają przyciągać tym „czymś”,
- bądź widoczny – o pozycję w wyszukiwarkach trzeba dbać i tyle,
- coś więcej dla użytkowników... - w cenie są ciekawe pomysły, które skłonią użytkowników do działania – może konkurs, może zachęta do przesyłania relacji np. z ciekawych wypraw itd.,
- trochę umiaru - nie traktuj swojego serwisu jak choinki, na której chcesz „powiesić” tyle kreacji, ile tylko się da. Ilość bannerów nie świadczy o popularności serwisu, a ich nadmiar po prostu denerwuje użytkowników.



2. Wybierz właściwy program

Programy partnerskie muszą być dobierane przede wszystkim w sposób przemyślany. Owszem – wydawca może zdecydować się na udział w dwóch, trzech programach na raz, wspierając serwis również reklamą pochodzącą z sieci reklamowej. Jeśli pamięta o umiarze w umieszczaniu ich w swoim serwisie (szczególnie na stronie głównej) i właściwym doborze – strategia ta ma szansę na powodzenie. A jakie programy partnerskie wybierać?

W przypadku serwisów poświęconych danej tematyce – np. serwis poświęcony pasji fotografowania – dobrze jest kierować się **tematyką programów zbliżoną do problematyki poruszanej w serwisie**. Bardzo prawdopodobne, że użytkownicy zainteresowani tematem fotografii, poszukują sprzętu, akcesoriów czy kursów fotografii. Mamy więc bardzo dobrze określoną grupę użytkowników, którzy z dużym prawdopodobieństwem mogą zainteresować się treścią dobranych tematycznie reklam i po prostu prawidłowo wykonać sporo - wymaganych przez reklamodawcę - akcji (patrz również cz. 1 podręcznika). Co jeszcze się sprawdza?

Warto zwracać także uwagę na „**produkty sezonowe**”, takie jak np. kredyt gotówkowy na święta czy oferty wakacyjnych wyjazdów.

Dobłą strategią jest również spojrzenie na **szerszy kontekst i prawdopodobne potrzeby swoich użytkowników**. Ogólnie pojęta rozrywka (m.in. książki, filmy) czy produkty spożywcze również mogą się sprawdzić.

Warto także zainteresować się jakąś nowością – **ciekawym produktem**, który niekoniecznie pokazywany jest we wszystkich serwisach. Coś nieznanego może przynieść zadziwiające efekty w programie afiliacyjnym.

Bardzo ważny jest także **sposób przygotowania programu** przez sieć afiliacyjną we współpracy z reklamodawcą. Wydawca powinien zdecydować się na udział w programie po uprzedniej ocenie kreacji reklamowych (także możliwości ich wymiany w trakcie trwania programu) oraz stron docelowych (tzw. landing page).



3. Kontroluj swoje zarobki – codzienne zajęcia wydawcy

Udostępniane przez sieci afiliacyjne oprogramowanie trackingowe umożliwia stałą kontrolę efektywności prowadzonych działań. Wszystkie strony mogą każdego dnia sprawdzić najważniejsze dla siebie wskaźniki. Wydawca na bieżąco kontrolować może swoje zarobki i ilość prawidłowo wykonanych w serwisie akcji. Dzięki temu ma szansę optymalizować działania w trakcie trwania programu. Czego warto spróbować?

- **zmień miejsce wyświetlania kreacji.** Czasem przeniesienie na inną podstronę lub zmiana miejsca na stronie głównej potrafi przynieść dobre efekty,
- jeśli to możliwe, **wymień kreację.** Jeśli reklamodawca lub sieć przygotowuje kilka kreacji, spróbuj podmienić dotychczasową na inną,
- **spróbuj rotowania** różnych kreacji – w niektórych programach afiliacyjnych istnieje możliwość pokazania np. kilku produktów z oferty danego sklepu – spróbuj ustawić kilka produktów, które będą się rotować,
- jeśli to możliwe – dopasuj reklamę tematycznie i graficznie do swojego serwisu. Jeśli Twoja sieć afiliacyjna udostępnia **reklamy ofertowe** – skorzystaj z tego narzędzia. Dzięki niemu masz szansę stworzyć własną reklamę – graficznie oraz tematycznie korespondującą z Twoim serwisem. Reklamy takie umożliwiają również linkowanie w wybrane miejsce do serwisu reklamodawcy.



4. Optymalizacja programów – zadania sieci

Codzienna praca nad programami to również zadanie sieci afiliacyjnej. Przy każdym programie specjaliści kontrolują wyniki poszczególnych działań i w razie potrzeby kontaktują się z wydawcami. Codzienna optymalizacja programu to:

- sprawdzanie skuteczności kreacji, tworzenie nowych i zachęcanie wydawców do ich podmiiany.
- kontrola i optymalizacja landing page - tak, aby użytkownik w możliwie najprostszy sposób mógł prawidłowo wykonać akcję.
- kontakt z wydawcami – doradzanie i motywowanie
- dbanie o uczciwe zachowanie się wydawców. Wykrywanie ewentualnych nadużyć – np. działań sztucznie generujących ruch na stronie