



AKADEMIA  
AFILIACJI

## Część I

### „Zarabianie na witrynie internetowej. Jak zacząć?”

*O merytoryczną poprawność poradników zadbał eksperci z sieci afiliacyjnej*

**novem**

- 1. Wydawca, reklamodawca i sieć – jak to działa?**
- 2. Rola i zadania sieci afiliacyjnej**
- 3. Jak zacząć i jakie programy wybierać?**
- 4. Za co dostaję pieniądze i kiedy mogę liczyć na pierwszy zarobek?**

**AKADEMIA AFILIACJI**

<http://www.facebook.com/akademia.afiliacji>



Jeśli jesteś właścicielem witryny internetowej (strony tematycznej, bloga, a nawet forum) na pewno zastanawiasz się nad możliwościami zarabiania na tej formie aktywności. Praca włożona w tworzenie treści i dbanie o rozwój serwisu, powinny przecież w jakiś sposób się zwrócić. Reklama? Tak... ale jak się do tego zabrać? Jednym z najprostszych sposobów zamienienia generowanego przez użytkowników ruchu w korzyści finansowe jest przystąpienie do programu partnerskiego i wykorzystanie możliwości reklamy rozliczanej w modelu „płać za efekt”.

## 1. Wydawca, reklamodawca i sieć – jak to działa?

Marketing afiliacyjny – bo o nim tu mowa – to wynik relacji zachodzących pomiędzy reklamodawcą a właścicielami stron internetowych. W uporządkowaniu tych relacji najczęściej uczestniczy koordynująca wszelkie działania promocyjne **sieć afiliacyjna**.

Główną korzyścią **dla reklamodawcy** jest płatność wyłącznie za określony wcześniej efekt. Nie interesuje go zakup konkretnej powierzchni reklamowej i czas emisji – ważne, aby określił jaki chce osiągnąć efekt – czyli jaką akcją mają wykonać użytkownicy serwisów internetowych. Akcją taką może być przejście na wskazaną stronę internetową, zamówienie katalogu, zakup produktu, a nawet wypełnienie wniosku o otwarcie rachunku bankowego.

**Wydawca**, czyli właściciel serwisów internetowych, przystępując do konkretnego programu partnerskiego (lub kilku jednocześnie) decyduje się udostępnić swoją powierzchnię reklamową, jednak cały czas może nią swobodnie dysponować. To wydawca decyduje, w jakim programie chce wziąć udział (jakie produkty lub usługi będzie promował) oraz w jakim miejscu swojego serwisu umieści kreacje. W trakcie trwania programu może zmieniać miejsce ich wyświetlania i sprawdzać, w którym z nich dana kreacja najlepiej się sprawdza. Wydawca nagradzany jest za każdą prawidłowo wykonaną akcją.



## 2. Rola i zadania sieci afiliacyjnej

**Sieć afiliacyjna** to łącznik i koordynator działań rozliczanych w modelu „płać za efekt”.

Główne zadania sieci **względem reklamodawcy**:

- pomoc w dotarciu do wydawców (sieć skupia wiele tysięcy wydawców, samodzielne dotarcie do nich byłoby bardzo trudne)
- pomoc w budowaniu programu (tworzenie programu od podstaw lub dostosowanie kampanii prowadzonej w innych mediach), m.in. ustalenie akcji, jaką mają wykonać użytkownicy serwisów i zapewnienie narzędzi, które umożliwią jej prawidłowe wykonywanie (np. landing page – strony docelowe)
- tworzenie kreacji (jeśli reklamodawca nie dostarcza własnych)
- bieżący monitoring efektów
- codzienna optymalizacja programu (np. wymiana kreacji, zapraszanie nowych wydawców)
- prowadzenie rozliczeń z wydawcami

Główne zadania sieci **względem wydawcy**:

- pomoc w dotarciu do atrakcyjnych produktów i marek (wydawca sam wybiera najatrakcyjniejsze dla siebie programy)
- dostarczenie wszystkich kreacji (w różnych rozmiarach) i kodów niezbędnych do zliczania prawidłowo wykonanych akcji
- zapewnienie dostępu do oprogramowania pozwalającego na bieżąco śledzić rezultaty działań (zarobki)
- pomoc techniczna
- dostarczanie narzędzi ułatwiających udział w programach (np. reklamy ofertowe, rozliczenia drogą elektroniczną)
- wypłacanie należności



### 3. Jak zacząć i jakie programy wybierać?

W stawianiu pierwszych kroków w marketingu afiliacyjnym pomagają sieci afiliacyjne. Warto przyjrzeć się ofercie programów (reklamodawcom) poszczególnych sieci oraz dostępnym narzędziom dodatkowym, które ułatwią i uatrakcyjnią udział w działaniach promocyjnych. Po rejestracji w wybranej sieci wydawca przeprowadzony zostaje przez proces wyboru i uruchomienia programu (sieć musi najpierw zaakceptować nowego wydawcę). Warto zwrócić uwagę na to, czy wybrana sieć dysponuje wygodnymi narzędziami do codziennego śledzenia rezultatów działań, wygodnym sposobem rozliczeń z wydawcą i odpowiednim zapleczem z dostępem do konsultantów, którzy wyjaśnią ewentualne wątpliwości i doradzą w kwestiach technicznych.

#### **Jaki wybrać program?**

Wydawca musi pamiętać o tym, że o jego przyszłych zarobkach decyduje jakość oraz aktualność prezentowanych treści. Tylko zadbany serwis ma szansę na zwiększanie ruchu na stronie i tym samym na ilość prawidłowo wykonanych przez użytkowników akcji.

A na jaki program się zdecydować? Niekoniecznie ten, w którym reklamodawcy płacą najlepiej za pojedynczą akcję. Ważniejszym czynnikiem może okazać się tematyka programu. Jeśli koresponduje ona z tematyką serwisu – np. reklamy sprzętu narciarskiego w serwisie o tej tematyce – ma szansę dotrzeć do bardzo nieprzypadkowej grupy odbiorców, w której na pewno znajdą się użytkownicy poszukujący sprzętu. Również tematyka powiązana niebezpośrednio (np. pożyczka na wyjazd w czasie ferii) czy tematyka ogólna (turystyka, czas wolny) mogą okazać się strzałem w dziesiątkę.



#### 4. Za co dostaję pieniądze i kiedy mogę liczyć na pierwszy zarobek?

Programy afiliacyjne rozliczane są zawsze za konkretny, z góry określony efekt. W zależności od ustalonego celu, występuje kilka modeli rozliczeń. Najczęściej spotykane to:

- **CPA** (Cost Per Action) - stawka za wykonanie ustalonej akcji
- **CPL** (Cost Per Lead) - stawka za pozostawienie przez użytkownika swoich danych osobowych (np. w wypełnionym formularzu)
- **CPC** (Cost Per Click) - stawka za uzyskanie unikalnego kliknięcia

Za każdą poprawnie wykonaną przez użytkownika serwisu akcję wydawca dostaje wynagrodzenie (ustalona stawka lub prowizja od transakcji). Nad poprawnością zliczania kwot należnych wydawcy czuwa oprogramowanie trackingowe. Dzięki niemu wydawca może na bieżąco śledzić wyniki swojego serwisu oraz kontrolować swoje zarobki. Zgromadzone środki wypłacane są przeważnie raz w miesiącu – jednak dla ułatwienia procesu rozliczeń, sieci dokonują wypłat przeważnie po przekroczeniu ustalonego progu. Przykładowo: jeśli w danym miesiącu wydawca nie zgromadzi kwoty minimalnej, w kolejnym otrzyma środki za dwa miesiące.