



Благополучие с Партнерскими программами

Важное о Партнерских программах

Оглавление

Глава 1. Что такое партнерская программа и как на ней заработать	3
Глава 2 - Виды партнерских программ — 4 основные категории	9
Глава 3 - Работа с партнерскими программами – 8 важных правил работы с партнерками в Интернете	12
Глава 4 - Как выбрать партнерские программы для заработка – 9 базовых критериев выбора	16
Глава 5 - Заработок на партнерках с нуля — пошаговое руководство для начинающих	20
Глава 6 - Как заработать на партнерках без сайта — ТОП-5 источников привлечения клиентов для заработка на партнерских программах	26
Глава 7 - Преимущества и недостатки заработка на партнерских программах	31



Глава 8 - Какие ошибки возникают при участии в партнерских программах - 6 самых частых среди новичков	33
Глава 9 - Часто задаваемые вопросы про участие в партнерских программах и заработок в Интернете на партнерках	37
Глава 10 - С чего начать и где брать трафик для партнёрских программ.....	41
Глава 11 - Заключение	51

H96




Глава - 1. Что такое партнерская программа и как на ней заработать?

Существует несколько определений данного понятия, однако остановимся на наиболее используемом. Благодаря нему становится понятно, что такое партнерская программа (или партнёрка).

Партнерская программа (англ. Affiliate program) — это своеобразный вид кооперации или коммерческого взаимоотношения между владельцем товара (или услуги) и человеком, который становится его партнером, а значит в какой-то степени его можно назвать продавцом.

Если отбросить сухие определения, то все сводится к одному: человек получает определенные комиссионные отчисления от организации за сделку, которая была проведена по его рекомендации.



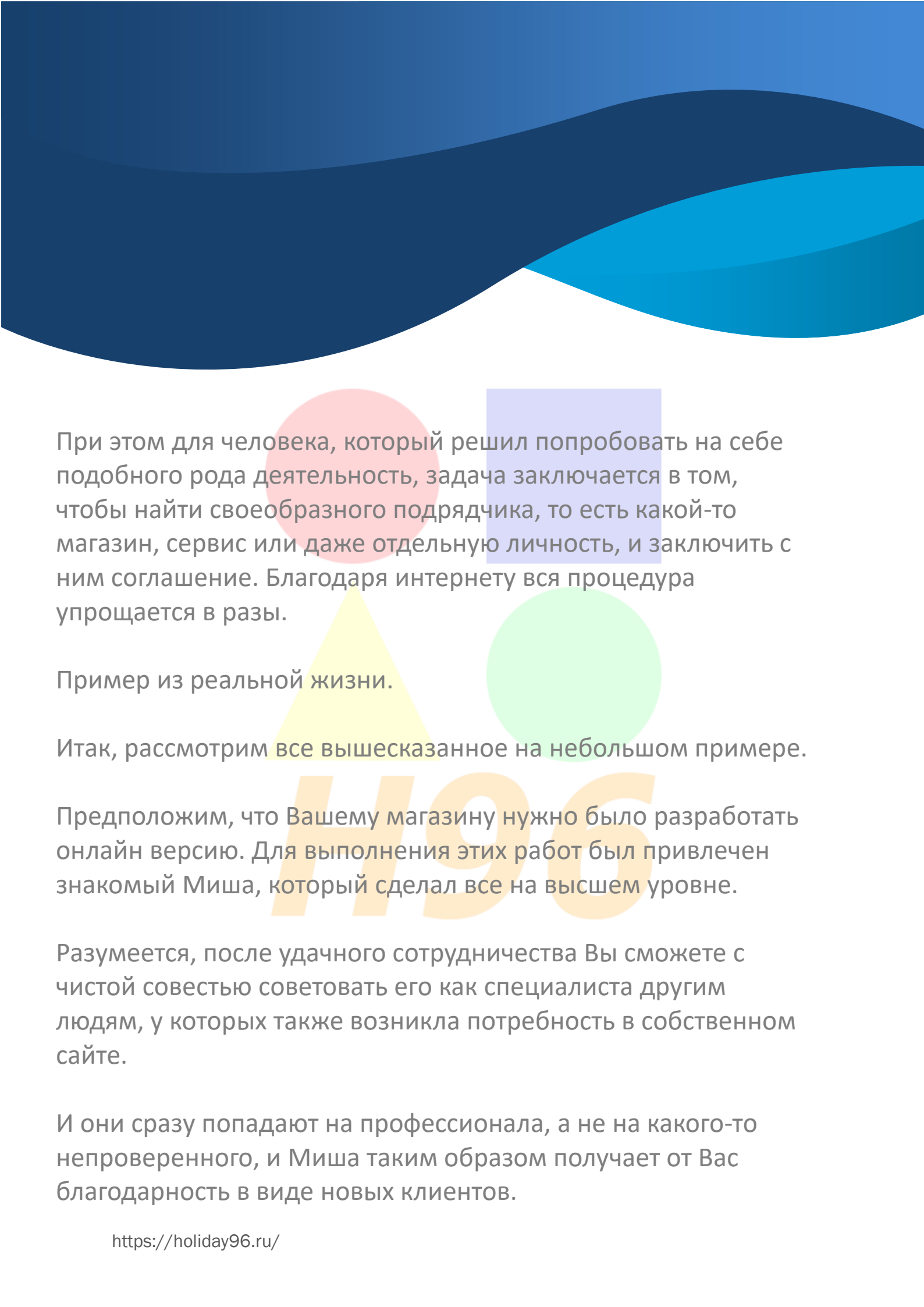
Фактически у партнера имеется специальная ссылка, по которой должен перейти пользователь и совершить определенные действия, заранее оговорённые правилами.

Ресурс, который получил нового посетителя (покупателя) делится с человеком, который его привел, частью своей прибыли.

1.1. Суть заработка на партнерских программах — общий смысл + пример.

Рассмотрим весь процесс немного подробнее. Разумеется, истоки такой кооперации «производитель-партнер» находятся в реальной жизни.

Достаточно давно умным компаниям пришло в голову заключать специальные договора с людьми, которые обещали приводить новых клиентов. За это они могли рассчитывать на определенный процент от прибыли.



При этом для человека, который решил попробовать на себе подобного рода деятельность, задача заключается в том, чтобы найти своеобразного подрядчика, то есть какой-то магазин, сервис или даже отдельную личность, и заключить с ним соглашение. Благодаря интернету вся процедура упрощается в разы.

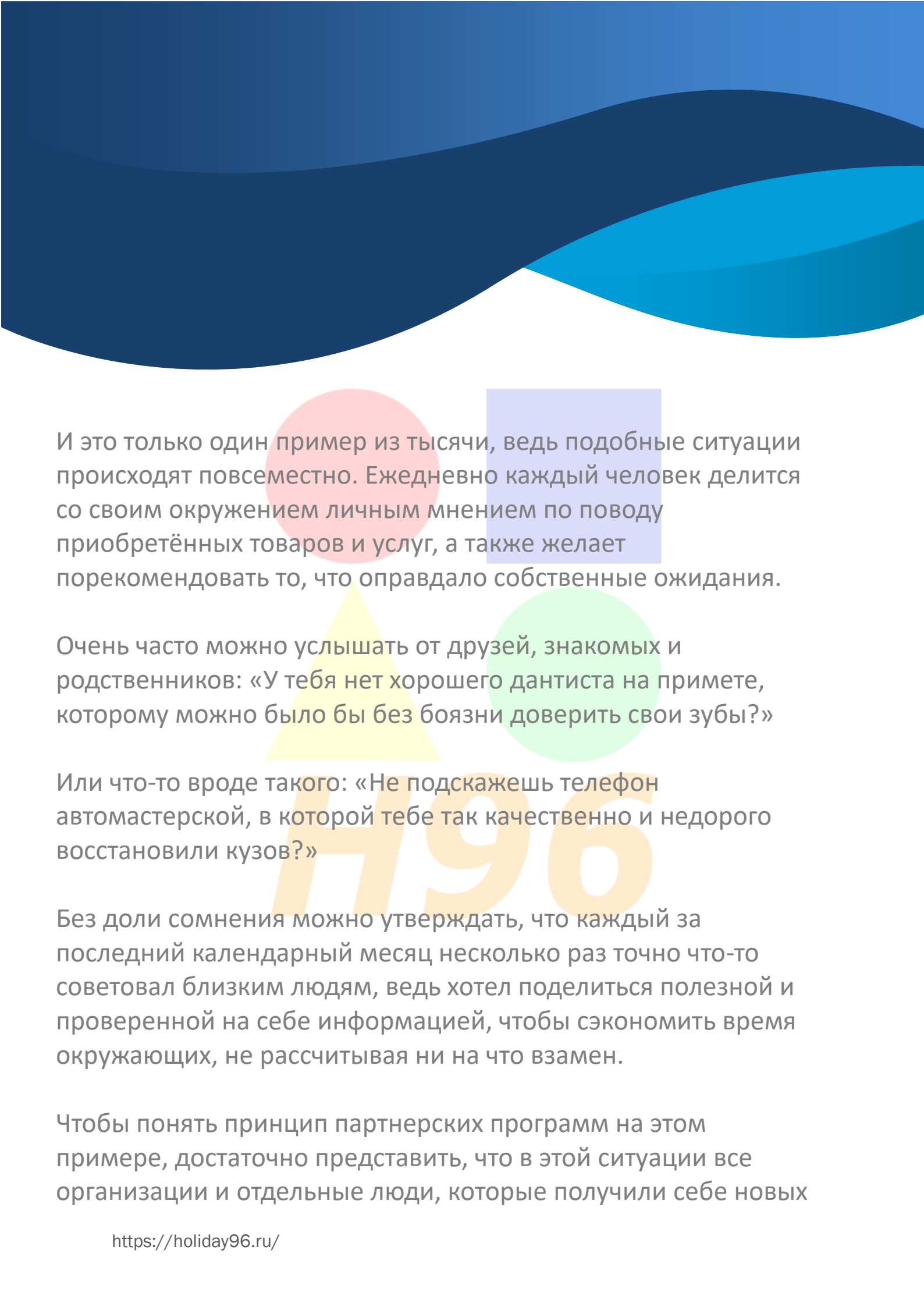
Пример из реальной жизни.

Итак, рассмотрим все вышесказанное на небольшом примере.

Предположим, что Вашему магазину нужно было разработать онлайн версию. Для выполнения этих работ был привлечен знакомый Миша, который сделал все на высшем уровне.

Разумеется, после удачного сотрудничества Вы сможете с чистой совестью советовать его как специалиста другим людям, у которых также возникла потребность в собственном сайте.

И они сразу попадают на профессионала, а не на какого-то непроверенного, и Миша таким образом получает от Вас благодарность в виде новых клиентов.




И это только один пример из тысячи, ведь подобные ситуации происходят повсеместно. Ежедневно каждый человек делится со своим окружением личным мнением по поводу приобретённых товаров и услуг, а также желает порекомендовать то, что оправдало собственные ожидания.

Очень часто можно услышать от друзей, знакомых и родственников: «У тебя нет хорошего дантиста на примете, которому можно было бы без боязни доверить свои зубы?»

Или что-то вроде такого: «Не подскажешь телефон автомастерской, в которой тебе так качественно и недорого восстановили кузов?»

Без доли сомнения можно утверждать, что каждый за последний календарный месяц несколько раз точно что-то советовал близким людям, ведь хотел поделиться полезной и проверенной на себе информацией, чтобы сэкономить время окружающих, не рассчитывая ни на что взамен.

Чтобы понять принцип партнерских программ на этом примере, достаточно представить, что в этой ситуации все организации и отдельные люди, которые получили себе новых



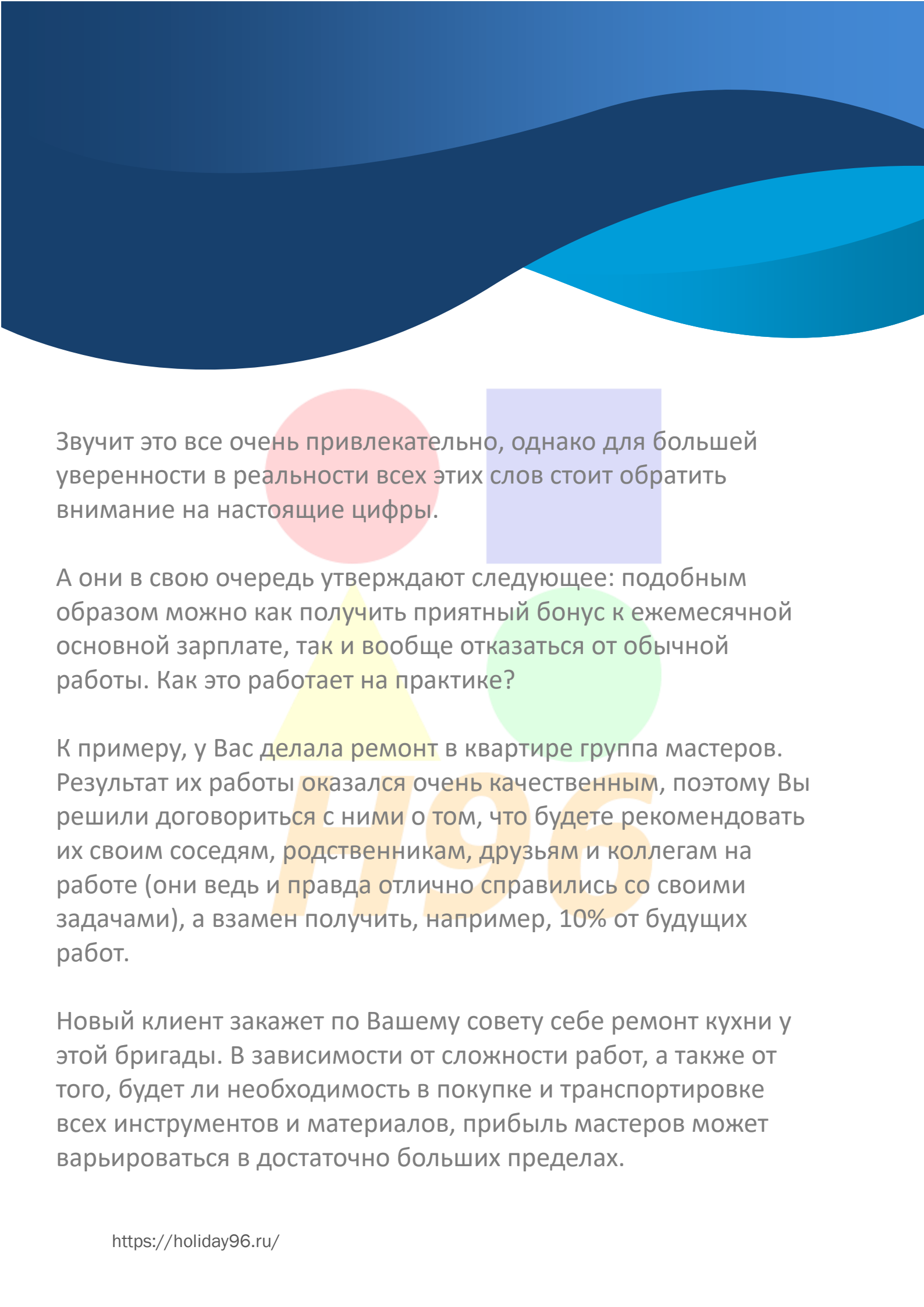
клиентов (дантисты, автомастерские, юристы и т. д.) будут отдавать за Ваши действия, например, 10% от полученной прибыли с новых посетителей.

Такая ситуация вполне понятна, ведь без рекомендации эти люди не попали бы в конкретную компанию или к конкретному специалисту.

По такому принципу можно стать своеобразным менеджером, который занимается продажами тех или иных услуг в свое свободное время.

Фактически, Вы делитесь с близкими советами о том, где лучше запломбировать зуб, на какой мастерской быстрее и дешевле отремонтируют кузов, а также почему именно к Мише стоит обратиться за сайтом.

При этом в качестве внештатного менеджера Вам удалось одновременно получать доход и не тратить на сам процесс заработка личного времени.




Звучит это все очень привлекательно, однако для большей уверенности в реальности всех этих слов стоит обратить внимание на настоящие цифры.

А они в свою очередь утверждают следующее: подобным образом можно как получить приятный бонус к ежемесячной основной зарплате, так и вообще отказаться от обычной работы. Как это работает на практике?

К примеру, у Вас делала ремонт в квартире группа мастеров. Результат их работы оказался очень качественным, поэтому Вы решили договориться с ними о том, что будете рекомендовать их своим соседям, родственникам, друзьям и коллегам на работе (они ведь и правда отлично справились со своими задачами), а взамен получить, например, 10% от будущих работ.

Новый клиент закажет по Вашему совету себе ремонт кухни у этой бригады. В зависимости от сложности работ, а также от того, будет ли необходимость в покупке и транспортировке всех инструментов и материалов, прибыль мастеров может варьироваться в достаточно больших пределах.



Если же человек решит полностью изменить внешний вид своего жилья, Вы за это получите от бригады от 10 до 100 000 рублей!


Исходя из этого, даже одна рекомендация за весь месяц сможет обеспечить Вас как небольшим доходом, так и прибылью, которой могут позавидовать даже многие столичные жители.

Если же Вы обращались и к другим специалистам, например, по замене окон или мебели, то потенциальная сумма отчисляемых денег за рекомендации только возрастает.

Таким образом, весь этот принцип прост и понятен, особенно после анализа реальных ситуаций.

1.2. Как зарабатывают на партнерках в Интернете

Во всемирной паутине получить прибыль описанным выше способом еще проще, ведь нет необходимости самостоятельно искать реальных подрядчиков, а также появляется возможность сотрудничать даже с теми




компаниями и сервисами, с которыми Вы не сталкивались ранее, ведь в их услугах не нуждались.

Начинается все с поиска того, кто предлагает участие в партнерских программах.

Зачастую это бывают известные интернет-магазины, всевозможные сайты, дающие возможность своим пользователям заработать, хостинги и различные профессионалы своего дела, которые готовы поделиться своими знаниями на платных курсах и заинтересованы в привлечении новых слушателей, благодаря чему охотно заключают соглашения о сотрудничестве.

Не стоит забывать и о всевозможных автоматических системах, которые занимаются почтовой рассылкой или предлагают партнерские программы для сотрудничества с различными системами и товарными площадками.

Разумеется, что сразу появляется следующий вопрос: как же подрядчик может узнать о том, что клиент был получен от конкретного партнера? В данном случае все достаточно просто.



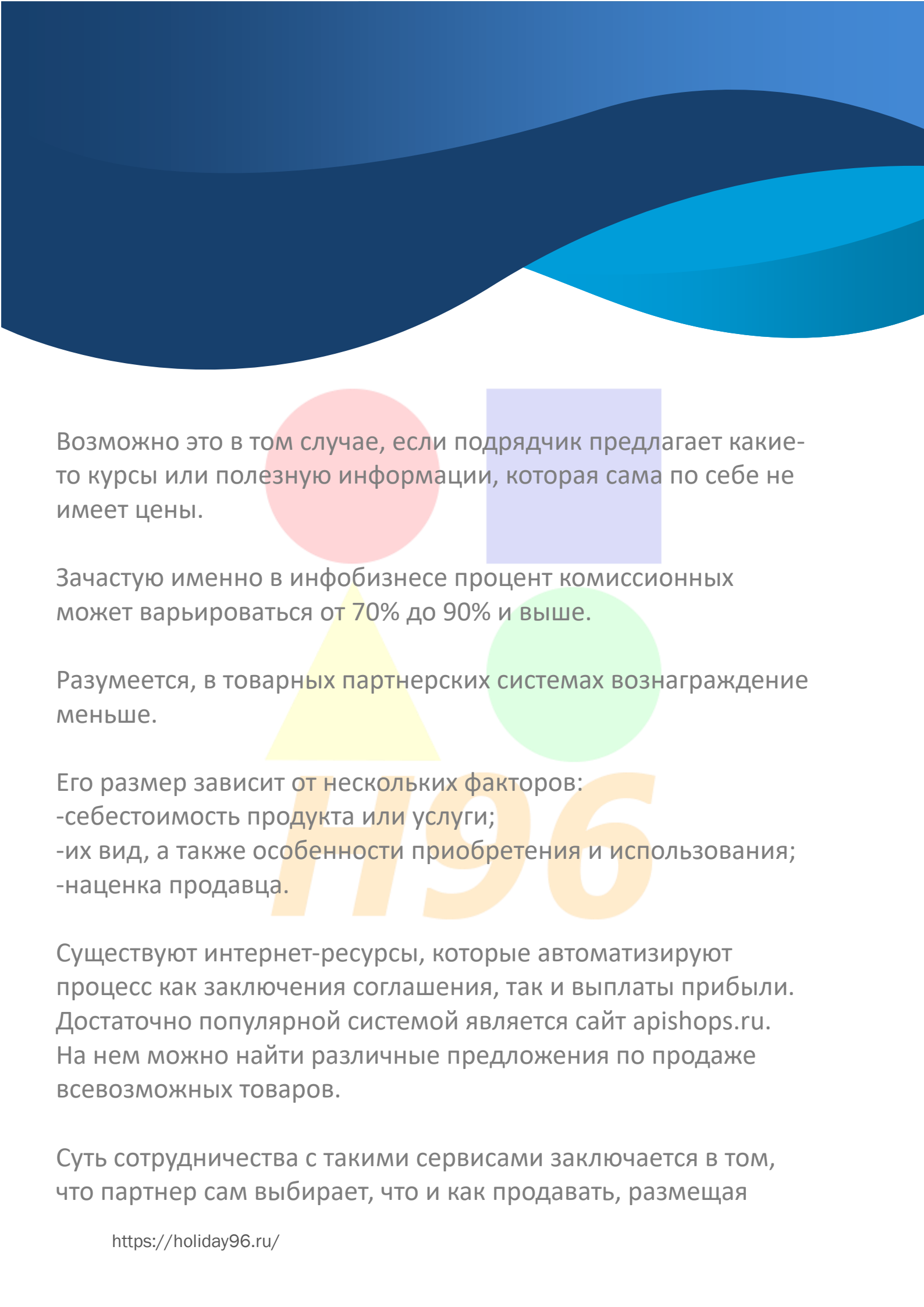
Во-первых, в ссылке может содержаться ответ на вопрос (очень часто она может содержать ник партнера или какой-то его идентификатор, который будет получен сайтом подрядчиком после перехода по ней уникального посетителя).

Во-вторых, вся информация о посещении тех или иных ресурсов всегда сохраняется на компьютере у человека с помощью технологии cookies, а значит ничего не мешает считать ее и смоделировать маршрут клиента.

По описанной ранее схеме все происходит следующим образом: человек интересуется товаром на сайте партнера и переходит по его ссылке на ресурс подрядчика (производителя или владельца), совершая там определенные действия.

После получения прибыли настоящий продавец делится ее частью со своим «помощником», который привел нового покупателя.

Как бы это ни показалось странным, но иногда реальный доход может доходить до полной стоимости приобретённых товаров или услуг.



Возможно это в том случае, если подрядчик предлагает какие-то курсы или полезную информацию, которая сама по себе не имеет цены.

Зачастую именно в инфобизнесе процент комиссионных может варьироваться от 70% до 90% и выше.

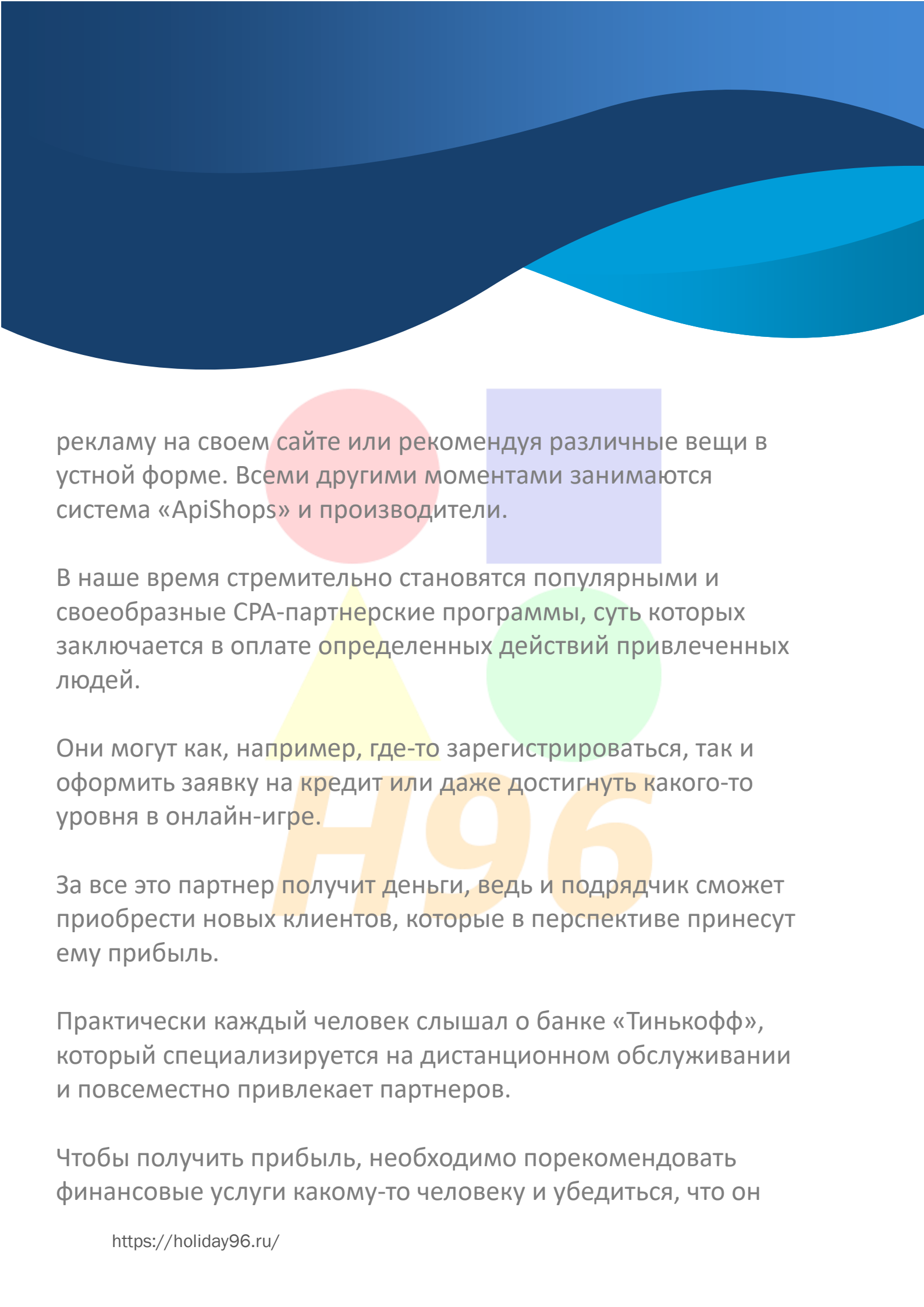
Разумеется, в товарных партнерских системах вознаграждение меньше.

Его размер зависит от нескольких факторов:

- себестоимость продукта или услуги;
- их вид, а также особенности приобретения и использования;
- наценка продавца.

Существуют интернет-ресурсы, которые автоматизируют процесс как заключения соглашения, так и выплаты прибыли. Достаточно популярной системой является сайт apishops.ru. На нем можно найти различные предложения по продаже всевозможных товаров.

Суть сотрудничества с такими сервисами заключается в том, что партнер сам выбирает, что и как продавать, размещая



рекламу на своем сайте или рекомендуя различные вещи в устной форме. Всеми другими моментами занимаются система «ApiShops» и производители.

В наше время стремительно становятся популярными и своеобразные CPA-партнерские программы, суть которых заключается в оплате определенных действий привлеченных людей.

Они могут как, например, где-то зарегистрироваться, так и оформить заявку на кредит или даже достигнуть какого-то уровня в онлайн-игре.

За все это партнер получит деньги, ведь и подрядчик сможет приобрести новых клиентов, которые в перспективе принесут ему прибыль.

Практически каждый человек слышал о банке «Тинькофф», который специализируется на дистанционном обслуживании и повсеместно привлекает партнеров.

Чтобы получить прибыль, необходимо порекомендовать финансовые услуги какому-то человеку и убедиться, что он




выполнит определённые действия.

В банке существуют следующие расценки:

- за написание заявления на выдачу кредитной карты можно получить 155 руб.;
- за ее активацию новым клиентом партнеру будет перечислено 160 руб.;
- после оформления заявки для оформления банковского вклада в качестве вознаграждения выплачивается 952 руб. и 52 коп.

Таким образом, партнерские программы — это реальный способ заработать. Заключается он фактически в привлечении новых клиентов для различных магазинов, сервисов и инфобизнесменов, которые готовы отдать часть прибыли.

Каждый желающий может как организовать себе небольшой дополнительный доход, так и постоянный стабильный заработок, работая в Интернете на дому, рекламируя определенные товары или услуги, или привлекая людей к выполнению определенных действий.



Глава 2 - Виды партнерских программ — 4 основные категории.


Данная сфера деятельности, как и любая другая, содержит свою определённую классификацию.

Как понятно из материала, который был рассмотрен ранее, разнообразие партнерских программ достаточно сложно охватить парой предложений.

Именно поэтому рассмотрим основные виды партнерских программ по типу оплаты, доступные современному интернет-пользователю:

Вид 1. С оплатой за клики.

Фактически подрядчик (тот, кто предоставляет партнёрскую программу) платит за всех людей (уникальных посетителей), которые перешли по реферальной ссылке партнера на его сайт.




Таким образом можно не только без лишних усилий повысить посещаемость своего ресурса, но и обзавестись в перспективе новыми клиентами, которые будут совершать покупки и тратить деньги.

Человек, который размещал ссылку на своем сайте, получает вознаграждение за клик, однако оно зачастую очень маленькое и колеблется от 1 до 3-х центов.

А все дело в том, что посетитель может просто ознакомиться с ресурсом и зарегистрироваться на нем, а может тут же закрыть вкладку и забыть о том, что он что-то посещал.

Именно поэтому рекламодатели не заинтересованы в серьезной оплате по таким партнерским программам.

С другой же стороны, большинство современных сервисов, которые занимаются размещением ссылок и баннеров на огромном количестве ресурсов по всему интернету, дают возможность своим клиентам указать определенные критерии показа, за что возьмут определенную плату.



За счет своеобразных фильтров реклама будет показана только целевой аудитории, к которой относят тех или иных пользователей, анализируя их историю посещения различных сайтов, а также поисковые запросы.

Вид 2. С оплатой за показы.

В таком случае партнер размещает на своем ресурсе рекламное объявление определенного размера, а подрядчик вознаграждает его за каждого, просмотревшего этот баннер.

Звучит все это очень заманчиво, особенно для сайтов, которые имеют большое количество уникальных посетителей за сутки, однако за 10 000 просмотров дают всего примерно 5\$.

В итоге сил тратится меньше, но подойдет такой заработок только для очень популярных ресурсов.



Вид 3. С оплатой за действия.


Этот вид партнерской программы более сложный, чем 2 предыдущих, однако подразумевает лучшую оплату.

Вознаграждение будет получено только в том случае, если человек что-то сделает. Практически всегда ему нужно либо зарегистрироваться, заполнив какую-то анкету, либо посмотреть ролик, либо скачать определённый файл.

Очень часто платят и за прохождение опросов, которые заранее подстраиваются под посетителя. Разумеется, чем сложнее действие, тем больше комиссионные, однако в данном случае не каждый человек будет иметь желание делать что-то более сложное, чем просто переход по ссылке.

Вид 4. С оплатой за продажи.

Самый совершенный и доходный способ заключить партнерское соглашение.




Несмотря на это, данный метод имеет явный недостаток: нужно не просто привлечь посетителя на сайт подрядчика, но и заставить его что-то там купить, а сделать это зачастую достаточно сложно, если только не продумать заранее что-то на подобие рекламной компании.

При этом проект, который пытается заполучить таким образом новых клиентов, готов платить до 40% от каждой покупки, если при этом сам не останется в минусе.

А все дело в том, что если бы партнер не привел покупателя, то и сделки не было бы. В таком случае его заслуга в получении прибыли подрядчика очевидна.

Стоит отметить, что последний вариант фактически знаком всем людям из жизни, однако в интернете заниматься такой деятельностью намного проще и эффективнее.

Разумеется, привлекать покупателей (как товаров, так и определенных услуг) сложнее, чем просто разместить баннер и ждать, когда пользователи сайта его увидят, загрузив страницу.




Несмотря на это, разумный подход позволит привлечь не просто людей, которые совершат одну покупку, а самых настоящих постоянных клиентов.

В таком случае подрядчик будет продолжать оплачивать комиссионный процент каждый раз, как посетитель что-то закажет, даже если в этот раз он самостоятельно зашел на сайт.

Стоит также отметить, что невозможно выделить из вышеизложенного списка наилучший способ зарабатывать на партнерских программах, ведь чем больше доход за одного человека, тем сложнее действия нужно выполнять партнёру.

Зачастую владельцы персональных или рекламных сайтов организуют комплексный подход к сотрудничеству с различными магазинами и с теми, кто предлагает какие-либо услуги.

Они размещают и ссылки для перехода на сайт подрядчика, и его баннер, а также рекомендуют приобрести какой-либо товар, предварительно выполнив определенное действие...




Глава 3. Работа с партнерскими программами – 8 важных правил работы с партнерками в Интернете.

Как бы это не звучало удивительно, но практически все крупные проекты обладают собственной системой вознаграждения за привлечение новых посетителей или потенциальных покупателей.

Все дело в том, что даже большие сайты заинтересованы в постоянном потоке клиентов, а за это они готовы поделиться своей прибылью.

Не секрет, что зарабатывать можно и без персонального сайта, например, размещая ссылки и всю рекламную информацию в соц. сетях, тематических форумах и пр.

Более подробно про основные источники целевого трафика для партнерских программ читайте ниже. Хотя на первый взгляд все достаточно просто, не стоит забывать про ряд несложных правил, которые дадут возможность быстро



стартовать как новичку, который никогда до этого не имел дело с партнерскими программами, так и опытным людям, которые заработали на этом деле уже не один десяток (а может и сотен) тысяч рублей.

Итак, всегда нужно помнить про следующие моменты:

Правило 1.

Рекламировать все проекты нужно исключительно на тематических площадках. Только так можно привлечь новых клиентов и не потерять старых посетителей, которые могут разочароваться в своем любимом ресурсе, если на нем будут появляться посторонние материалы, не относящиеся к делу.

Например, не стоит рекламировать смокинги на женских сайтах и форумах, а косметику — на мужских.

Правило 2.

Чтобы детально описать предлагаемую услугу или качественно и интересно преподнести все достоинства сайта, на который



должны переходить люди, лучше заранее проверить все на себе:

- самому приобрести тестовый товар;
- заказать что-то у подрядчика (очень часто партнерам предоставляют скидки);
- самому зарегистрироваться на ресурсе, чтобы процесс рекламирования выглядел максимально естественно и убедительно.

Правило 3.

Не стоит сразу же заключать сделку с оффером (так называют подрядчиков в профессиональных кругах те, кто специализируется на партнерских программах).

Предварительно лучше побольше разузнать о его системе вознаграждения, а также почитать отзывы.

Не всегда большие выплаты за привлеченного клиента говорят о том, что с этим сервисом сотрудничать выгоднее, ведь требуемые им действия могут быть очень сложными, а значит не все люди смогут их выполнить, что приведет к отмене вознаграждения.



Правило 4.

Для повышения конверсии имеющегося трафика (под данным термином подразумевают отношение пользователей, которые выполнили необходимое действие, то есть зарегистрировались, заполнили анкету или что-то купили, ко всем посетителям) зачастую принято использовать специальные целевые страницы (англ. landing pages или лендинги).

Именно с помощью таких «посадочных страниц» удастся заполучить максимальное количество людей, которым будет интересно описываемое предложение, а значит шанс, что они сделают все необходимое (регистрация, покупка и другие действия), растет.

Лучше всего без специального опыта не заниматься самостоятельной разработкой целевых страниц, а доверить это дело профессиональным web-дизайнерам, верстальщикам и маркетологам, которые знают, как правильно воздействовать на посетителей.



Правило 5.

Как уже было сказано ранее, доход партнера тем больше, чем выше «полезный» (целевой) трафик, то есть чем больше количество людей, которые выполнили все требования подрядчика (оффера).


Именно поэтому, во-первых, нужно размещать оптимальное количество ссылок. Во-вторых, можно создать несколько ресурсов с похожей тематикой, чтобы и их вовлечь в партнёрскую программу.

Больше источников трафика — больше посетителей, за которых будет произведена оплата.

Правило 6.

Как и на валютном рынке, так и в сфере партнерских программ специалисты советуют диверсифицировать источник дохода.

Для этого нужно не заикливаться на отдельных проектах, а расширять собственную базу.



Владелец собственного сайта должен быть заинтересован в участии сразу в нескольких партнерских программах.

Важно это в первую очередь потому, что в случае чего доход не упадет до 0, а лишь снизится на определенный процент, если сотрудничество с одним из оффером (подрядчиком) будет в одночасье прекращено.

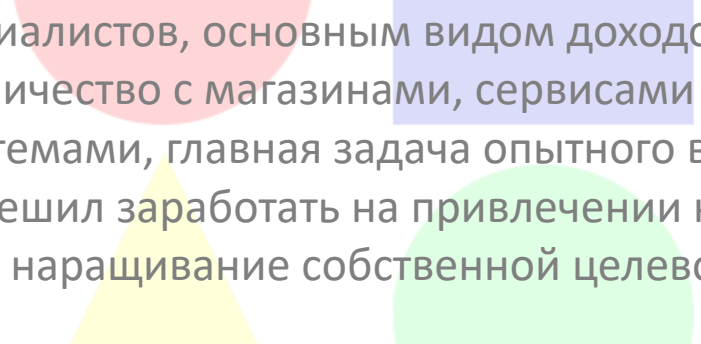
Правило 7.

Сотрудничая с любыми организациями и размещая новые ссылки и баннеры, не стоит забывать про ведение статистики. Все действия должны быть обязательно проанализированы для выявления их эффективности, а также их влияния на доход.

Если, например, статистика показывает, что из-за высокооплачиваемой партнерской программы, которая тематически не совпадает с сайтом, уходят посетители, то стоит сразу же задуматься над дальнейшими действиями, ведь в приоритете в любой ситуации должно быть наращивание трафика, а не его сокращение.



Правило 8.



По мнению специалистов, основным видом доходов которых является сотрудничество с магазинами, сервисами и различными системами, главная задача опытного владельца сайта, который решил заработать на привлечении клиентов в другой проект — наращивание собственной целевой аудитории.

В любой ситуации не стоит забывать про вложения, которые в длительной перспективе позволят увеличить количество активных посетителей.

Для этого очень часто специалисты советуют, например, приобретать какие-то платные электронные товары с правом их распространения, чтобы поделиться со своей аудиторией, которая таким образом может возрасти, а также в будущем сможет отплатить выполнением тех или иных действий, нужных для получения дохода с партнерской программы.

Таким образом, существует ряд несложных правил, которые актуальны как для тех, кто уже давно попробовал на себе




сотрудничество в формате «подрядчик (оффер) — партнер», а также и тем, кто только недавно этим заинтересовался.

Самое главное — не забывать про посетителей своего ресурса в погоне за деньгами. Периодически их надо баловать своеобразными подарками и постоянно наполнять сайт интересными материалами.

Не стоит забывать и про то, что тематика партнерского проекта должна быть схожей с той, которая имеется у ресурса, на котором будут размещаться баннеры, ссылки и предложения, ведь иначе можно потерять трафик из-за разочарования постоянных посетителей.

Кроме этого, партнерские программы доступны и тем, у кого нет своего сайта. Можно использовать для продвижения услуги или товара подрядчика специальные рекламные сети, анализируя целевую аудиторию и просчитывая ожидаемое соотношение доходов и расходов.



Глава 4 - Как выбрать партнерские программы для заработка – 9 базовых критериев выбора.

Для любого человека, который решил заняться заработком путем использования партнерских вознаграждений в различных проектах, очень сложно предугадать, насколько выгодным окажется то или иное сотрудничество.

На самом деле, практически нереально с полной уверенностью сказать работа с какой системой окажется более доходной.

Однако есть несколько нюансов, благодаря которым можно выбрать проект с наименьшими рисками и с наибольшей прогнозируемой прибылью.

Каждому партнеру стоит подбирать программу для сотрудничества, учитывая следующие важные критерии выбора, о которых речь пойдет далее.



Критерий 1. Уникальность.

В первую очередь стоит обращать внимание на те товары и продукты, которые отличаются своей новизной и оригинальностью.

Во-первых, так можно привлечь больше людей, ведь им всегда интересно знакомиться с чем-то новым.

Во-вторых, конкуренция будет значительно меньше, а значит проще будет заполучить целевую аудиторию и повысить прибыль с партнерской программы.

Критерий 2. Недоступность в бесплатном виде.

Не стоит обращать внимания на продукты или услуги, за которые можно не платить.

Например, лучше не присоединяться к партнерской программе сервиса, который занимается продажей каких-либо авторских курсов, если они уже давно находятся в сети в свободном доступе.



Обратите внимание! Люди попросту не захотят платить деньги за вещи, которые можно найти бесплатно.

Не стоит особенно доверять и сервисам с сомнительной репутацией, а также с заведомо непопулярными услугами.

Например, всем известно, что узнать ip-адрес пользователя не составляет никаких проблем, поэтому если на этом пытаются заработать, то лучше обходить такие «информационные» системы стороной, ведь они попросту не будут пользоваться популярностью.

Критерий 3. Предпочтение отдается мастер-классам.

Наиболее актуальными в наше время являются партнёрские программы по продаже доступа ко всевозможным обучающим программам.

В данном случае и комиссионный процент будет большим, и можно заинтересовать пользователей своего сайта, например, иностранными специалистами (профи в своем деле), которые хотят поделиться опытом с другими.

Критерий 4. Перспективы длительного сотрудничества.

Особое внимание стоит уделить тем партнерским программам, которые подразумевают долгосрочные взаимоотношения «оффер-партнер».

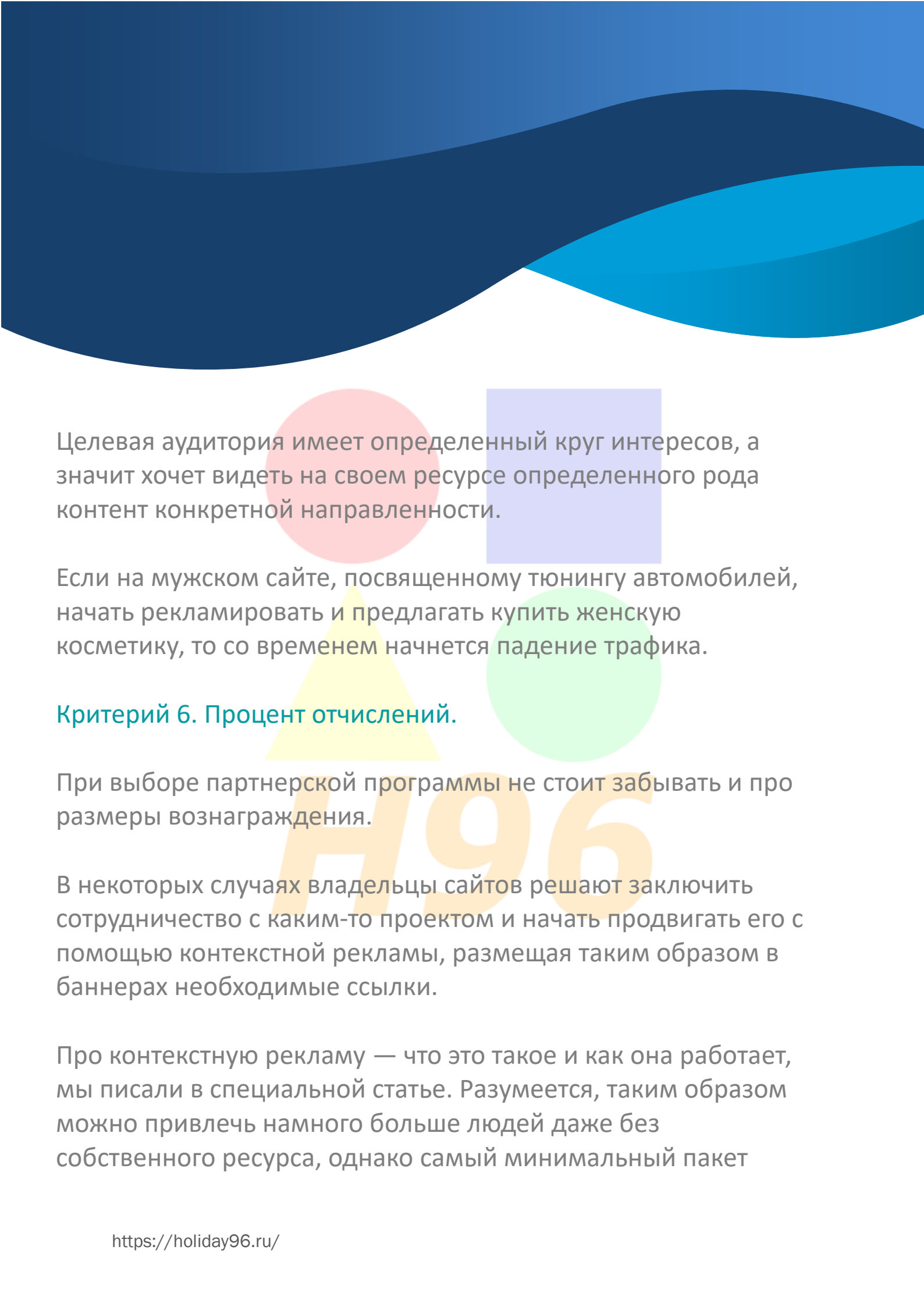
Зачастую сотрудничество с хостингами, сервисами маркетинга и электронных рассылок, а также со всеми системами,

предлагающими товары или какие-либо услуги многократного пользования, является более выгодным.

Такие проекты всегда нужны людям, а также с их помощью можно на долгое время забыть о поиске оффера.

Критерий 5. Тематика.

Обязательно надо искать партнерки с продуктами и услугами из той же области, что и сам ресурс, на котором они будут продвигаться.



Целевая аудитория имеет определенный круг интересов, а значит хочет видеть на своем ресурсе определенного рода контент конкретной направленности.


Если на мужском сайте, посвященному тюнингу автомобилей, начать рекламировать и предлагать купить женскую косметику, то со временем начнется падение трафика.

Критерий 6. Процент отчислений.

При выборе партнерской программы не стоит забывать и про размеры вознаграждения.

В некоторых случаях владельцы сайтов решают заключить сотрудничество с каким-то проектом и начать продвигать его с помощью контекстной рекламы, размещая таким образом в баннерах необходимые ссылки.

Про контекстную рекламу — что это такое и как она работает, мы писали в специальной статье. Разумеется, таким образом можно привлечь намного больше людей даже без собственного ресурса, однако самый минимальный пакет



«Яндекс.Директ» обойдется примерно в 10 долларов, а значит общий объем комиссионных должен превышать эту цифру.

При этом разница должна устраивать самого партнера, ведь она-то и будет его заработком.

Критерий 7. Наилучшие условия для потенциальных покупателей.

Если появилось желание самостоятельно продвигать товар, получая от его производителя или оптового продавца вознаграждение за каждую отданную покупателю единицу, то стоит позаботиться о том, чтобы предложить потенциальным клиентам наилучшие условия сотрудничества.

Немаловажным фактором является возможность заказать посылку наложенным платежом, ведь очень многие не доверяют магазинам, которые хотят сначала получить деньги, а уже потом что-то отправлять.



Критерий 8. Частые отчисления комиссионных.


Выплаты финансового вознаграждения за приведенных клиентов должны поступать на кошелек не реже 1 раза за 2 недели.

В противном случае стоит задуматься, стоит ли вообще сотрудничать с проектом, который платит очень редко, а может и вообще хочет таким образом обмануть своих партнеров.

Критерий 9. Наличие промо-материалов и всевозможных акций.

Самостоятельно продвигать какой-то товар или целый бренд очень сложно. Лучше всего отдать предпочтение тому проекту, который помогает в создании промо-материалов или занимается ими полностью сам.

В таком случае будет легче начать дело и быстрее привлечь первых потенциальных клиентов, завлекая их акциями и всевозможными подарками, буклетами, технической и полноценной информационной поддержкой.



Не стоит забывать при выборе и про такой фактор как популярность. Наиболее известные партнерские программы — это системы, которые проверены временем, а значит точно не подведут.

При этом к наиболее известным проектам, которые предлагают сотрудничать с ними, относят: Ozon, сервис знакомств LovePlanet, а также известный всем YouTube.

Вывод: если же хочется попробовать что-то оригинальное, то, исходя из вышеописанных критериев, лучше всего остановиться на партнерке уникального товара или неизвестной до этого момента услуге.

При этом они должны совпадать по тематике с самим сайтом, а также не иметь бесплатных аналогов. Кроме этого, оффер должен предлагать оптимальные вознаграждения за действия привлеченных покупателей, а выплаты проводить регулярно (не реже 2-3 раз в месяц).

Если же при этом партнерская программа подразумевает помощь продавца услуги или товара в продвижении, а также



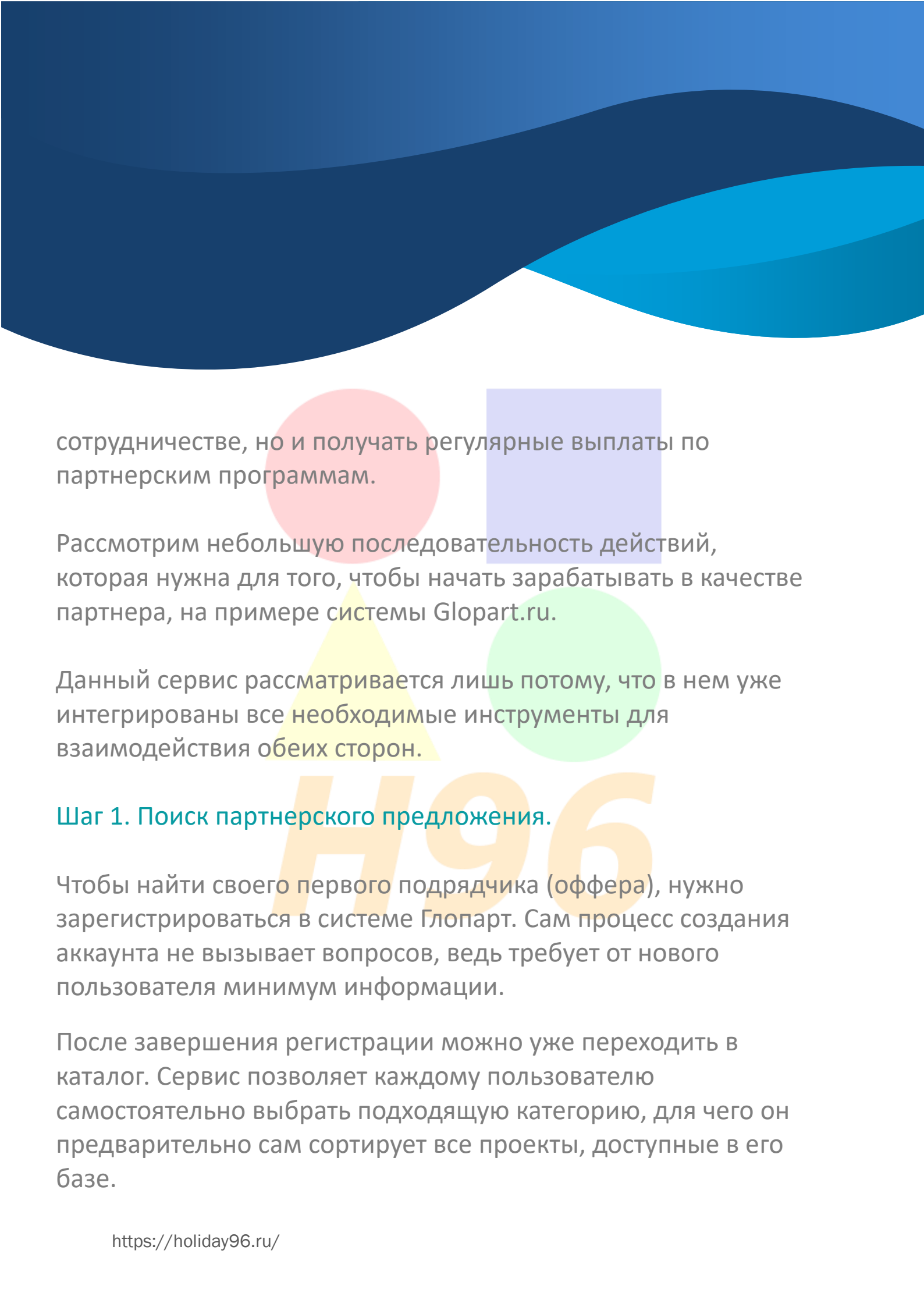
предусматривает долгосрочное сотрудничество, то стоит обратить на нее особое внимание и отдать ей предпочтение.

Глава 5 - Заработок на партнерках с нуля - пошаговое руководство для начинающих.

Описанный ранее способ получения прибыли позволяет с помощью интернета получить достаточно доходное рабочее место.

Чтобы по-настоящему заработать на партнерских программах (а сделать это действительно реально) и получать как минимум среднестатистическую столичную зарплату, необходимо придерживаться ранее изложенных советов, а также действовать по определенному алгоритму.

Кроме всего прочего, очень важно найти проверенный сервис (сеть/каталог партнерских программ), который позволит не только общаться с потенциальными подрядчиками, с которыми в дальнейшем будет принято решение о



сотрудничестве, но и получать регулярные выплаты по партнерским программам.

Рассмотрим небольшую последовательность действий, которая нужна для того, чтобы начать зарабатывать в качестве партнера, на примере системы Glopart.ru.

Данный сервис рассматривается лишь потому, что в нем уже интегрированы все необходимые инструменты для взаимодействия обеих сторон.

Шаг 1. Поиск партнерского предложения.

Чтобы найти своего первого подрядчика (оффера), нужно зарегистрироваться в системе Глопарт. Сам процесс создания аккаунта не вызывает вопросов, ведь требует от нового пользователя минимум информации.

После завершения регистрации можно уже переходить в каталог. Сервис позволяет каждому пользователю самостоятельно выбрать подходящую категорию, для чего он предварительно сам сортирует все проекты, доступные в его базе.



Далее можно прочитать имеющееся описание каждого товара и определиться с выбором.

Особое внимание, как было сказано ранее, нужно обратить на его конечную цену и сумму, которая будет получена в качестве вознаграждения за привлечение клиента.

Чтобы полностью быть уверенным в том, что выбранный товар адекватен и будет действительно интересен потенциальным клиентам, можно посетить продающий ресурс и самостоятельно проанализировать представленную информацию.

Чтобы понять, нужен ли кому-то предлагаемый товар, достаточно будущему партнеру самостоятельно ответить на вопросы: «А купил бы я эту вещь? А при каких условиях? Цена меня устраивает?».

Проанализировав все это, можно принять верное решение. В том случае, если предложение заманчивое, необходимо нажать кнопку «Стать партнёром». После этого открывается специальное окно, содержащее партнерские ссылки.



Именно с их помощью будет вестись рекламная компания и продвижение товара.

Шаг 2. Выбор партнерской ссылки.

После успешного выбора программы надо получить веб-адрес, по которому будут переходить новые клиенты. При этом с помощью ссылки можно будет зафиксировать, от кого именно пришел посетитель, совершивший те или иные действия (например, приобрел товар).


Для этого практически всегда в конце адреса в качестве дополнительной информации приписывается ID (либо ник) партнера.

В проекте Глопарт доступно 2 вида ссылок:

- на страницу, продающую определенный товар;
- на форму с оформлением заказа (посетителю сложнее отказаться от предложения, когда он видит, что до приобретения остался всего один клик).

Несмотря на это, специалисты все же советуют использовать веб-адреса первого типа, так как в таком случае у человека будет возможность дополнительно познакомиться с

<https://holiday96.ru/>



предлагаемым товаром, изучить его подробнее, а также выяснить для себя все его преимущества.


Шаг 3. Продвижение товара (или ссылки на него).

После прохождения предыдущих двух этапов у партнера уже имеется все на руках для начала работы. Фактически начинается переход к самому интересному и сложному процессу — рекламированию выбранного товара.

Итак, специалисты выделяют ряд площадок, где можно эффективно что-то продвигать:

- на персональном ресурсе;
- на форумах и в сообществах соответствующей тематики;
- в социальных сетях, создавая в них группы;
- посредством рекламы контекстного типа;
- на созданном под конкретный продукт посадочной странице (на лэндинге).

Последний вариант подразумевает разработку специального ресурса, однако дает возможность аккумулировать целевой трафик, привлекая только заинтересованных людей.



При этом наиболее популярным, конечно, является способ, при котором ссылка размещается на собственном сайте партнера, который обрамляет ее тематическим текстом-подводкой.


Текстовая подводка подразумевает написание небольшой статьи, для того чтобы заинтересовать будущего клиента и порекомендовать ему приобрести продвигаемый товар, предварительно создав небольшую интригу.

Благодаря лаконичной и полезной для посетителя подводке повышается шанс того, что он все же перейдет по ссылке и осуществит покупку.

Шаг 4. Получение дохода.

В случае, когда человек все же купил продвигаемый товар, партнеру зачисляются вознаграждение за то, что он смог найти нового клиента.

Сумма отчислений зависит от цифры, которая была указана в описании партнерской программы в самом начале (об этом говорилось на первом шаге).



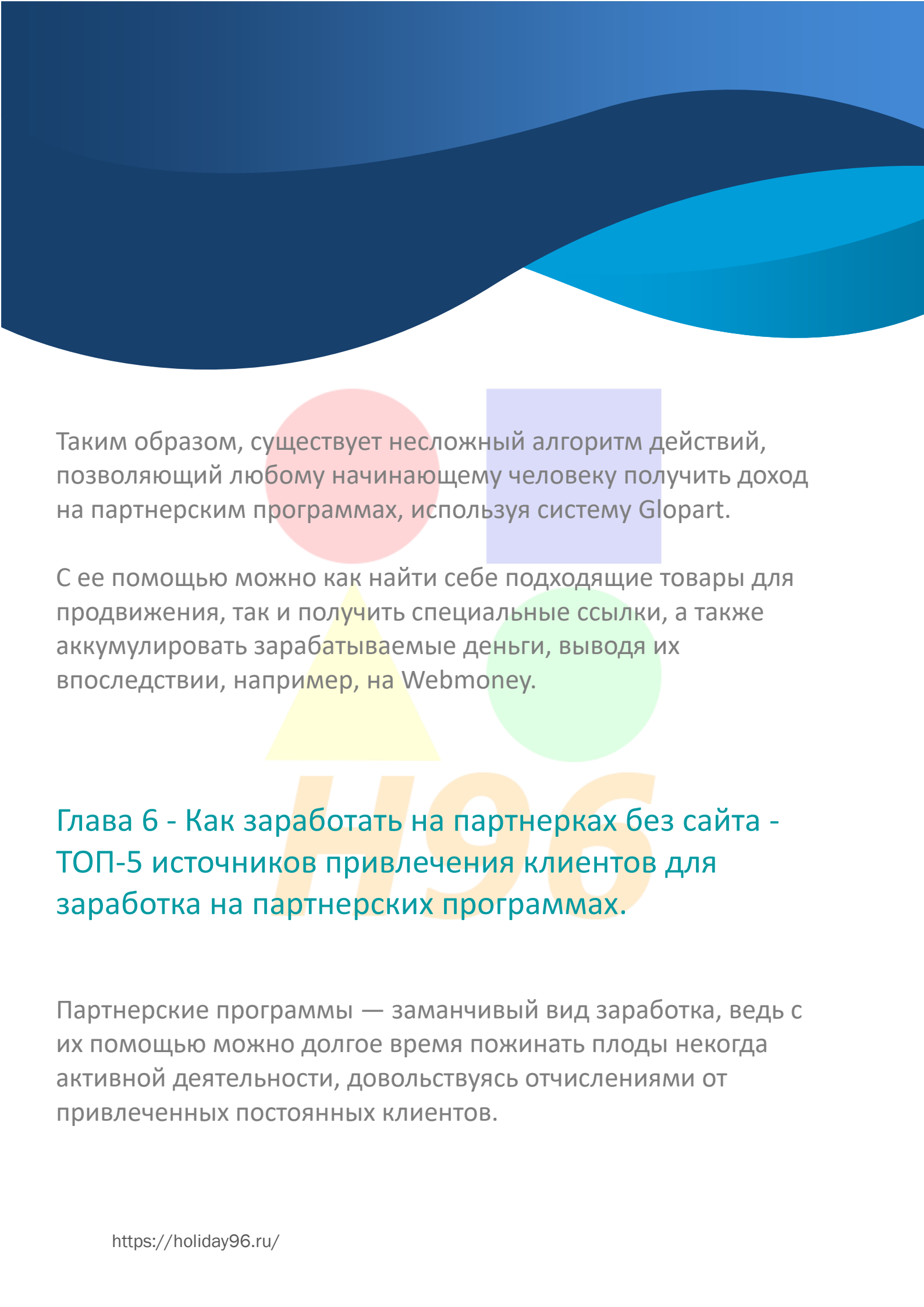
Уже примерно через 7 дней можно говорить о какой-то статистике: о том, сколько было всего посетителей, и о том, сколько из них совершили покупки.

Немаловажным также является список наиболее популярных товаров. Проанализировав его, можно понять, от чего стоит отказаться, а на что придется делать упор для повышения прибыли.

Шаг 5. Выведение полученных средств.

После зачисления первых комиссионных, хочется сразу же получить их на руки. Для этого Glopарт предлагает как ручной, так и автоматический режим. Наиболее популярным является второй способ выведения заработных средств, так как он подразумевает, например, зачисление их на кошелек Webmoney.

Дальше имеется возможность как распоряжаться ими прямо из этой платежной системы, так и перевести на самую обычную банковскую карту, чтобы снять в банкомате или использовать для расчета в магазинах.




Таким образом, существует несложный алгоритм действий, позволяющий любому начинающему человеку получить доход на партнерских программах, используя систему Glopарт.

С ее помощью можно как найти себе подходящие товары для продвижения, так и получить специальные ссылки, а также аккумулировать зарабатываемые деньги, выводя их впоследствии, например, на Webmoney.

Глава 6 - Как заработать на партнерках без сайта - ТОП-5 источников привлечения клиентов для заработка на партнерских программах.

Партнерские программы — заманчивой вид заработка, ведь с их помощью можно долгое время пожинать плоды некогда активной деятельности, довольствуясь отчислениями от привлеченных постоянных клиентов.



На самом деле, чтобы стать партнером какого-то проекта и начать продвижение его товаров или услуг, не обязательно иметь свой сайт (собственный веб-ресурс) для размещения на нем рекламной информации и ссылок.

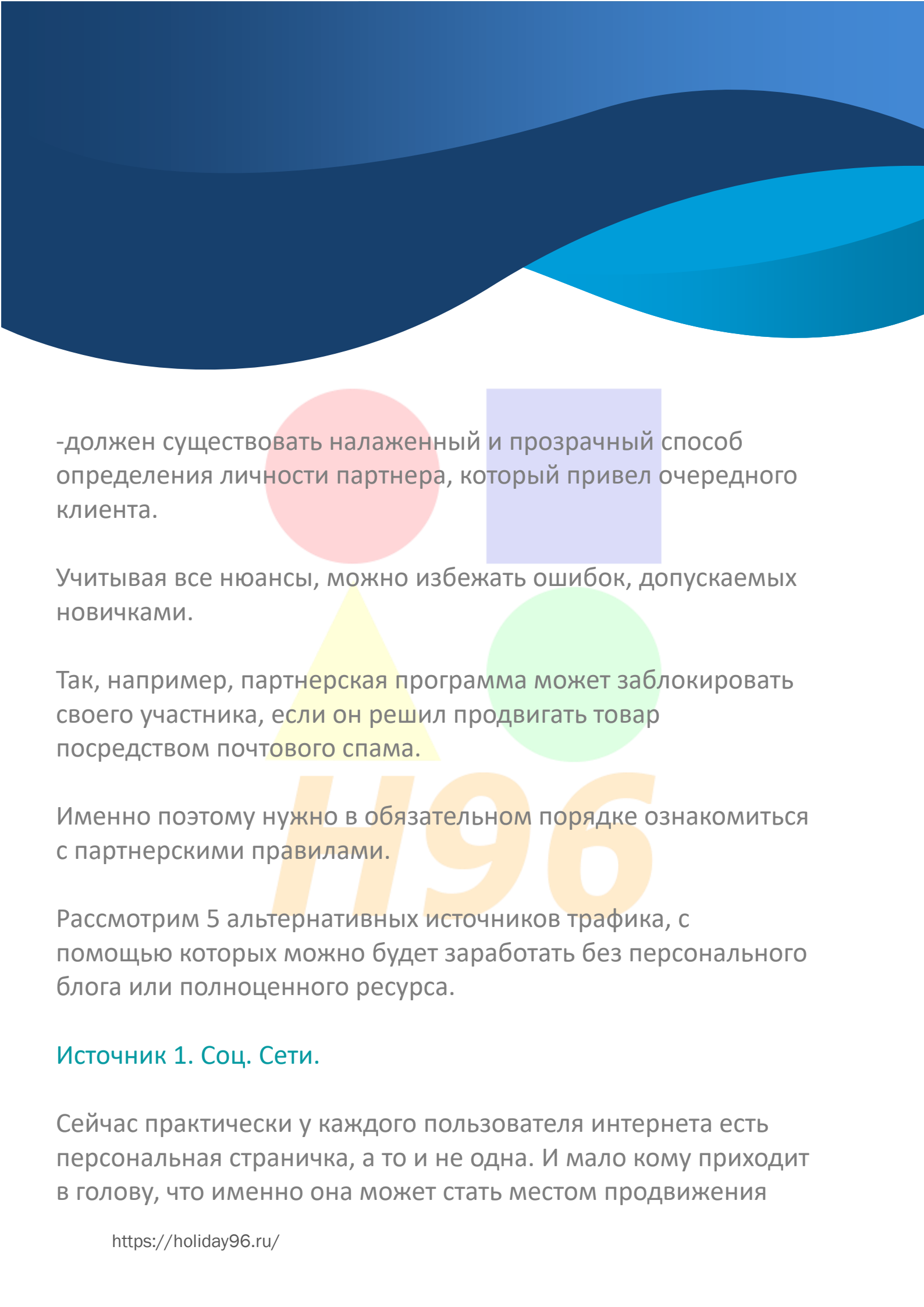
Существует как минимум 5 эффективных источников, которые предоставляют все возможности для предложения чего-либо.

Для того чтобы разглядеть необычные подходы, достаточно вспомнить принцип любого партнерского соглашения: самое главное — привлечь клиентов, а вот то, каким образом это было сделано уже не играет особой роли.

Именно поэтому размещение ссылки на своем сайте — это не единственный метод продвижения, если попытаться немного абстрагироваться от классических подходов.

В любом случае, перед началом поиска альтернативных способов привлечения трафика в партнёрский проект нужно обязательно изучить правила сотрудничества, учитывая 2 важных момента:

-система может иметь возможность принимать новых посетителей из нескольких источников;



-должен существовать налаженный и прозрачный способ определения личности партнера, который привел очередного клиента.

Учитывая все нюансы, можно избежать ошибок, допускаемых новичками.


Так, например, партнерская программа может заблокировать своего участника, если он решил продвигать товар посредством почтового спама.

Именно поэтому нужно в обязательном порядке ознакомиться с партнерскими правилами.

Рассмотрим 5 альтернативных источников трафика, с помощью которых можно будет заработать без персонального блога или полноценного ресурса.

Источник 1. Соц. Сети.

Сейчас практически у каждого пользователя интернета есть персональная страничка, а то и не одна. И мало кому приходит в голову, что именно она может стать местом продвижения



товара. Разумеется, личность должна быть более-менее популярной, чтобы привлечь внимание к той же ссылке как можно больше людей. При этом не обязательно нужно, чтобы человек существовал на самом деле.

Например, можно придумать правдоподобного персонажа и создать ему реалистичную страницу со своими личными или даже скачанными из интернета фотографиями.

Самое интересное заключается в том, что уже придумали программы, которые отбрасывают необходимость самостоятельно вести страницу и даже отвечать на сообщения.

Второй же способ подразумевает создание тематических групп и публичных страниц со ссылками на товар и периодически публикующимися интересными материалами.

Чем интереснее будет выглядеть паблик, тем больше его трафик, а значит тем больше клиентов удастся привлечь.



Источник 2. Гостевые посты.

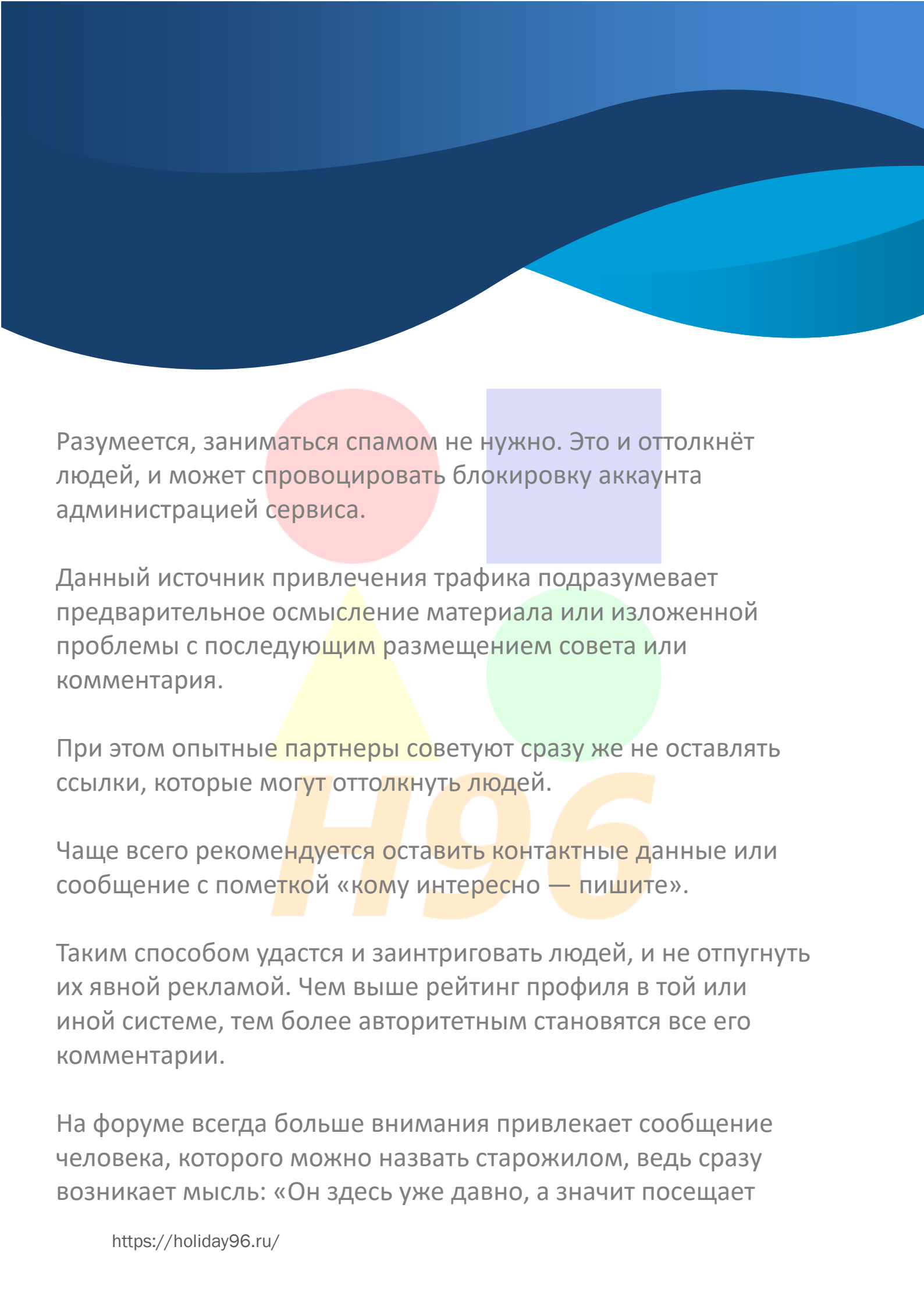
В данном случае подразумевается размещение тематического текста с подводкой и ссылкой на партнерский проект в чужом блоге.

Разумеется, материал должен быть максимально интересным и содержать минимум рекламы. Читателя нужно не заставлять что-то покупать, а сделать так, чтобы он сам захотел это сделать.

Многие, даже известные блогеры, охотно берутся за размещение у себя таких постов, ведь они сами получают с этого определенную прибыль и могут разнообразить свои повседневные публикации чем-то необычным.

Несмотря на это, чем популярнее страница, тем жестче будут требования к размещаемому контенту и его рекламности.

Источник 3. Комментарии в сообществах, на форумах и различных блогах.



Разумеется, заниматься спамом не нужно. Это и оттолкнёт людей, и может спровоцировать блокировку аккаунта администрацией сервиса.

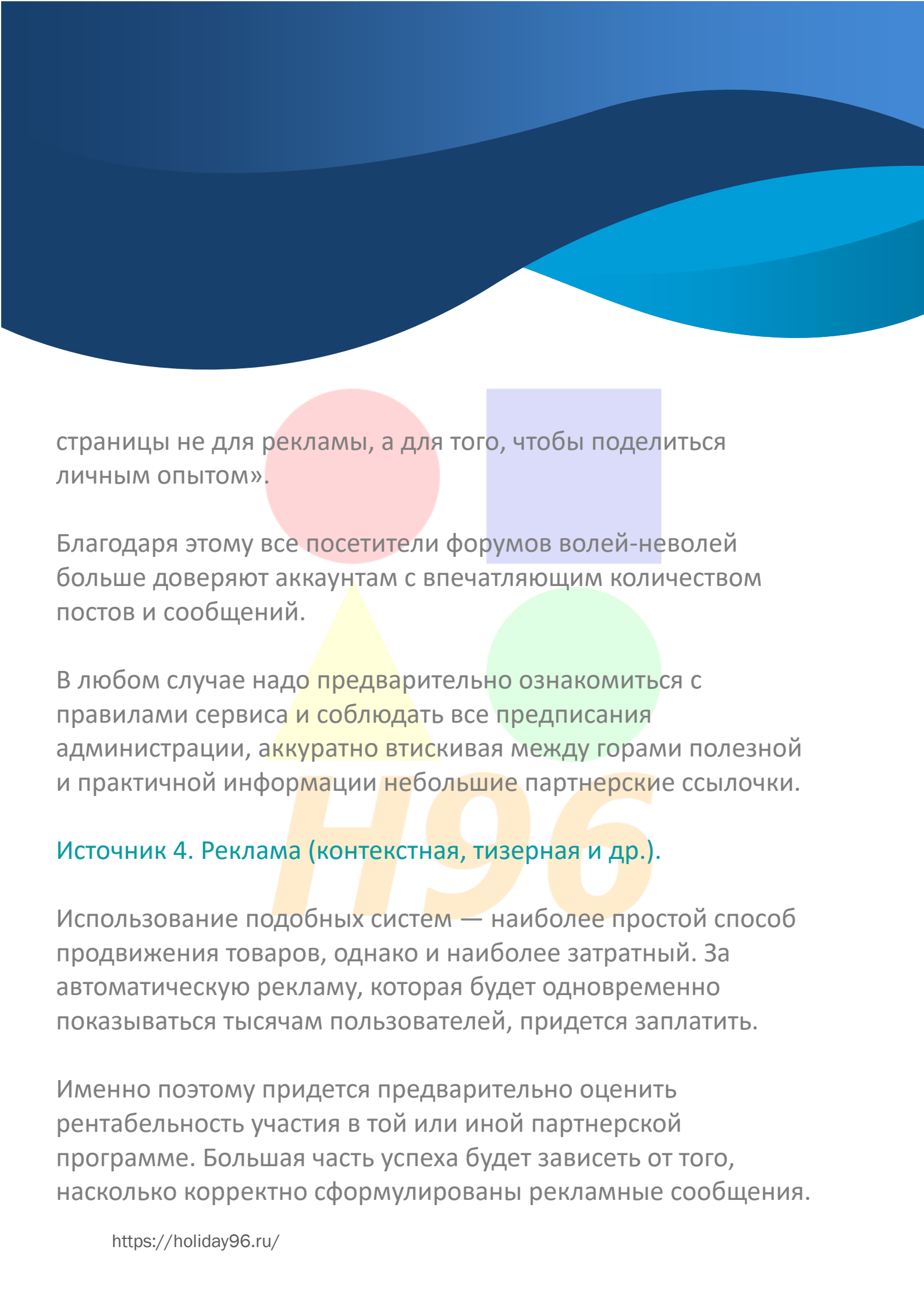
Данный источник привлечения трафика подразумевает предварительное осмысление материала или изложенной проблемы с последующим размещением совета или комментария.

При этом опытные партнеры советуют сразу же не оставлять ссылки, которые могут оттолкнуть людей.

Чаще всего рекомендуется оставить контактные данные или сообщение с пометкой «кому интересно — пишите».

Таким способом удастся и заинтриговать людей, и не отпугнуть их явной рекламой. Чем выше рейтинг профиля в той или иной системе, тем более авторитетным становятся все его комментарии.

На форуме всегда больше внимания привлекает сообщение человека, которого можно назвать старожилом, ведь сразу возникает мысль: «Он здесь уже давно, а значит посещает



страницы не для рекламы, а для того, чтобы поделиться личным опытом».


Благодаря этому все посетители форумов волей-неволей больше доверяют аккаунтам с впечатляющим количеством постов и сообщений.

В любом случае надо предварительно ознакомиться с правилами сервиса и соблюдать все предписания администрации, аккуратно втискивая между горами полезной и практичной информации небольшие партнерские ссылки.

Источник 4. Реклама (контекстная, тизерная и др.).

Использование подобных систем — наиболее простой способ продвижения товаров, однако и наиболее затратный. За автоматическую рекламу, которая будет одновременно показываться тысячам пользователей, придется заплатить.

Именно поэтому придется предварительно оценить рентабельность участия в той или иной партнерской программе. Большая часть успеха будет зависеть от того, насколько корректно сформулированы рекламные сообщения.



Они должны быть интригующими и завлекающими. Нужно в одном предложении раскрыть самое главное преимущество товара, например, его цену.

Если же было принято решение о размещении баннера, то в первую очередь надо задуматься о создании привлекательной картинки, которая не даст выбора посетителю какого-либо сайта и заставит его что-то купить.

Не стоит забывать и про заполнение всех фильтров, по которым сервис будет отбирать потенциальную аудиторию. Зачастую реклама не остается статичной, а значит перед полной загрузкой страницы сервис определяет, какой именно баннер показать человеку, в зависимости от того, чем он раньше интересовался.

Благодаря этому можно действительно попасть на потенциальных покупателей и повысить конверсию размещаемых в рекламных блоках ссылок, то есть улучшить соотношение перешедших пользователей и тех, кто что-то купил или выполнил другие требуемые действия.



Источник 5. Бесплатные пресс-релизы.


Большинство современных онлайн-изданий предлагают своим читателям размещать интересную информацию в виде небольших статей.

Сделать это можно абсолютно бесплатно. При этом можно пройтись по каталогу изданий и охватить все, которые находятся в той же тематической области, что и сам товар. Текст должен быть практичным и интересным, как и в гостевом посте.

Очень хорошо, если он дает какой-то совет или раскрывает секрет, который поможет сделать повседневную жизнь читателя намного проще.

При этом лучше сразу создать оптимизированный сео-текст, который по определенным ключевым словам будет выдаваться на вершине поисковой выдачи.

Таким образом, даже не имея собственного сайта можно заняться продвижением товаров, а также различных услуг, используя для этого различные социальные сети, почтовые



рассылки и рекламные сервисы, а также размещая информацию в чужих блогах и в комментариях на тематических форумах.

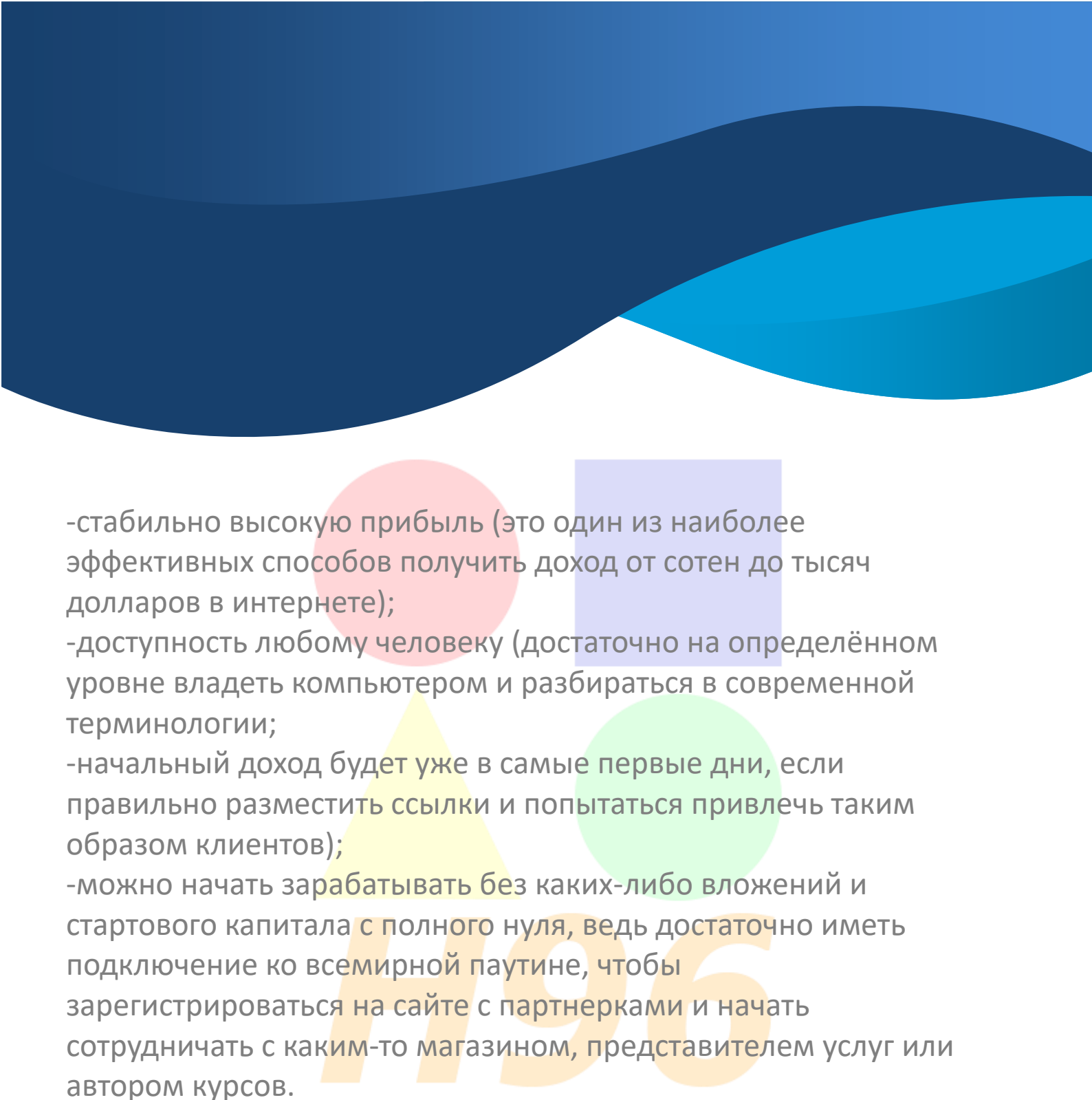
Глава 7 - Преимущества и недостатки заработка на партнерских программах

Описываемый способ получения прибыли является достаточно новым, поэтому многие люди относятся к нему сомнительно, пытаясь взвесить все «за» и «против».

И правильно, чтобы с полной серьезностью окунуться в какое-то дело, нужно предварительно проанализировать его со всех сторон.

Преимущества заработка на партнерских программах.

К основным плюсам партнерских программ относят:

- 
- стабильно высокую прибыль (это один из наиболее эффективных способов получить доход от сотен до тысяч долларов в интернете);
 - доступность любому человеку (достаточно на определённом уровне владеть компьютером и разбираться в современной терминологии);
 - начальный доход будет уже в самые первые дни, если правильно разместить ссылки и попытаться привлечь таким образом клиентов);
 - можно начать зарабатывать без каких-либо вложений и стартового капитала с полного нуля, ведь достаточно иметь подключение ко всемирной паутине, чтобы зарегистрироваться на сайте с партнерками и начать сотрудничать с каким-то магазином, представителем услуг или автором курсов.

Данный перечень преимуществ можно дополнять достаточно долго, ведь фактически человек работает сам на себя, а значит именно от его усилий зависит месячный заработок.

К достоинствам работы с партнерскими программами можно также отнести и тот факт, что у партнера появляется возможность найти себя в продаже товаров из той области, в




которой он разбирается.

К примеру, если всю жизнь он занимался ремонтом компьютеров, то теперь он может их продавать, рекомендуя потенциальным покупателям ту или иную модель со знанием дела.

Недостатки заработка на партнерских программах.

Несмотря на это, у партнерских программ имеется и некоторые минусы:

- заработок получается нестабильным (на общий размер дохода влияют несколько факторов, в т. ч. актуальность предложения на текущий момент, из-за чего можно получить как меньше 100 долларов, так и минимум 500\$ и более);
- большие риски при использовании платных способов продвижения товара (если прибегнуть к специальным сервисам и вложить в это дело немалую сумму, можно в итоге оказаться в жирном минусе, ведь большинство платных рекламных систем не гарантируют результатов, а лишь предоставляют набор полезных инструментов).




Разумеется, опыт, полученный в ходе «набивания шишек» — бесценен. Его нельзя купить ни за какие деньги, а значит потеря вложений на начальном этапе — отличный способ получить несколько профессиональных уроков.

Чтобы избежать неприятностей, минимизировав возможность неудачи, необходимо со всей ответственностью подойти к делу и несколько раз изучить описанные ранее нюансы, на которые стоит обращать внимание во время выбора той или иной партнерской системы.

При этом стоит отметить, что описываемый способ получения заработка может прекрасно работать и без серьезных вложений при наличии собственного сайта или использования соц. сетей.

Также, чтобы не столкнуться с недостатками партнерских программ, достаточно сразу зарегистрироваться в нескольких системах и выбрать те товары и услуги, которые точно будут популярны в виду своей необходимости и оригинальности.



Глава 8 - Какие ошибки возникают при участии в партнерских программах — 6 самых частых среди новичков.


Участие в партнерских программах — это реальная возможность заработать деньги в интернете. Здесь, как и в любом деле, чтобы достичь максимального результата, нужно изучить опыт предшественников.

Именно поэтому постараемся дополнительно рассмотреть все возможные ошибки, которые очень часто допускают начинающие партнеры, берущиеся за дело с излишним энтузиазмом и забывающие про серьезность подхода.

Итак, перейдем к изучению основных просчетов новичков.

Ошибка 1. Неправильный выбор партнерской программы.

Ранее были рассмотрены правила, по которым надо выбирать себе подрядчика. Новому человеку в данной сфере стоит



самому прийти к выводу, что стартовать лучше всего не с самых дорогих товаров, за которые изначальный продавец обещает большие комиссионные.


А лучше продвигать что-то не очень дорогое, однако действительно полезное и с большим спросом.

Ошибка 2. Привлечение нецелевых посетителей.

Разумеется, с ростом трафика увеличивается шанс того, что кто-то что-то все же купит. При всем при этом работает этот эффект очень слабо.

Люди посещают определенный ресурс для получения тематической информации, поэтому и товары должны совпадать с направленностью ресурса.

Точно так же не повысит продаж и использование не совсем честных методов поиска посетителей (различные буксы, где людям платят за просмотр рекламы или за переход на определенный сайт, а также назойливые почтовые рассылки).



Целевой трафик можно привлечь только на тематических форумах и сообществах.


Ошибка 3. Продвижение незнакомого товара.

Перед началом рекламной компании необходимо детально ознакомиться с самим продуктом. В идеальном варианте его, конечно, лучше приобрести или попросить у изначального продавца промо-копию.

С услугами и цифровыми продуктами сделать это будет легче. Если же задача партнера — привлечь новых посетителей на какой-то сайт для заполнения анкет или выполнения других действий, то лучше самостоятельно пройти весь процесс регистрации, чтобы затем доступно и красочно описать все преимущества продвигаемого ресурса.

Ошибка 4. Неправильный выбор количества партнерских программ.

Разумеется, чем больше подрядчиков и продавцов, тем больше шанс на получение большой прибыли. Несмотря на это, больше 10 партнерских программ — неподъемная ноша




для новичка. Лучше всего, когда изначально начинается сотрудничество всего с двумя проектами различной направленности.

По истечению определенного срока можно проанализировать все аспекты (популярность товара, размер комиссионных по сравнению с вложениями, итоговый доход за конкретный период) и принять решение о расширении сети партнерских программ в определенной тематической области.

Ошибка 5. Фиксация внимания только на собственном сайте.

Никто не будет отрицать, что зачастую именно персональный ресурс выступает в роли основного инструмента продвижения товара или услуги, ведь именно на нем можно выкладывать неограниченное количество интересных материалов, посвящённых продукту, а также в случае необходимости что-то оперативно исправить, поменять или дополнить.

Лучше всего сразу воспользоваться несколькими способами продвижения (минимум двумя, тремя), чтобы достичь максимального эффекта. Например, разместить всю необходимую информацию на своем сайте, а затем создать




группу в соц. сети, разместить сведения о продукте на своей персональной странице и прокомментировать записи на тематических форумах, органично вписывая ссылку в текст.

Ошибка 6. Использование статей и подволок низкого качества с явным рекламным характером.

При отсутствии соответствующего опыта нужно доверить подготовку материалов для публикации специалистам. Неинтересные тексты с посторонними фактами или явными рекламными сообщениями не привлекут клиентов, а только отпугнут постоянных посетителей.

Если сайт, на котором продвигается продукт, имеет узкую специализацию и специфическую аудиторию, то и все размещаемые статьи со ссылкой на продукт должны соответствовать его направленности, чтобы люди сами захотели познакомиться с ним поближе.

Стоит отметить, что на помощь начинающим партнерам приходят специальные сервисы, которые предлагают заказать качественные тексты по приемлемым ценам. На таких сайтах (eTXT.ru, text.ru, Advego) достаточно создать заказ, указав тему




и ссылку, которую необходимо аккуратно вписать в статью, после чего за короткие сроки опытный копирайтер сделает все по высшему разряду.

Многие бывалые партнеры не только заказывают отдельные тексты, но и нанимают в интернете специальных людей, которые должны наполнять их сайт тематическими материалами.

Вывод: таким образом, чтобы не допустить ошибок, с которыми сталкиваются большинство новичков, сперва нужно выбрать наиболее подходящую по нескольким критериям партнерскую программу, особое внимание обращая на то, чтобы товар был не самым дорогим, и интересным (трендовым).

Далее важно заняться привлечением именно целевого трафика, предварительно познакомившись с продвигаемым товаром или предлагаемой услугой.

Начать стоит с нескольких партнерок, чтобы проанализировать первые результаты и сделать выводы, не рискуя сильно своим временем и вложениями. При этом рекламную компанию




стоит проводить не только на собственном ресурсе, но и посредством других инструментов, заказывая в случае отсутствия опыта качественные и интересные тексты на биржах копирайтинга.

Глава 9 - Часто задаваемые вопросы про участие в партнерских программах и заработок в Интернете на партнерках.

Вопрос №1. Возможен ли быстрый заработок на партнерках без сайта?

Получить первый доход, не имея персонального ресурса, сложнее, но весьма реально. Для этого нужно сперва зарегистрироваться в партнерской программе и получить свои ссылки.

Далее определяется метод привлечения покупателей. Дешевле всего — воспользоваться соц. сетями или



тематическими форумами, а эффективнее всего — заказ рекламы в специальных сервисах.

Самый лучший вариант для быстрого заработка на партнерках без создания своего сайта – это использование арбитража трафика. Его суть заключается в покупке рекламы через различные рекламные сети.

Предположим, такую ситуацию: партнер получил свои ссылки и решил воспользоваться услугами специальной рекламной системы. Он заказал 1000 кликов по ссылке и заплатил за это, допустим, 400 рублей.

В итоге, если сам продукт стоил примерно столько же, то достаточно одного человека из тысячи, чтобы окупить расходы. Каждый же следующий покупатель — источник чистой прибыли.

Вопрос №2. Как заработать на партнерских программах с помощью своего сайта?

Существует два подхода для получения дохода, продвигая товары или услуги в интернете и имея персональный ресурс.



Первый заключается в монетизации контента на своем сайте.

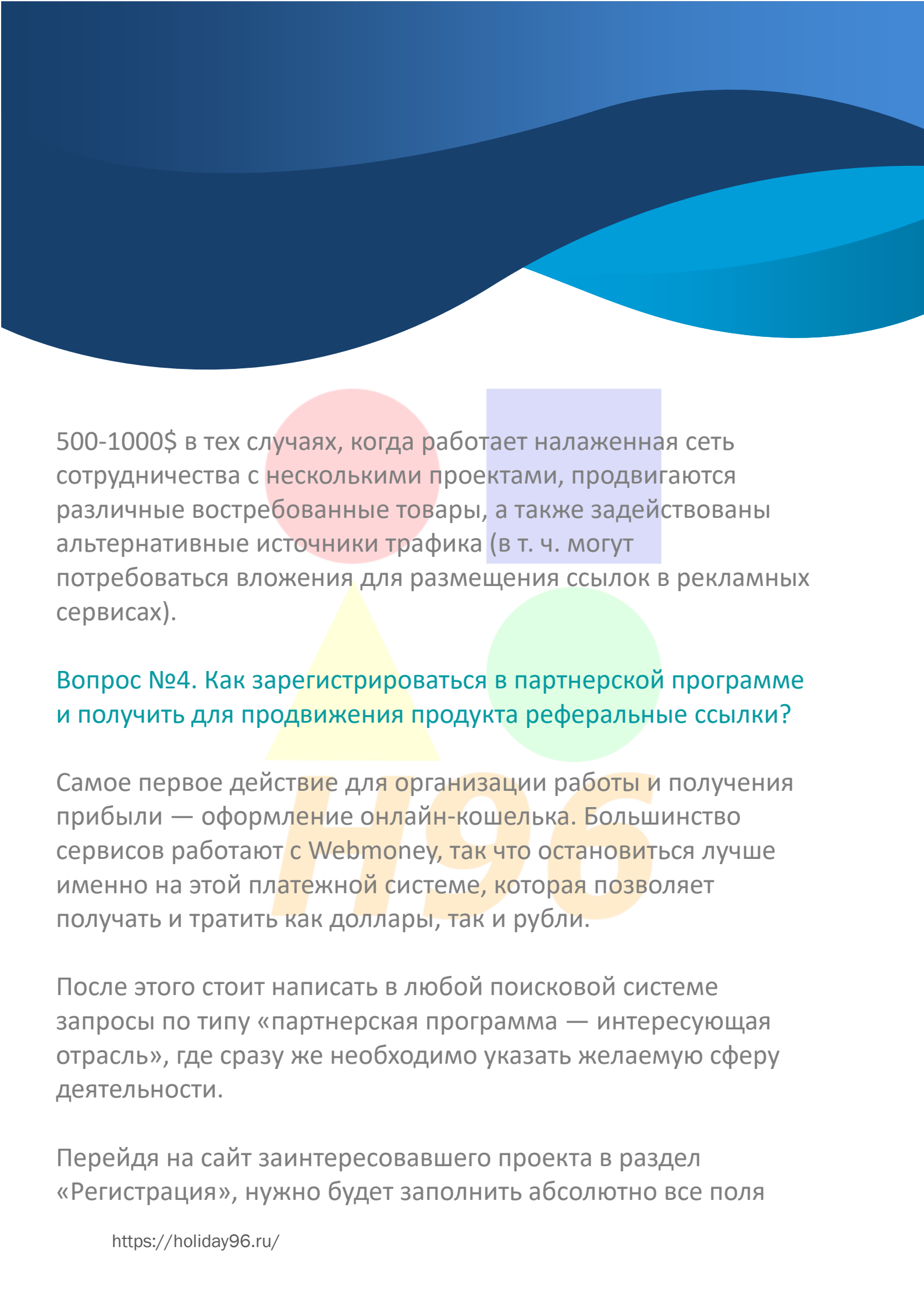
Для этого достаточно периодически в полезные статьи аккуратно вписывать ссылку на продукт с небольшой подводкой, чтобы не отвлекать человека от основного материала, который должен соответствовать тематике, а также не вызвать у него неприятные чувства.

Второй способ подразумевает получение пассивной прибыли без лишних действий. Заключается он в использовании Рекламной Сети от компании Яндекс (РСЯ), которая сделает все необходимое сама.

Принцип сотрудничества в данном случае предельно прост: владелец сайта регистрируется в системе, которая в свою очередь будет размещать на его ресурсе рекламные баннеры. Сервис может платить как за каждый показ, так и за все переходы уникальных пользователей по ссылке.

Вопрос №3. Сколько можно заработать на партнёрах?

Ответить достаточно просто: доход варьируется от 1\$, если разместить на непопулярном сайте недорогие баннеры, до




500-1000\$ в тех случаях, когда работает налаженная сеть сотрудничества с несколькими проектами, продвигаются различные востребованные товары, а также задействованы альтернативные источники трафика (в т. ч. могут потребоваться вложения для размещения ссылок в рекламных сервисах).

Вопрос №4. Как зарегистрироваться в партнерской программе и получить для продвижения продукта реферальные ссылки?

Самое первое действие для организации работы и получения прибыли — оформление онлайн-кошелька. Большинство сервисов работают с Webmoney, так что остановиться лучше именно на этой платежной системе, которая позволяет получать и тратить как доллары, так и рубли.

После этого стоит написать в любой поисковой системе запросы по типу «партнерская программа — интересующая отрасль», где сразу же необходимо указать желаемую сферу деятельности.

Перейдя на сайт заинтересовавшего проекта в раздел «Регистрация», нужно будет заполнить абсолютно все поля



реальной информацией. Нельзя указывать недостоверные сведения, ведь в таком случае не будет возможности получить прибыль (система не позволит вывести деньги).

Сразу же после заполнения всех граф на электронную почту приходит письмо с подтверждением регистрации и с дальнейшими инструкциями.

Если все в порядке, достаточно просто перейти на сайт проекта и зайти в свой личный кабинет, чтобы получить ссылки для продвижения выбранного продукта и приступить к работе.

Вопрос №5. Как система поймет, кто привел нового клиента?

Во-первых, современные интернет-обозреватели всегда сохраняют информацию о предыдущих страницах, на которых побывал пользователь.

Благодаря этому не составляет труда выявить его маршрут к конкретному ресурсу, на котором он решил совершить покупку.



Во-вторых, большинство реферальных ссылок сами в себе содержат уникальный идентификатор партнера (его ник или номер) после слэша (/).


С его помощью можно безошибочно понять, кто именно привел посетителя, совершающего те или иные действия.

Вопрос №6. Что из себя представляют агрегаторы партнерских предложений?

Подобные сервисы являются своеобразными аккумуляторами партнерок. На них регистрируются потенциальные продавцы, которые ищут себе людей, способных продвигать их товар.

Для этого они заносят информацию о себе в специальный каталог и добавляют свою партнерскую программу, где все, кто хочет стать партнёром, могут их найти.

Агрегаторы удобны как изначальным продавцам или самим производителям, так и тем, кто ищет себе подходящую партнерскую программу.



Кроме этого, подобные сервисы зачастую дополнительно помогают организовать выдачу ссылок и оплату работы партнеров.


В перечень самых крупных и известных агрегаторов входят следующие системы: Glopарт, Admitad, ApiShops, GdeSlon. На этих же сайтах можно найти и полное описание всех товаров, и особенности работы с той или иной партнерской системой.

Кроме этого, подобные ресурсы зачастую просят своих постоянных пользователей оставлять комментарии и отзывы о работе с тем или иным проектом.

Вопрос №7. Кто такие реферер и реферал? Как они взаимодействуют друг с другом?

Реферером принято называть того человека, который уже имеет аккаунт в том или ином проекте, а также заинтересован в привлечении новых посетителей за вознаграждение.

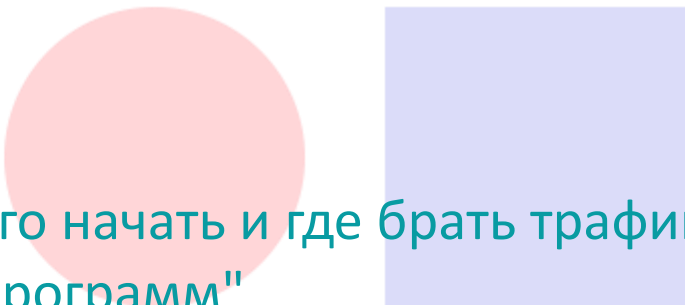

Задача такого лица — увеличить объем «полезного» трафика для определенного ресурса. Такой человек заинтересован в



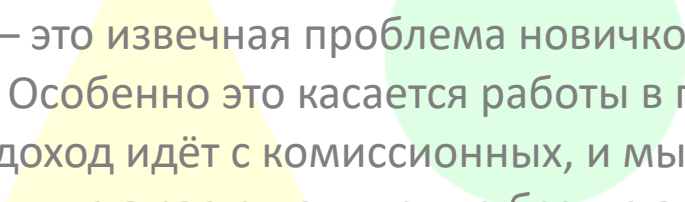
том, чтобы новые посетители выполнили определенные действия, оговорённые в партнерской программе (например, зарегистрировались, заполнили какую-то форму или даже совершили покупку).

Рефералом называют тех пользователей определенного ресурса, которые попали на него по рекомендации другого человека (реферера). Переход на сайт проекта должен быть совершен по специальной ссылке.

С ее помощью система поймет, кто именно привел нового посетителя, а также сможет привязать его к рефереру благодаря этому партнер в будущем сможет получать вознаграждение за то, что его реферал совершает платные действия (тратить деньги сам, покупая что-либо, или зарабатывает их для себя и для системы, например, занимаясь написанием статей или кликая на буксах по ссылкам).



Глава 10 - С чего начать и где брать трафик для партнёрских программ"




Где взять трафик – это извечная проблема новичков, да и не только новичков. Особенно это касается работы в партнёрских программах, где доход идёт с комиссионных, и мы привлекаем трафик не в свою подписную базу, а в базу партнёров, на их партнёрскую программу.

Трафик можно разделить на несколько видов:

- условно-бесплатный;
- дешёвый трафик;
- быстрый трафик;
- дорогой трафик.

Условно-бесплатный трафик тоже можно разделить на:

- трафик с блога;
- трафик с социальных сетей.



Условно-бесплатным трафиком можно считать посетителей с блога, привлекаемых с помощью:


- попапа;
- текстовой рекламы в начале и конце статьи;
- бесплатности в хедере и подвале блога;
- пуш уведомления;
- продающих статей.

Попап и пуш уведомления.

Очень хорошо собирают подписчиков такие инструменты как пуш уведомления и попап, которые предлагают посетителям подписаться на обновления и на какую-нибудь бесплатность.

Пуш уведомление показывается сразу при загрузке сайта, а попап появляется в тот момент, когда посетитель решил закрыть вкладку с сайтом.

Вы тоже можете настроить на своём блоге такие инструменты сбора подписчиков, предложить бесплатность и написать призыв к действию – «подписаться», «забрать», «скачать» и так далее.




Нужно стремиться набирать большие базы подписчиков. Попап можно настроить таким образом, что он будет направлять уходящий трафик на сайт партнёра, то есть на партнёрские лендинги.

Хорошо генерируют трафик статьи, написанные специально под партнёрские продукты. Эта неявная реклама приносит хорошие дивиденды в виде стабильных комиссионных.

Это условно-бесплатный трафик, так как вы тратите только свои силы и время на ведение блога и продвижение статей в ТОП. А ваши статьи приводят посетителей на постоянной основе долгое время. Блог это и ваш бренд, и доверительные отношения с читателями.

Плюс с блога идёт хороший заработок на рекламе, с продажи баннеров. То есть мало того, что вы зарабатываете, так ещё и привлекаете трафик.

Где взять трафик в социальных сетях?



Условно-бесплатный трафик с социальных сетей привлекается с помощью:

- мероприятий;
- переписки.

Привлечение трафика на партнёрские продукты, вебинары, с социальных сетей тоже весьма эффективный способ.

Делается это следующим образом: создаётся мероприятие, приглашаются люди на мероприятие, а затем, в ручном режиме ведётся дополнительная переписка, общение, помогающее людям принять решение. Этот способ довольно трудоёмкий, но рабочий, и самое главное – бесплатный.

Если вас интересует, где взять трафик бесплатно, то это довольно эффективный способ привлечения. Как создать мероприятие ВКонтакте можно прочесть в Интернете. Введите в поисковую строку: «Мероприятие ВКонтакте» и вы получите подробную инструкцию о том, что это такое и как его создать.




Дешёвый трафик.

Дешёвый трафик – это трафик с сервисов:

- seo sprint;
- socpublic;
- баннерБро;
- фотострана;
- surfearner;
- тизерные сети.

На таких сервисах как seo sprint, socpublic, можно заказывать недорогую баннерную рекламу. Правда в последнее время она стала работать хуже. Разве что привлекать трафик на реферальные программы. Можно в качестве рекламы использовать платные письма. На этих буксах работает много людей, читая письма за копейки.

Вы создаёте письмо с призывом и ссылкой для перехода на лендинг. Это письмо читают те, кто трудится на буксах, переходят на сайт, и небольшой процент людей заинтересовывается вашим предложением.



Это может быть один, два процента от общего числа. Важно то, что люди добровольно подписываются на ту бесплатность, что предлагается на лендинге.

Даже не смотря на низкий процент подписавшихся, стоимость подписчика будет ниже, чем с других источников трафика.

Вот таким образом можно привлекать подписчиков с таких буксов, где люди работают за небольшую плату.


Соответственно, таких людей могут заинтересовать предложения о зароботке.

Ещё могут хорошо сработать тематики похудения, здоровья, то есть такие, которые интересны большинству людей.

Пользуйтесь, тестируйте, получайте недорогих подписчиков.

Где взять трафик с Фотостраны?

Если у вас женская тематика, и вы ищете пользователей, которым интересны продукты об отношении, знакомствах, замужестве, любви, похудению и здоровью, то используйте




социальную сеть – Фотострана. Там реклама настраивается также, как ВКонтакте, но стоимость рекламных объявлений намного дешевле. Переходы по объявлению стоят в пределах одного рубля.

Surfeарner – целевой трафик для Ваших проектов.

Вы поймёте, как работать в сервисах, как настраивать рекламу. Настраивается контекстная реклама, которую люди просматривают за деньги, соответственно они переходят на рекламируемый сайт, и многие по своему желанию регистрируются на предложенный продукт.

Однако нужно понимать, что трафик на буксах не безграничный, и если сначала объявление идёт хорошо, много подписчиков, то со временем показатели падают.

Поэтому важно отслеживать количество подписок, и когда показатели начинают падать, вовремя останавливать показы, чтобы не слить деньги впустую. Если в первые дни подписчик обходится вам в 10, 15 рублей, то со временем цена начинает расти до 20, 30 рублей за подписчика.



Это сигнал к тому, что необходимо менять объявление, текст, картинки, а затем и вовсе останавливать рекламу на данный лендинг.

Тизерные сети.

В тизерных сетях, таких как teaser.bz и TeaserNet.com, трафик дешёвый, но первое время понадобится слить определённую сумму денег на тестирование площадок. Так как очень много некачественных площадок, применяющие ботов, много автоматических кликиваний.

Чтобы исключить некачественные площадки из показов, следует их выявить в процессе тестирования и внести в исключения.

Только после этого запускать полномасштабную рекламную кампанию. Такая реклама не дорогая и может приносить неограниченное количество трафика за короткие сроки.



Быстрый трафик.

Самый эффективный способ быстро привлечь трафик на партнёрскую программу, на вебинар, или в свой подписной лист, это обратиться на рассылку писем по чужим базам.

Где взять трафик в рассылках авторов тематических баз:

- покупка рекламного выпуска в рассылке автора, с возможностью оплаты за переходы или за подписчиков;
- групповой взаимопиар;
- взаимопиар 1*1.

Рассылка писем по базам авторов.

На первом месте находится рассылка писем по базам авторов схожей тематики рассылок. Можно выкупить выпуск рассылки, либо договориться об оплате за переходы или за подписчиков.

В любом случае авторов рассылок нужно выводить на скайп беседу и просматривать статистику в реальном времени. Смотреть, насколько эффективны их базы, какая открываемость, сколько переходов.



Групповой взаимопиар.

Для группового взаимопиара можно использовать:

- listPR;
- wowtraf;
- mail-katalog;
- booster Plus.


Все они хорошо себя показали, при пиарах есть платный вариант.

В Mail-katalog и Booster Plus трафик бесплатный, он не очень высокого качества, но тем не менее, основной плюс в том, что этот трафик бесплатный и его много. Эти способы нужно использовать.

Очень быстрый эффект вы получите после такого взаимопиара.

Взаимопиар 1x1.

Взаимопиар 1x1 – это самый лучший способ, по моему мнению. При таком способе вы отправляете письмо автора по

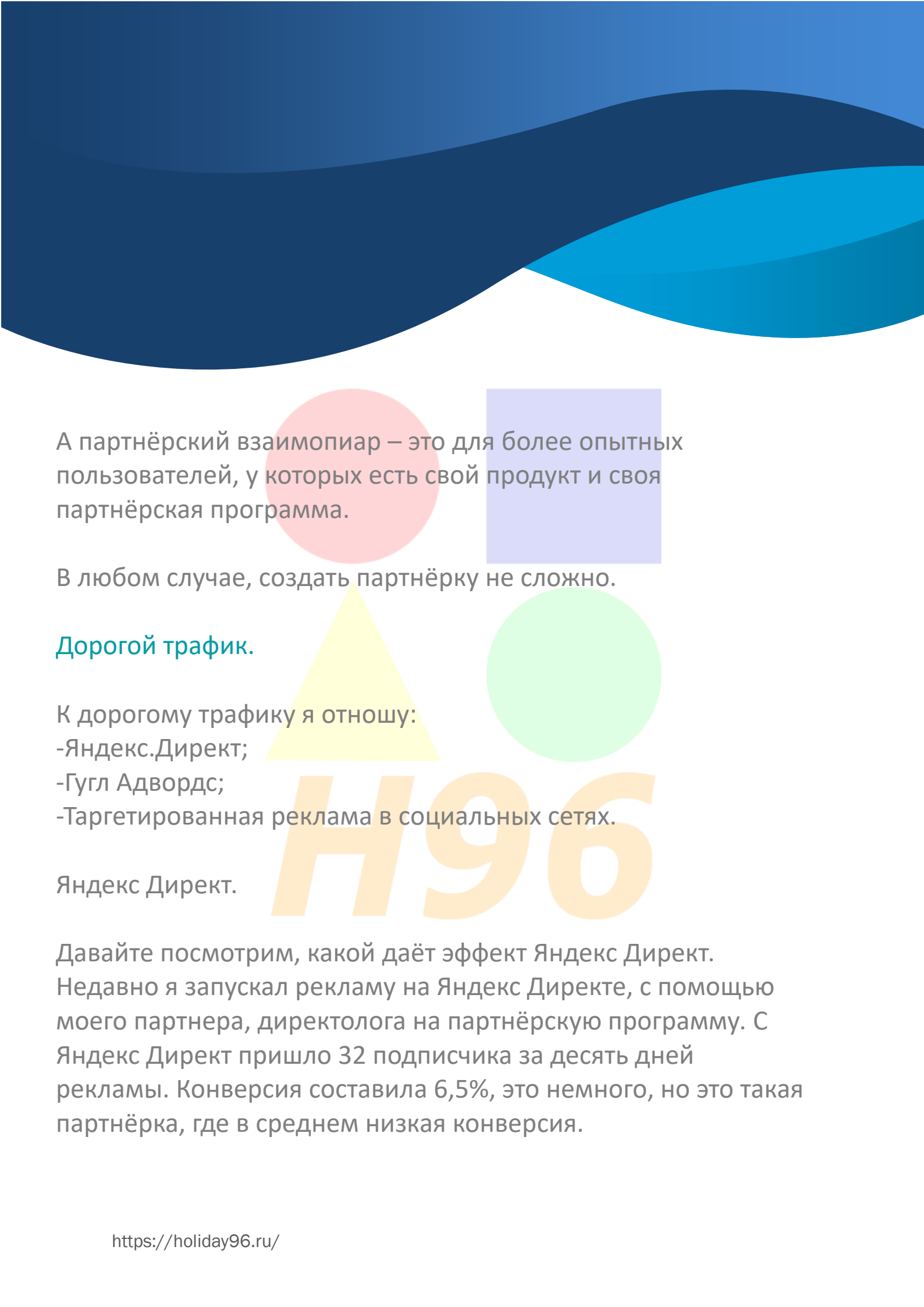


своей базе, а он отправляет ваше письмо по своей базе. Начинать можно пиариться с 200, 300 подписчиков, и продолжать делать это регулярно.

После того, как в вашей базе будет более 1000 подписчиков, можно создать свою партнёрскую программу, с воронкой продаж, с собственным инфопродуктом.

Затем создаются взаимопиары 1x1 по партнёрским ссылкам. То есть вы отправляете письмо на продукт другого автора, по своей партнёрской ссылке, а он отправляет трафик на ваш продукт по его партнёрской ссылке. Такие взаимопиары приносят подписчиков, клиентов, продажи вашего продукта и комиссионные с продажи партнёрского продукта.

То есть, вы не только получаете бесплатно подписчиков, но ещё и можете хорошо заработать с рассылки одного письма. Поэтому это нужно использовать обязательно. По крайней мере взаимопиар 1x1.



А партнёрский взаимопиар – это для более опытных пользователей, у которых есть свой продукт и своя партнёрская программа.

В любом случае, создать партнёрку не сложно.


Дорогой трафик.

К дорогому трафику я отношу:

- Яндекс.Директ;
- Гугл Адвордс;
- Таргетированная реклама в социальных сетях.

Яндекс Директ.


Давайте посмотрим, какой даёт эффект Яндекс Директ. Недавно я запускал рекламу на Яндекс Директе, с помощью моего партнера, директолога на партнёрскую программу. С Яндекс Директ пришло 32 подписчика за десять дней рекламы. Конверсия составила 6,5%, это немного, но это такая партнёрка, где в среднем низкая конверсия.



Это связано с тем, что на этой партнёрской программе большое количество партнёров, которые активно её рекламируют, соответственно идёт большой поток трафика, делаются массовые рассылки писем. Из-за чего, многие почтовые сервисы воспринимают такие рассылки как спам, и очень часто письма подтверждения либо попадают в папку спам, либо вообще не доходят до пользователей.

Очень важно рассчитать предполагаемую прибыль, то есть вы должны высчитать, сколько прибыли у вас будет с одного подписчика для того, чтобы определить оптимальную стоимость привлечения клиентов с рекламной кампании Яндекс Директа. То есть, если вы пригнали 100 подписчиков, а получите предполагаемый доход в 1000 рублей, значит с одного подписчика – 10 рублей. Исходя из таких расчётов, определяем стоимость привлечения трафика не более 9 рублей за лид.

Конечно, было бы здорово получать лиды за 1 рубль, но так не бывает к сожалению, качественный, целевой трафик на данный момент стоит дорого.



Конечно, за исключением условно-бесплатного трафика с блога, о котором я вам рассказывал выше.


Гугл Адвордс.

Следующий способ привлечения трафика – реклама в Гугл Адвордсе. Это то же самое, как и в Яндекс, настраивается контекстная реклама в поисковике Google. Кто говорит, что настройки там такие же, как и в Яндексе, другие говорят, что они сильно отличаются.

У каждого свой взгляд и своё мнение. Но для России более привычный Яндекс Директ, он пользуется большим спросом и лучше работает в русскоязычной среде.

Таргетированная реклама в социальных сетях.

Таргетированная реклама в социальных сетях тоже относится к дорогому способу привлечения трафика. Рекламные объявления вы можете видеть в колонке с левой стороны страницы ВКонтакте.



Эта реклама хороша тем, что можно настраивать её на определённых пользователей, исключая показы для нецелевой аудитории.

Для рекламы в социальных сетях главное чётко определить «свою» аудиторию, и настроить рекламу только на неё, тогда можно получить хороший эффект от рекламной кампании.

ВКонтакте часто возникает проблема с модерацией объявлений, в Яндекс Директе модерация проще, они не так придираются к объявлениям, как в социальных сетях.

Мы с вами разобрали, где взять трафик на партнёрскую программу. Тема вечная, в ней нужно постоянно развиваться, тестировать. Никто и ничто не гарантирует вам положительного результата без проведения различных

тестовых кампаний, по разным каналам. Надеюсь, теперь вам стало понятно, где взять трафик для партнёрских программ.



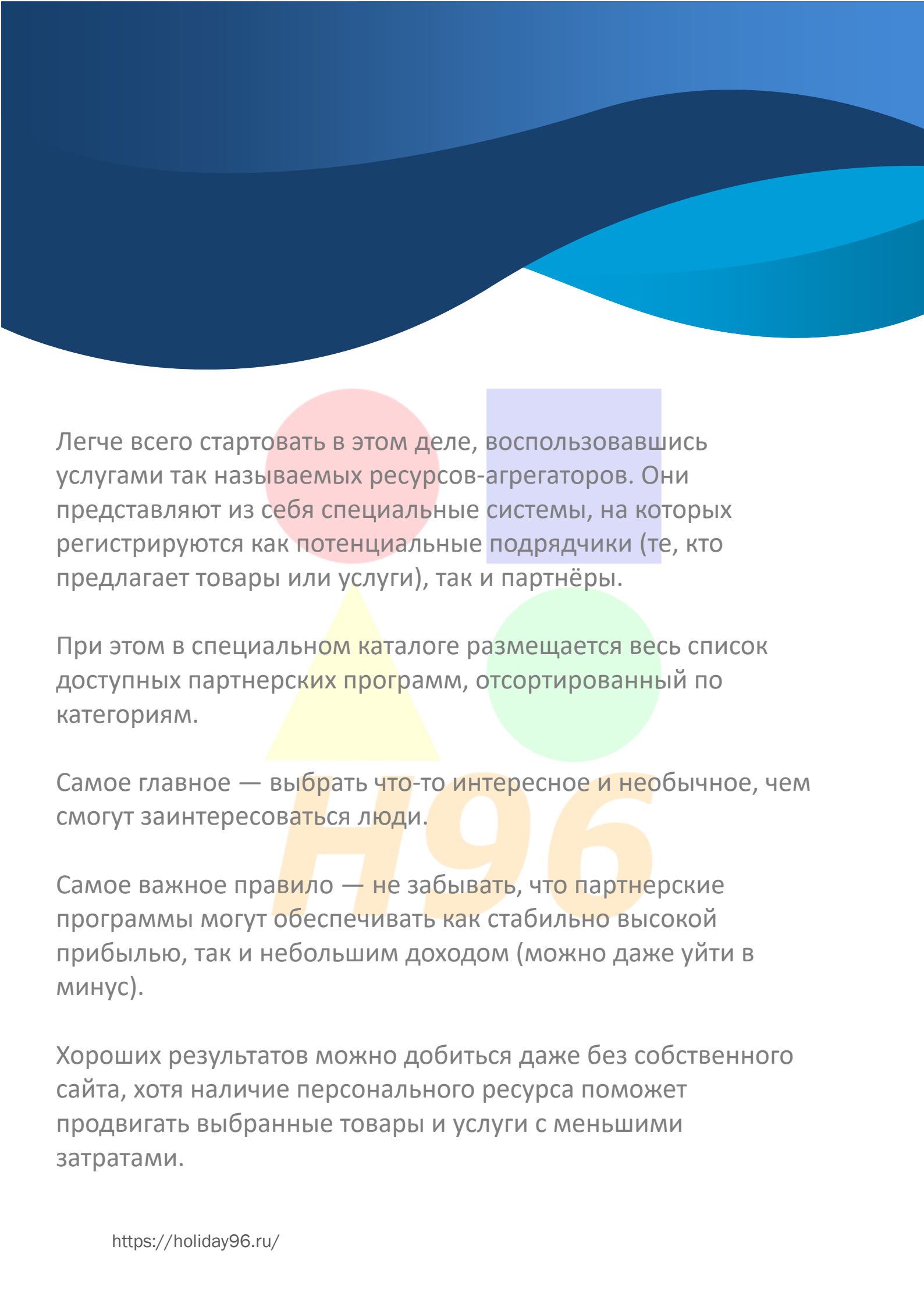
Глава 11 – Заключение.

Исходя из вышеописанного напрашивается логичный вывод: заработать как с вложениями, так и без на партнёрских программах абсолютно реально, что подтверждается не только большим количеством предложений по сотрудничеству, но и наличием у давно известных проектов своей собственной системы привлечения новых посетителей и клиентов.

Фактически, чтобы начать получать прибыль, продвигая какой-то товар или услугу, необходимо запомнить несколько шагов:

- сначала надо выбрать подходящую партнерскую программу, чтобы затем в ней зарегистрироваться;
- далее необходимо получить специальные ссылки на товары и услуги и начать их повсеместного продвигать.

Для этого можно воспользоваться как персональным блогом или сайтом, так и сервисами контекстной рекламы.




Легче всего стартовать в этом деле, воспользовавшись услугами так называемых ресурсов-агрегаторов. Они представляют из себя специальные системы, на которых регистрируются как потенциальные подрядчики (те, кто предлагает товары или услуги), так и партнёры.

При этом в специальном каталоге размещается весь список доступных партнерских программ, отсортированный по категориям.

Самое главное — выбрать что-то интересное и необычное, чем смогут заинтересоваться люди.

Самое важное правило — не забывать, что партнерские программы могут обеспечивать как стабильно высокой прибылью, так и небольшим доходом (можно даже уйти в минус).

Хороших результатов можно добиться даже без собственного сайта, хотя наличие персонального ресурса поможет продвигать выбранные товары и услуги с меньшими затратами.



Серьезный подход к этому делу гарантирует ежемесячную прибыль, которая может варьироваться от десятков до сотен тысяч рублей и более!

При этом верхней границы не существует, ведь доход зависит только от количества партнерских соглашений и эффективности продвижения.



H96