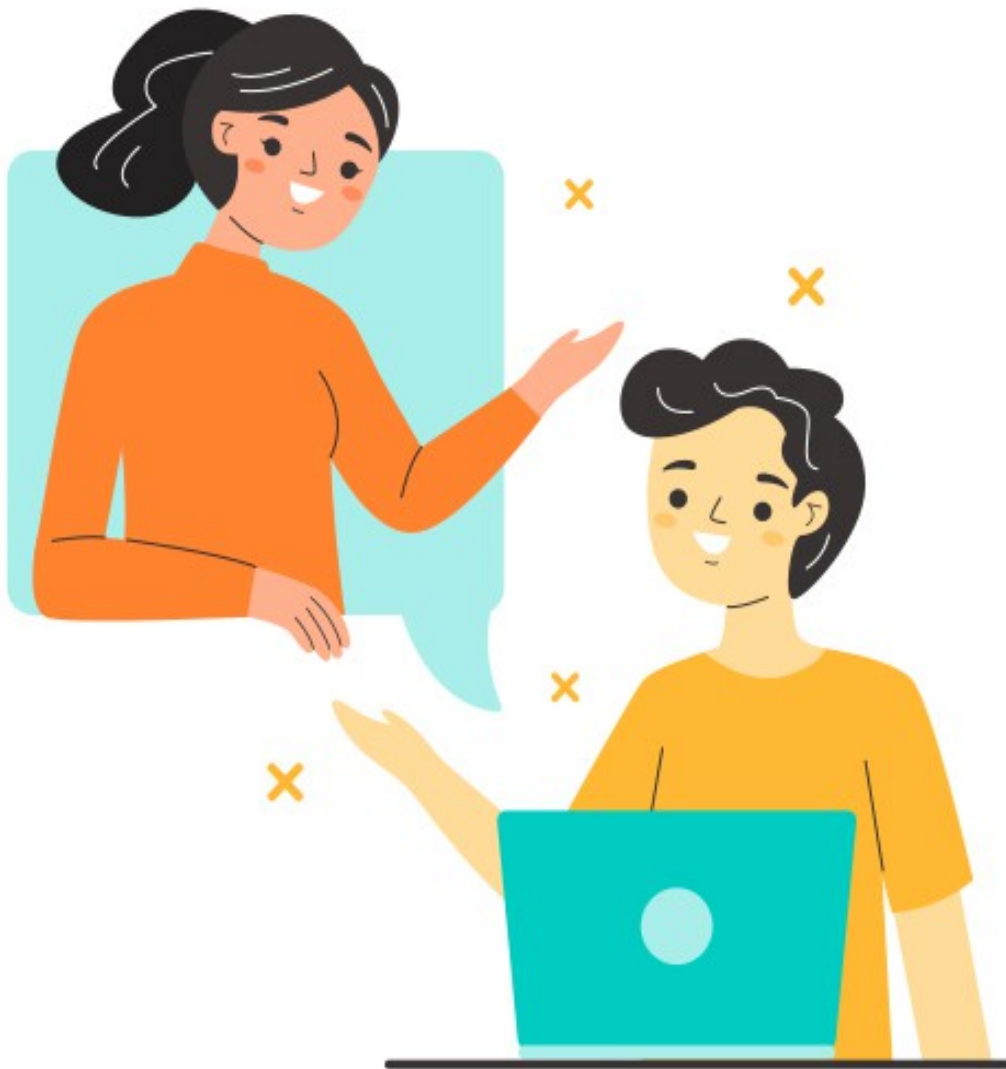


7 распространённых ошибок в партнёрском маркетинге



www.ebookexe.ru

ЮРИДИЧЕСКОЕ УВЕДОМЛЕНИЕ:

Издатель стремился к максимальной точности и полноте при создании настоящего отчета, несмотря на то, что он не гарантирует и не заявляет в какой-либо момент, что его содержание является точным из-за быстро меняющегося характера Интернет.

Несмотря на все меры, предпринятые для проверки информации, представленной в данной публикации, Издатель не несет ответственности за ошибки, упущения или противоречивое толкование содержания. Любые предполагаемые оскорбления в адрес отдельных лиц, групп или организаций являются непреднамеренными.

В книгах с практическими советами, как и во всём остальном в жизни, нет никаких гарантий дохода. Читателям рекомендуется отвечать самостоятельно, исходя из своих индивидуальных обстоятельств и действовать соответственно.

Эта книга не предназначена для использования в качестве источника юридических, деловых, бухгалтерских или финансовых консультаций. Всем читателям рекомендуется обратиться за помощью к компетентным специалистам в области права, бизнеса, бухгалтерского учета и финансов.

Для удобства чтения рекомендуем вам распечатать эту книгу.

7 САМЫХ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ОШИБОК В ПАРТНЕРСКОМ МАРКЕТИНГЕ

**Обязательное руководство для всех
маркетологов, занимающихся партнерским
маркетингом...**

Партнерский маркетинг — лучшее место для начала

Каждому нужно с чего-то начинать. И для новичков в интернет-маркетинге лучшим стартом, возможно, станут партнёрские продукты. Вместо того, чтобы проходить трудоёмкий и дорогостоящий процесс создания собственного продукта (сомнительного качества) и затем пытаться продать его широким массам, почему бы не начать с поиска качественного продукта, созданного тем, кто уже пользуется высокой репутацией? Вы сэкономите кучу времени, денег, нервов и силы воли; и при этом сможете заработать — на самом деле, очень, очень хорошие деньги. Многие ведущие интернет-маркетологи сегодня всё ещё продают партнёрские продукты, хотя и зарабатывают на этом немалые деньги. Почему? Потому что это всё ещё фантастический заработок и не требует больших усилий.

Итак, учитывая всё вышесказанное, важно отметить, что партнёрский маркетинг — это не просто прогулка в парке. Это, конечно, проще, чем масштабный запуск продукта в стиле Джеффа Уокера, но, как и в любом деле, здесь есть множество ловушек, которые только и ждут, чтобы поглотить вас и ваши деньги. Сделайте себе одолжение: прислушайтесь к моим словам и избегайте этих ловушек. В этом разделе я расскажу о семи самых популярных:



План партнёрского маркетинга

Как разбогатеть, продавая чужие продукты

В этой электронной книге вы узнаете об основах - всё, что вам нужно знать о партнёрском маркетинге. Выбор ниши - что следует продвигать. Настройка вашего партнёрского веб-сайта. Настройка и оптимизация ваших объявлений. Как и где продвигать ваш сайт. Быть узнаваемым - создание бренда. Развитие вашего бизнеса и мн. др.

[Узнать подробнее>>](#)

Ошибка №1:

Выбор плохого продукта для продвижения

Не все продукты одинаковы. На самом деле, именно это, вероятно, и является движущей силой вашего решения продавать партнёрские продукты: по большей части, вы смирились с тем, что на рынке уже есть множество высококачественных продуктов, и если вы создадите свой собственный, он может оказаться не в лучшем свете.

Если вы решили забрать свой продукт [выбирайте товары из списка](#) очень тщательно. Вместо того, чтобы наобум выбирать товары с самой высокой комиссией, ищите те, которые имеют самые высокие рейтинги популярности и значимости. Если многие люди часто их покупают, они, должно быть, лучше, чем другие продукты для продажи в этой нише.

Помимо выбора хороших товаров в нишах, вам также стоит [искать хорошие ниши](#). Вот вам глупый совет, который, тем не менее, проиллюстрирует мою мысль: не продавайте садовые шланги зимой. Никто их не купит. Сосредоточьтесь на товарах, которые нужны многим; и если их популярность только что резко возросла, сейчас самое подходящее время выйти на рынок.

Ошибка №2:

Выбор низкого коэффициента преобразования

Как участник партнерского маркетинга, ваша цель — получить прибыль от усилий других людей и от денег, потраченных на копирайтеров, разработчиков продуктов и программное обеспечение. Если вы выберете продукт, который не использует эти преимущества в полной мере, вы, вероятно, получите меньше выгоды.

Возьмём, к примеру, показатели конверсии. Не все создатели продуктов нанимают первоклассного копирайтера. Многие из них просто пишут тексты сами. Многие также не нанимают никого для построения графиков для продающей страницы. Вместо этого они пытаются сделать [Бесплатные электронные книги для заработка в интернет](#)

это самостоятельно. В итоге? Страница выглядит ужасно, текст содержит серьёзные ошибки, а продукт плохо конвертирует.

Прежде чем начать продвигать какой-либо конкретный продукт, внимательно прочитайте страницу продажи и сравните её с другими. Чувствуете ли вы непреодолимое желание купить? Вас оттолкнула графика? Не удалось ли вам заманить в текст? Всё это может стать фатальной ошибкой как для продавца, так и для вас. В этот момент вы ничем не можете помочь продавцу, но можете отказаться от его товара и найти более подходящий. Сделайте себе одолжение: выберите подходящий товар.осторожно.



Партнерский умник

Станьте доном партнерского маркетинга.

Если вы всегда мечтали зарабатывать деньги в Интернете, но беспокоитесь, что у вас нет продукта или услуги или даже того, что нужно для создания бизнеса, то пришло время. Откройте для себя первое в мире руководство по основам, от начала до конца, ПОЛНОЕ руководство по зарабатыванию денег, продавая чужие продукты и услуги.

[Узнать подробнее>>](#)



Подводная ошибка №3: продажа змеиного масла продавцу змеиного масла

Этой ловушки особенно важно избегать, если у вас есть список. Достаточно одного ошибочного продвижения продукта, и вы можете столкнуться с массовым оттоком клиентов из списка. И снова, не повторяйте эту ошибку.

Даже если у вас может возникнуть соблазн продвигать следующий «крупный запуск», убедитесь, что вы не покупаетесь на всё подряд. Несколько маркетологов выразили недовольство своим выбором для продвижения последнего предложения, после того, как подписчики пожаловались на то, что Его страница продаж была переполнена ненормативной лексикой и сексистскими комментариями. Не будьте одним из них. Тщательно проверяйте всё, прежде чем добавлять это в свой список. Если вы не богатый придурок, вам вряд ли захочется, чтобы люди думали, что вы просто богатый придурок.

Кроме того, не стоит подстраиваться под шумок крупных акций, связанных с партнёрскими продуктами. Вместо этого подождите, пока ажиотаж немного утихнет, а затем опубликуйте подробный обзор продукта (что большинство партнёрских маркетологов не делают). Это значительно увеличит ваши шансы на продажи и поможет вам сохранить доверие.

И наконец, избегайте продвижения продуктов, содержащих возмутительные и ложные заявления.

Карл Саган однажды сказал: «Невероятные заявления требуют невероятных доказательств». В большинстве случаев эти торговцы жуткими снадобьями не могут предоставить вам никаких невероятных доказательств, но они всё же делают заявления. Избегайте их продвижения и не становитесь их частью.

Ошибка №4:

Выбор продуктов с низкими комиссионными

Если вы рекламируете товар определённому списку людей, они рассмотрят лишь ограниченное количество предложений за определённый период времени, поэтому выбирайте те, которые продвигаете, с умом. Если вы продвигаете что-то, что приносит вам комиссию всего в 25%, то Вы много времени теряете. В реальности вы, вероятно, [могли бы найти аналогичный продукт](#) с комиссией 50% или 75%.

С точки зрения фактической стоимости комиссии – не переживайте так сильно. Хотя многие ведущие интернет-маркетологи сейчас говорят,

что концентрируются на продвижении дорогостоящих товаров (поскольку даже несколько продаж принесут много денег), вы всё равно можете неплохо заработать, продавая относительно дешёвые отчёты. Растущая популярность отчётов за 200 - 500 рублей — тому подтверждение.

Поэтому избегайте продавцов, предлагающих дешевые товары, но не беспокойтесь слишком сильно о цене.



Партнер-миллионер

Курс о том, как создать домашний бизнес на партнерских программах, без сайта, без рассылок, без базы и технических заморочек.

Это очень простой метод, и каждый может начать его использовать, независимо от возраста и уровня знаний.

Независимо от того, в какой стране вы находитесь, партнёрский бизнес сейчас на пике популярности, и у вас есть возможность заработать в любой точке мира.



[>>Узнать подробнее](#)



Ошибка №5: Неспособность собрать лиды

Всегда, всегда, всегда, всегда привлекайте потенциальных клиентов. Вместо того, чтобы генерировать трафик [с помощью оплаты за клик](#), поисковой оптимизации и других методов, а затем отправлять его на страницу продукта.

Если вы хотите, чтобы трафик по вашей партнёрской ссылке пришёл, вам следует сначала постараться конвертировать его в подписчиков. Почему? Две причины: простая математическая логика и коллективный опыт многих маркетологов.

Простое математическое рассуждение выглядит примерно так: практически каждый, кто мог бы купить продукт, [подпишется на вашу рассылку](#). И многие, кто точно не купил бы продукт, подпишутся на вашу рассылку. Список. Вместо конверсии в 1–3% (в партнёрских продажах) вы будете конвертировать от 15 до 40% посетителей (в вашу рассылку). Таким образом, у вас появится возможность связаться как с заинтересованными покупателями, так и с неохотными. Кроме того, они в списке, и это уже не разовая акция. У вас есть возможность предлагать им услуги снова и снова в течение месяцев или даже лет.

Для маркетолога один из лучших инструментов — это ваш список. Всегда, всегда, всегда используйте его вместо разовой продажи.

Ошибка №6: **Игнорирование важности своевременности**

В бизнесе в целом быстрые часто превосходят тех, кто обладает большими ресурсами. Сегодня Google — уже не маленькая компания со скудными доходами, но в прошлом он появлялся из ниоткуда, чтобы превзойти конкурентов, обладающих огромными ресурсами; и делал это с хитростью.

Как это применимо к вам? Успешное продвижение партнёрского продукта требует большего, чем просто разместить партнёрскую ссылку в письме и разослать его нескольким тысячам человек. Если вы рассчитываете на то, что они действительно что-то купят, ваше письмо должно быть информативным, а не рекламным.

Если вы сможете искренне написать свое электронное письмо так, как будто это новостной анонс, у вас гораздо больше шансов вызвать интерес, чем если бы вы отправили ссылку на электронную книгу по интернет-маркетингу, написанную в 1998 году и не пользовавшуюся тогда особой популярностью.

Вам нужно найти запуски продуктов, которые можно назвать «событием». Найдите что-то настолько масштабное, что люди будут [Бесплатные электронные книги для заработка в интернет](#)

следить за этим событием и комментировать его. Если вам удастся найти такой продукт (например, iPhone в мире интернет-маркетинга), крайне важно самостоятельно спланировать его продвижение и запуск, сосредоточиться на создании и выпуске продукта. Вам нужно убедиться, что участники вашего списка покупают у вас, а не у другого владельца списка.

Короче говоря: следите за часами и календарём. Если приближается важный запуск, нужно как можно скорее воспользоваться им. Второго шанса может не быть. Так что хватайтесь за него, пока он есть.



Настольная книга по партнерскому маркетингу

Книга-руководство для новичков в теме заработка на партнерках

Пошаговая книга, настольный путеводитель который будет полезен новичкам на старте. Сможет плавно вводить людей в тему партнёрского маркетинга, как то расставлять по полочкам Как устроен заработок на партнёрках и Как работает партнёрский маркетинг, Как зарабатывать на партнёрках, Сколько можно зарабатывать, Какие есть партнёрские программы, Какие более выгодные, какие менее выгодные, Какие тематики востребованы, Какие способы продвижения стоит использовать, какие не стоит и более того - они запрещены, Каких ошибок стоит избегать на старте, Чтобы книга могла дать пошаговый план старта в партнёрках и могла ответить на многие вопросы начинающих в этой теме.

[Узнать подробнее>>](#)



Ошибка №7:

Игнорирование важных цифр

Многие аффилированные маркетологи не учитывают множество мелких, но важных расчётов, необходимых для ведения бизнеса и

получения прибыли. Например, многие аффилированные маркетологи полностью игнорируют раздел выписки из каждой продажи. Вместо этого они просто смотрят на цену и комиссию.

Кроме того, многие игнорируют показатели конверсии, ставки оплаты за клик и количество времени, которое они тратят на проекты. Они также не могут реалистично оценить стоимость рекламных усилий и степень риска, который они могут с ними столкнуться. Они игнорируют все эти незначительные детали и посвящают большую часть времени мечтам о богатствах, которые они заработают.

К сожалению, партнёрский маркетинг так не работает. Если вы платите слишком много за трафик, если ваши показатели конверсии слишком низкие, если вы тратите слишком много времени на проекты, не приносящие высокой доходности, — результат плохой. Ваши цифры не сходятся. В конце дня, месяца или года вы можете оказаться в долгах, а не в прибыли. А поскольку вы — индивидуальный предприниматель, а не генеральный директор корпорации, это означает, что вам вообще не заплатят. Хуже того, вы можете потерять часть своих собственных денег, которые вы заработали тяжким трудом.

Заключение

Итак, как всё это работает? Как вы уже прочитали, в партнёрском маркетинге есть семь распространённых ловушек. Если вы попадёте в них, партнёрский маркетинг приведёт вас в долги, а не сделает богатым.

Как же избежать этих ловушек, принимать более взвешенные решения и в конечном итоге разбогатеть с помощью партнёрского маркетинга? Для начала выберите действительно качественные товары. Как я уже упоминал, товар с низким спросом будет продаваться мало, как бы вы ни старались его продвигать. Если спроса нет, создать его невозможно. Даже не пытайтесь.

Затем, в нишах с высоким спросом, найдите действительно выигрышный продукт. Найдите то, что хорошо конвертируется. Это можно

сделать, посмотрев [популярные и высокодоходные продукты](#). Также можно [просмотреть страницы продаж](#), чтобы найти товары с невероятно привлекательным текстом, хорошими бонусами и разумными ценами.

Помимо выбора продукта, который, скорее всего, будет хорошо конвертироваться, вам также следует убедиться, что заявления разумны, а продавец заслуживает доверия. Один плохой товар может серьёзно подкосить ваши позиции в глазах подписчиков. Сделать одну продажу и потерять покупателя, который в противном случае стал бы постоянным, редко стоит того.

Начав генерировать трафик для своих кампаний по партнёрскому маркетингу, не забывайте направлять его [на форму подписки](#), а НЕ на партнёрскую ссылку. Если вы перенаправите человека напрямую на партнёрскую ссылку, вы, скорее всего, больше никогда о нём не услышите, независимо от того, приведёт ли это к покупке или нет. Сбор лидов критически важен. Если вы этого не делаете, как это делают многие партнёрские маркетологи, вы теряете много денег по сравнению с теми суммами, которые тратите.

И наконец, сделайте себе одолжение и отслеживайте коэффициенты конверсии, цены заявок, комиссионные, комиссионные брокеров и все остальные мелкие цифры, которые маркетологи предпочитают игнорировать. Знание, понимание и корректировка этих показателей могут стать решающим фактором между прибылью и долгом. Вы можете игнорировать их, если хотите, но это не улучшит ваш бизнес.

Учитывая всё вышесказанное, теперь вы готовы попробовать себя в партнёрском маркетинге. Риски немалые, но вы уже знаете семь главных; избегайте их, и вы будете получать прибыль, следуя по стопам прежних успешных партнёров.

НейроПартнер

**Запустите систему автопродаж и зарабатывайте
на 100% партнёрах с помощью нейросетей за 10
дней**



6 мастер-классов, по 1-1,5 часа + 30 дней
личная помощь каждому!

Записи уроков и доп материалы остаются у вас навсегда.

Между эфирами у учеников будет время выполнить, доделать
задание.

Чат в Телеграмме с обратной связью.

Если у ученика техническая загвоздка, то лично помогут все
настроить.

[Узнать подробнее>>](#)