

Основное руководство по получению прибыли от партнёрской программы

Что вам нужно знать о зарабатывании денег
в качестве партнера



Основное руководство по получению прибыли от партнёрской программы

ВНИМАНИЕ! Вы не можете продавать эту книгу ни отдельно, ни в составе какого-либо комплекта курсов (материалов в электронном виде).

Вы можете давать эту книгу бонусом за подписку на вашу рассылку и/или распространять его бесплатно любым незапрещённым способом.

НО! Вы можете приобрести права личной марки на эту книгу и делать что угодно с ней - изменять в любом виде содержание, дополнять что-то от себя, менять полностью оформление, вставлять любую свою рекламную информацию - на свои проекты, на партнерские продукты и т. д.;

Вы можете изменять как угодно все, что входит в комплект - от графики (есть все исходники в PSD) до сайта;

Книга по сути является шаблоном для дальнейшей модернизации. Вы можете использовать ее в таком виде, в каком она сейчас, либо модернизировать ее и сделать совершенно другим продуктом.

[Подробнее об этом предложении смотрите здесь>>](#)

© Все права защищены по всему миру.

ОТКАЗ ОТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И/ИЛИ ЮРИДИЧЕСКИЕ УВЕДОМЛЕНИЯ:

Информация, представленная в этой электронной Книге представляет точку зрения издателя на момент публикации. Издатель оставляет за собой право изменять и обновлять свое мнение с учетом новых условий. Эта электронная книга предназначена только для информационных целей. Автор и издатель не несет никакой ответственности за любые обязательства, возникающие в результате использования этой информации. Несмотря на то, что были предприняты все усилия для проверки представленной здесь информации, автор и издатель не могут нести никакой ответственности за ошибки, неточности или упущения сессии.

Любое сходство с людьми или фактами непреднамеренно. Никакая часть этой электронной книги не может быть воспроизведена или передана в любой форме, электронной или механической, включая фотокопирование, запись или с помощью любой системы хранения или поиска информации сполучено письменное, датированное и подписанное разрешение издателя.

В соответствии с рекомендациями Федеральной торговой комиссии:

РАСКРЫТИЕ СОЕДИНЕНИЯ МАТЕРИАЛА:

Издатель этой книги может быть или имеет аффилированные отношения и/или другую материальную связь с поставщиками товаров и услуг, упомянутых в этой книге, и может быть возмещена при покупке по любой из ссылок, содержащихся в ней.

Вы всегда должны проявлять должную осмотрительность, прежде чем покупать товары или услуги у кого-либо через Интернет или «офф-лайн».

Краткое введение в партнерский маркетинг...

Партнерский маркетинг — это «вечнозеленый» способ заработка в Интернете. Стратегии интернет-маркетинга и «причуды» приходят и уходят, но партнерский маркетинг остается вечно популярным, и на это есть веские причины.... на партнерстве можно заработать хорошие деньги, если знать, что вы делаете — и начать относительно легко.

Поскольку вы читаете этот отчет, я предполагаю, что вы знаете, что такое партнерский маркетинг. Если вы этого не делаете, то все очень просто: вы продвигаете продукты других людей, используя свою уникальную партнерскую ссылку (это могут быть цифровые или физические продукты или услуги), а затем вам платят комиссию каждый раз, когда кто-то, кого вы рекомендовали, что-то покупает.

Самое замечательное в партнерском маркетинге то, что вам не нужно беспокоиться о таких вещах, как создание продукта или покупке продуктов. Когда вы становитесь партнером по маркетингу, не обязательно вкладывать средства — вы просто регистрируетесь, чтобы получить партнерскую ссылку от поставщика продукта, и все готово. Конечно, вы можете вложить деньги в продвижение своих ссылок, но это совершенно необязательно.

Партнерский маркетинг работает, потому что он решает две ключевые проблемы за один раз:

1. Поставщикам продуктов всегда нужно больше клиентов, и поэтому они используют партнеров, чтобы помочь им найти их - бесплатно.

2. Люди, у которых нет собственных продуктов для продажи, могут продвигать продукты в качестве партнера, и у них сразу же появится что-то для продажи, приложив минимум усилий.

Конечно, реальность такова, что большинство филиалов также являются продавцами продуктов, и наоборот. Любой успешный маркетолог будет иметь свои собственные продукты и продвигать продукты других людей в качестве партнера. Но если вы только начинаете, вы можете начать с партнерской программы, а затем по мере накопления опыта переходить к созданию и продаже собственных продуктов.

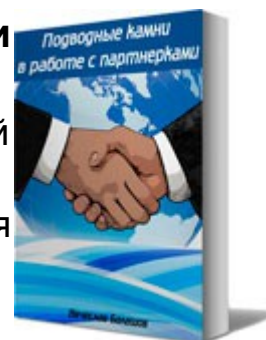


Подводные камни в работе с партнёрами

Партнерские программы (партнерки) – отличный способ заработать деньги в Интернете, не создавая собственных инфопродуктов и не имея своего инфобизнеса.

Вы владеете компьютером и у вас есть интернет?

Тогда Вы легко сможете зарабатывать на партнерках до 100 000 рублей в месяц!



[Узнать подробнее>>](#)

Сколько можно заработать партнером по маркетингу?

Партнерские комиссии могут составлять от 1% до 100% от стоимости покупки. Вы, как правило, обнаруживаете, что за физические продукты выплачивается более низкая процентная комиссия, в то время как за цифровые продукты, такие как электронные книги и курсы, придется платить более высокую комиссию. Это просто потому, что у поставщика цифровых услуг очень мало затрат на ведение своего бизнеса, и поэтому они могут позволить себе более щедро выплачивать свои комиссионные.

Кроме того, поставщики цифровых технологий, как правило, включают в воронку продаж другие продукты, которые часто имеют гораздо более высокую ценность. Например, они могут предложить вам 100% комиссионных за «внешний» продукт, но он может продаваться всего за 5 долларов, тогда как их «внутренний» продукт может продаваться за 97 долларов. В этом случае они могут предложить вам только 25% комиссионных за конечный продукт или даже не предложить их вообще. По сути, они используют внешний продукт, чтобы привлечь как можно больше людей в свою воронку продаж, и предложение 100% комиссионных партнерам является ключевым способом помочь им в этом.

Как быстро вам заплатят?

Некоторые продукты предлагают мгновенные комиссионные, которые выплачиваются прямо на ваш счет сразу после совершения продажи. Другие партнерские схемы заставляют вас ждать до конца установленного периода (скажем, 1 месяца), прежде чем они вам что-нибудь заплатят, и иногда

учитываются такие вещи, как периоды возврата средств. В конце концов, поставщики продуктов не хотят платить вам комиссию, а затем вынуждены возвращать деньги покупателю, потому что они, очевидно, проиграют.

Если вы новичок в Партнерском маркетинге, то вам может быть интересно, как продавцы продуктов узнают, какой партнер отправил им продажу, поскольку у них могут быть сотни разных партнеров, продвигающих их продукты.

Простой ответ заключается в том, что каждому партнеру предоставляется уникальная партнерская ссылка (URL), которую он может использовать. Эти ссылки отслеживаются с помощью файлов cookie, поэтому они всегда точно знают, кто и когда отправил им продажу. Во многих случаях файлы cookie могут храниться месяцами, поэтому даже если вы отправите кого-нибудь на веб-сайт поставщика, и он сначала не совершит покупку, а вернется через 3 месяца и купит что-то, вы все равно получите оплату.

Довольно круто, да?



Секреты Успешного Партнерского Маркетинга Раскрыты!

Книга Научит Вас, Как Выбрать Лучшие
Партнерские Программы и Как
Максимизировать Прибыль Из Этой Выборки!

Узнайте, как выбрать правильную партнерскую программу!
Определите лучшую партнерскую модель для Вашего сайта!

[Узнайте, как увеличивать Ваш партнерский доход>>](#)

Выбор товаров для продвижения

Конечно, нет недостатка в продуктах для продвижения. независимо от того, интересны ли вы в цифровом или физическом виде.

На самом деле, это вызывает интересную дискуссию... Что лучше продвигать: физические продукты или цифровые продукты, такие как электронные книги, курсы, видео и т. д.?

У обоих есть свои преимущества и недостатки — и это будет зависеть от таких вещей, как ваши конкретные интересы и в какой нише вы находитесь. Например, если вы находитесь в одной из ниш хобби, вы, вероятно, не обнаружите недостатка физических продуктов для продвижения, но если вы находитесь в такой нише, как Интернет-маркетинг, тогда цифровые технологии могут стать подходящим вариантом. Многие люди предпочитают цифровые продукты, потому что вам часто платят более щедрые комиссионные, и они часто выплачиваются вам немедленно — и именно на этом мы собираемся сосредоточиться в первую очередь в этом отчете. Однако, если вы занимаетесь, например, такой нишей, как диета или похудение, у вас может быть возможность продвигать как цифровые, так и физические продукты.

Теперь мы закончили с этим, и пришло время познакомить вас с некоторыми основными партнерскими программами и обсудить некоторые преимущества и недостатки каждой из них.

Глопарт

<http://glopart.ru/>

Глопарт занимается цифровыми продуктами, такими как электронные книги, курсы и программы цифрового членства.

Будучи одной из крупнейших партнерских сетей, Глопарт предоставляет вам огромный выбор продуктов, которые вы можете продвигать, однако они не занимаются ничем физическим.

Лучший способ узнать тип продукта на Глопарт — это зайти на их веб-сайт, перейти на торговую площадку и потратить некоторое время на просмотр предложений продуктов.

Некоторые из этих продуктов предназначены для единоразовой продажи, в то время как другие дают вам шанс заработать регулярную комиссию (например, [сайты с ежемесячным членством](#), которые взимают с людей ежемесячную плату за доступ)

По каждому продукту вы найдете подробную информацию о нем, такую как описание содержимого продукта, стоимость, которую он продает, процентную комиссию за продажу и среднюю сумму, которую вы платите за продажу (по памяти учитываются ставки возврата и т. д.).

Получить уникальную партнерскую ссылку очень просто: просто нажмите на нее.

«Стать партнёром» рядом с выбранным вами продуктом и вы получите 2 партнёрские ссылки: одну на продающий сайт, вторую сразу на форму оплаты продукта. Эти

зашифрованные партнерская ссылка будут сгенерированы автоматически. К сожалению, комиссии Глопарт не выплачиваются мгновенно — вместо этого вы получаете свои деньги, когда ваши комиссии достигают определенного порога.



100 тысяч на Глопарте

Как делать запуски на [Глопарте](#) на 100 тыс. и больше без вложений в рекламу и своей базы

Из этой схемы Вы узнаете:

- Из каких элементов состоит запуск
- Маркетинговый подход против открытого. Или как вместо 100 тыс делать по 300 тыс.
- Где брать курсы для запусков
- Какие блоки должны быть на лэндинге и как увеличить доход минимум в 3 раза за счет продающих триггеров
- Где взять курс и сайт, если Вы не хотите делать их самостоятельно
- Стратегия запуска
- Как продавать не от своего имени, а от другого лица, если Вы не хотите сами “светиться” как автор.

[>>Узнать подробнее](#)



Monecle

<https://monecle.com/>

Платформа для создания и продажи мастер-классов и курсов по всему миру.

Кроме партнёрской программы сервис предоставляет так же соавторскую программу и реферальную.

Сейчас JustClick - это мощнейшая система, ее можно назвать, безусловно, самой продвинутой на российском рынке. Хочется отметить функционал партнерской программы. Всего за один клик вы можете стать партнером, начать рекламировать товары и получать комиссионные. Невероятно быстро и удобно.



Повышатели продаж JustClick

Это подробное и наглядное описание продвинутых функций сервиса [JustClick](http://www.justclick.ru/), по которому вы легко настроите ваши повышатели продаж. Вы узнаете как получить на десятки процентов больше прибыли при том же трафике, продавая продукты через JustClick.

- Вы настроите «умные» серии апселлов к своим инфопродуктам, подняв средний чек на 20-40%.
- Вы научитесь грамотно использовать разные варианты скидок - самого горячего инструмента инфобизнесмена.
- Вы будете проводить сплит-тестирование ваших писем, подписных и продающих страниц, постоянно повышая конверсию.
- Вы настроите напоминания об оплате, увеличив число выкупленных заказов на 30% и более.
- Вы внедрите в свой инфобизнес автотренинги, сэкономив ваше время и улучшив результаты учеников.

[Узнать подробнее>>](#)



Амазон

Если вы находитесь в другой нише и хотите продвигать физические продукты, то одна из самых популярных партнерских схем принадлежит гиганту розничной торговли Amazon (<https://www.amazon.com/>)

Вы заметите одну вещь: процент комиссионных, как правило, далеко не такой щедрый, однако вам также необходимо принять во внимание огромное разнообразие продуктов, которые они продают, популярность многих из этих продуктов и тот факт, что многие из них продаются в розницу по очень высокой цене. более высокие цены, чем цифровые продукты.

Если учесть, что Amazon обычно считается одним из самых надежных брендов, и легко понять, почему вы можете заработать очень много денег, продвигая продукты Amazon в качестве партнера, особенно если вы находитесь в правильной нише.

Как я упоминал ранее, в этом отчете мы собираемся в первую очередь сосредоточиться на продвижении цифровых продуктов, но это не означает, что вы всегда должны отказываться от физических продуктов, потому что при этом МОЖНО добиться большого успеха.

Выбор продукта

Хорошо, давайте вернемся к основной теме этой главы: выбору продуктов для партнерского продвижения.

Это одна из самых важных частей работы партнером, потому что, выбрав правильный продукт для продвижения, вы можете заработать очень много денег, и ваши клиенты тоже будут любить вас за это.

С другой стороны, если вы продвигаете что-то, что не совсем захватывает воображение вашего целевого рынка, вы, вероятно, не сделаете много продаж. Конечно, в этом нет ничего страшного, и можно с уверенностью сказать, что никто не выбирает правильные продукты для продвижения в 100% случаев...

Что ВАЖНО, большее значение имеет продвижение продуктов, которые выглядят привлекательно, но на самом деле являются совершенно мусором. Продвижение плохих материалов — это верный способ потерять доверие потенциальных клиентов и потерпеть неудачу в своих начинаниях, поэтому важно сделать все возможное, чтобы выбрать продукты, которые одновременно понравятся вашей аудитории и которые принесут то, что она действительно хочет.

Давайте перейдем к делу и посмотрим, как выбрать ПРАВИЛЬНЫЙ вид продуктов.

Для начала зайдите в одну из партнерских сетей, о которых мы только что говорили.

Просмотрите продукты, которые соответствуют вашей нише, и почувствуйте, нравятся ли они вам.

Золотое правило номер один: Продвигайте продукт, от которого ваши потенциальные клиенты получают наибольшую выгоду, а НЕ тот, который, по вашему мнению, принесет вам больше всего денег.

Существует общая философия, которую разделяют многие из самых успешных маркетологов: вы всегда должны ставить интересы своих клиентов выше своих собственных.

Позвольте мне задать вам вопрос. Если бы вы знали наверняка, что сможете продвигать конкретный продукт и заработать 1000 долларов комиссионных даже если бы вы знали, что продукт — дерьмо, вы бы продолжали его продвигать?

Ответ должен быть НЕТ, потому что, даже если вы можете заработать много денег, люди не совершат ошибку, дважды поверив вашим рекомендациям, если вы рекламируете полную чушь.

Если вы продвигаете ХОРОШИЕ продукты и ставите интересы других людей выше своих собственных, то вы заслужите доверие своих потенциальных клиентов, и люди будут покупать ваши рекомендации снова и снова.

Быть доверенным консультантом — это часть партнерства. Допустим, вы используете электронный маркетинг как основной способ привлечения трафика к предложениям, которые вы продвигаете в качестве партнера. Люди из вашего списка адресов электронной почты доверяют вам и рекомендуют им предложения, которые, по вашему мнению, могут им помочь. Существуют тысячи продуктов — некоторые

хорошие, некоторые плохие, а некоторые не имеют отношения к вашей аудитории. Если вы можете указать людям направление к продуктам, которые действительно могут им помочь или которые они найдут полезными/интересными/актуальными и т. д., то вы настраиваете себя на успех.

«Итак, если я доверенный консультант, значит ли это, что я должен покупать и проверять каждый продукт, прежде чем продвигать его?»

Нет - не обязательно. Есть несколько способов обойти эту проблему, и иногда вы можете сделать осознанную ставку на продукт.

Вот несколько сценариев:

1. Вы покупаете продукт, он вам нравится и вы думаете, что он понравится и вашей нише, поэтому вы решаете его продвигать.

Это идеальный сценарий, потому что:

а. Страница продажи продукта или его список были достаточно убедительными, чтобы заставить вас купить его и если вы купили это, то, скорее всего, другие люди тоже приобретут это.

б. Вам нравится продукт, и вы даете ему личную рекомендацию.

Но вам не всегда захочется покупать каждый продукт перед его продвижением, поэтому...

2. Вы можете попросить копию обзора.

Многие люди, производящие цифровые продукты, захотят раздать партнерскую копию для обзора. Таким образом, вы можете бесплатно протестировать продукт, а затем решить, захочет ли его купить ваша аудитория и стоит ли его покупать. Вы можете дать ему свою рекомендацию (или нет).

3. Вы уже покупали товары у того же владельца продукта и знаете, что вам нравятся их продукты.

Хорошо, возможно, вам нравились все их предыдущие продукты, но их новый может оказаться плохим. Это небольшой риск, но в девяти случаях из десяти, если вам нравились их предыдущие предложения и вы считали, что они имеют ценность, то и новое тоже может быть неплохим.

4. Вы берете продукт на основе отзывов.

Хорошо, это самая рискованная стратегия из всех, но она может сработать.

Допустим, вы находитесь в списке людей, которых вы считаете одним из СВОИХ доверенных консультантов, и они отправляют вам электронное письмо, продвигающее определенный продукт. Вы доверяете их рекомендации, посмотрите обзоры и убедитесь, что они достойные, и вы

думаете, что продукт хорошо подходит для вашей ниши, поэтому вы решаете продвигать его, даже не видя его.

ПРИМЕЧАНИЕ. Если вы рекламируете что-то, что еще не проверили лично тогда было бы хорошей практикой говорить об этом людям.

Еще кое-что, о чем стоит подумать при выборе продуктов

(Обратите внимание, что все это имеет второстепенное значение для выбора хороших продуктов, которые хорошо подходят для вашей ниши)



Осторожно!

Партнёрские программы!

Узнай, почему нельзя заработать на партнёрах

Эту книгу, как ни странно, можно использовать как пособие по заработку на партнёрских программах для начинающих!

Узнайте основные проблемы и ошибки, которые совершают начинающие инфо-бизнесмены, пытаясь зарабатывать на партнёрах. Эта книга поможет вам избежать этих ошибок. А может быть, вы вообще решите сменить род вашей деятельности...



[**>>Узнать подробнее**](#)

Средний коэффициент конверсии предложения

Некоторые продукты могут быть отличными, но иметь мусорную страницу продаж, а это означает, что на самом деле их покупают очень немногие люди. Вы хотите искать предложения, которые конвертируются с довольно приличной скоростью... поэтому, если конверсия продукта составляет 7%, то (в среднем) семь из каждых десяти человек, просматривающих этот продукт, собираются его купить. Если вы продвигали продукт, конверсия которого составила всего 2%, то очевидно, что ваши продажи будут меньше, даже при том же трафике.

Разумеется, имейте в виду, что коэффициенты конверсии сильно различаются даже для одного и того же продукта и могут во многом зависеть от источника трафика. Представьте себе, что вы рекламируете продукт для дрессировки собак в списке рассылки по интернет-маркетингу. Конечно, у некоторых из этих людей могут быть собаки, но вы, вероятно, не сделаете слишком много продаж, потому что оно нецелевое :)

Точно так же, если вы рекламируете предложение «мертвой» аудитории (например, списку рассылки, с которым вы плохо обращались, постоянно продвигая им дрянные предложения), тогда вы достигнете коэффициента конверсии ниже среднего.

Итак, когда вы смотрите на заявленный коэффициент конверсии продукта, вам нужно помнить, что вы не всегда сможете соответствовать ему. Иногда вы достигаете коэффициента конверсии выше среднего, а иногда наоборот.

Фактический коэффициент конверсии, которого вы достигаете, также не всегда имеет логику. Иногда, например, вы продвигаете действительно хороший продукт, который также имеет хороший средний коэффициент конверсии, но при этом совершаете очень мало продаж. Для этого не всегда есть причина — иногда предложение просто захватывает воображение ваших потенциальных клиентов, а иногда нет.

Не беспокойтесь слишком сильно о фактических коэффициентах конверсии по отдельным рекламным акциям. Конечно, ищите продукты с приличным средним коэффициентом конверсии, но не принимайте это как данность, это те показатели, которых вы действительно достигнете.

Какова процентная комиссия и сколько она фактически равна за продажу?

Если вы выбираете между двумя продуктами по 10 долларов, и продукт А предлагает вам 100% комиссионных, а продукт Б предлагает вам только 50%, тогда логика подсказывает, что вам следует продвигать продукт А....

НО вам также необходимо учитывать внутренние продажи. Итак, если окажется, что за продуктом Б стоит серверный продукт, который продается за 97 долларов и предлагает 50% комиссионных, тогда как продукт А предлагает вам только 10% комиссионных за серверный продукт стоимостью 20 долларов, тогда вы можете заработать больше денег с продуктом В,

даже несмотря на то, что он предлагает вам более низкие комиссии авансом.

Не забудьте также принять во внимание продажную цену. Вы бы предпочли получать 100% комиссий за продукт стоимостью 5 долларов или 10% комиссий за продукт стоимостью 1000 долларов США?

Ставки возврата

Высокий процент возврата будет указывать на то, что с продуктом что-то не так, и люди по какой-либо причине недовольны своими покупками, поэтому возьмите показатель выше среднего. Процент возврата как предупреждающий знак о том, что этого продукта следует избегать.

Регулярные партнерские комиссии

Некоторые продукты взимают ежемесячную плату за доступ и, таким образом, оплачивают регулярные ежемесячные продукты партнера. На них стоит обратить внимание, потому что вы можете совершить продажу один раз и получать за это деньги снова и снова. Наберите приличный объем продаж продуктов с постоянным доходом, и вы быстро сможете рассчитывать на довольно здоровый ежемесячный доход.

Как выглядит продающая страница?

Всегда стоит взглянуть на страницу продаж, страницу предложений всего, что вы планируете продвигать...

Страница вам нравится? Вызывает ли это у вас желание купить или отталкивает?

Очевидно, что у каждого будет свое мнение, однако часто можно «почувствовать», подходит ли предложение вашей аудитории и убедит ли оно их.

Страница продаж также чрезвычайно полезна, помогая вам создавать партнерское продвижение. Прочитав его, вы сможете увидеть, каковы основные «коммерческие преимущества» или преимущества продукта, и, следовательно, их можно использовать в ваших рекламных материалах, будь то рекламное электронное письмо в ваш список, обзор продукта, сообщение в блоге и т. д. .

Деньги в списке подписчиков!

Вы уже слышали это выражение раньше, верно?

Как партнерскому маркетологу, составление списка потенциальных клиентов имеет основополагающее значение для вашего успеха. Конечно, есть и другие способы партнерских продаж, но многие скажут, что использование списка адресов электронной почты может быть одним из наиболее эффективных — и вот причина...

Список адресов электронной почты буквально позволяет вам зарабатывать деньги мгновенно. Если у вас есть список, вы можете просто найти подходящий продукт для продвижения,

набрать электронное письмо, нажать «Отправить» и совершить мгновенные продажи.

Конечно, это еще кое-что, но, пожалуйста, поймите, что это реальность, если у вас есть список целевых потенциальных клиентов приличного размера.

Итак, как же составить список, если у вас его нет?

Первое, что нужно сделать, это [создать что-то, что можно будет раздать в обмен](#) на то, что люди подпишутся на твой список...

Это может быть бесплатный доклад, видеокурс и т. д.

Что бы это ни было, оно должно быть очень привлекательным для людей в вашей нише. Вы хотите, чтобы люди отчаянно присоединялись к вашему списку, чтобы они могли получить ваш бесплатный подарок, поэтому стоит потратить время на создание или поиск отличного продукта для раздачи. Вы могли бы создать его самостоятельно или найдите продукт хорошего качества, [имеющий права на частную торговую марку или права на перепродажу](#).

Если у вас есть что отдать, вам нужно создать специальную страницу. Это простой одностраничный веб-сайт, на котором вы рассказываете людям о своем бесплатном предложении, а также поле для подписки, где они вводят свое имя и адрес электронной почты.

Большинство страниц подписки имеют довольно похожий формат, поэтому посмотрите на другие страницы в вашей нише, чтобы понять, на что они похожи.

Вы можете увидеть пример страницы подписки ниже:



Здесь стоит упомянуть, что для создания списка вам необходимо подписаться на службу автоответчика, такую как Unisender или Get Response. Они предоставляют вам все необходимые инструменты для сбора и хранения адресов электронной почты и отправления им электронных писем после создания списка.

За вашей страницей подписки должно быть платное предложение, иногда называемое разовым предложением (ОТО).

Опять же, это может быть ваш собственный продукт, [продукт с правами на перепродажу](#) или даже партнерское предложение — но что бы вы ни решили, имеет смысл предлагать людям что-то купить, как только они подпишутся на ваш список. Вы достаточно привлекли их, чтобы убедить их предоставить вам свой адрес электронной почты, так что есть большая вероятность, что они тоже захотят что-нибудь купить. Большинство, конечно, не будут покупать, но определенный процент БУДУТ и, таким образом, это дает вам возможность заработать немного денег по мере составления своего списка.

Вам также потребуется настроить страницу загрузки (простую страницу, которая благодарит людей за регистрацию и предоставляет им ссылку для загрузки бесплатного продукта.

Здесь вы строите простую воронку продаж. Я не буду здесь подробно рассказывать о создании списков, потому что в Интернете доступно множество руководств по созданию списков, и многие из них бесплатны.

Однако следует подчеркнуть, что создание списка очень важно для любого владельца онлайн-бизнеса, и это особенно ценный актив для нас, как партнерских маркетологов.

Как привлечь людей в свой список

После того, как вы построили воронку, вам нужно будет направить трафик на вашу страницу сжатия.

Вероятно, существуют сотни различных способов сделать это, включая индивидуальную рекламу, рекламу в Facebook,

маркетинг в статьях, маркетинг на форумах, привязку вашей страницы сжатия к вашему блогу и т. д.

Если вы только начинаете и можете позволить себе потратить немного денег на рекламу, многие люди порекомендуют вам **индивидуальные объявления**.

Если вы не знаете, что такое «индивидуальная реклама», то это действительно просто: вы платите кому-то, у кого уже есть список, за рассылку своим подписчикам электронных писем с рекламой вашего бесплатного предложения.

Персональные объявления популярны среди многих, потому что они могут предоставить вам возможность довольно быстро создать свой список...

Большинство продавцов индивидуальной рекламы предложат вам определенное количество гарантированных кликов. Итак, если кто-то гарантирует вам 200 кликов по индивидуальному объявлению, а конверсия вашей страницы сжатия в среднем составляет 45%, то к вашему списку присоединятся 90 новых людей. После отправки индивидуального объявления вы обычно получаете трафик довольно быстро, поэтому за считанные дни можно составить список из сотен или даже тысяч людей.

Очевидно, что персональная реклама стоит денег. Но если в вашей воронке продаж есть платные продукты, вы можете окупить затраты на рекламу и даже заработать авансовую прибыль. Часто вы не окупите свои затраты на начальном

этапе, но у вас будет список, которому вы сможете продавать на долгие годы.

Ключевым аспектом успеха с индивидуальной рекламой является знание ваших цифр, особенно коэффициентов конверсии...

Если вы знаете средний коэффициент конверсии вашей страницы сжатия и внутренних предложений, вы можете подсчитать, сколько вы можете позволить себе потратить на персональную рекламу.

Важно тщательно ТЕСТИРОВАТЬ свою воронку, чтобы вы могли ее улучшить. Вы можете провести отдельное тестирование различных предложений и определить, какие из них приносят больше всего прибыли...

Возьмем следующий пример:

У вас есть бесплатный отчет, который вы раздаете для создания своего списка, и вы создаете две разные информационные страницы, продвигающие этот отчет. Вы проводите простой сплит-тест 50/50 для своего предложения. Это просто означает, что вы отправляете 50 % своего трафика на одну страницу сжатия и 50 % на другую (существует множество инструментов, которые позволяют вам сделать это).

Вы покупаете индивидуальное объявление с гарантированным количеством кликов 200, поэтому 100 из этих людей увидят первую страницу сжатия, а 100 — вторую.

Проведя тест, вы обнаружите, что первая страница сжатия конвертировалась на 32% (то есть на нее подписались 32 человека), авторой конвертировался на 48% (то есть подписалось 48 человек).

Как вы можете видеть, вторая страница сжатия конвертируется гораздо быстрее, чем первая...

Итак, представьте, если бы вы не утруждали себя тестированием и просто вырвали первую страницу сжатия. Вы бы потеряли немало подписчиков, а по мере того, как вы покупали все больше и больше индивидуальной рекламы, вы теряли бы еще больше.

ПОЖАЛУЙСТА, протестируйте, потому что это значительно увеличит ваши шансы на успех :)



41 прибыльный совет по email-маркетингу

Из этой электронной книги Вы узнаете как:

Увеличить свою базу подписчиков;

Поднять открываемость ваших писем;

Сделать подписчика клиентом!;

Зарабатывать больше, отправляя письма!

[Узнать подробнее>>](#)

Обмен рекламой

Как только вы создадите свой список до определенного размера с помощью индивидуальных объявлений, тогда можно подумать о переходе на обмен рекламой...

Обычно они работают точно так же, как индивидуальные объявления, только вместо того, чтобы платить деньги другому человеку за отправку вашего предложения, вы просто возвращаете услугу и отправляете его предложение в свой список.

В случае с обменом рекламой вам, очевидно, в первую очередь необходимо иметь список, поэтому было бы неплохо начать с индивидуальных объявлений, а затем перейти к обмену рекламой, как только у вас будет список.

Где я могу купить персональную рекламу или найти обмен рекламой?

Нет недостатка мест в Интернете, где вы можете найти индивидуальные объявления и обмены рекламой, особенно если вы занимаетесь нишей интернет-маркетинга.

Два места для начала могут быть:

<http://www.safe-swaps.com>

и <http://www.warriorforum.com>.

однако есть еще множество других, и если вы покопаетесь в Интернете, вы сможете довольно легко их найти.

Нет денег на рекламу?

Если вы пытаетесь составить свой список и у вас вообще нет денег на расходы, есть другие варианты.

Хорошим вариантом может быть форумный маркетинг, когда вы регистрируетесь на форумах в своей нише и публикуете сообщения на этих сайтах, в то же время добавляя ссылку в подписи на свою страницу подписки.

Форумный маркетинг работает хорошо для многих людей, хотя вам нужно убедиться, что вы правильно понимаете свою стратегию...

Ключ к форумному маркетингу — забыть, что вы на самом деле здесь для продвижения своей страницы. Вместо этого вам следует просто присоединиться к обсуждениям на форуме и стать активным членом сообщества. Демонстрируйте свои знания, но НИКОГДА не упоминайте свою страницу раздачи или какой-либо из своих продуктов. Ваша ссылка на подпись будет «продавать» за вас, потому что люди увидят ваши сообщения и будут впечатлены. насколько вам известно, и поэтому решили нажать на ссылку вашей подписи, которая приведет их на вашу страницу сжатия.

ПРИМЕЧАНИЕ. Всегда важно проверять правила форума и устанавливать, разрешают ли они ссылки на подписи на внешние веб-сайты, поскольку некоторые из них этого не делают.

Продвижение партнерских продуктов в ваш список

Итак, у вас либо уже есть список, либо вы находитесь на пути к его составлению...

Как партнер вы зарабатываете деньги, рассказывая своим подписчикам о продуктах, которые вы рекомендуете, а это значит, что вы отправляете им рассылки с информацией о продуктах.

Как мы говорили ранее, один из ключевых аспектов работы владельца списка — стать «советником, которому доверяют». Люди в вашем списке смотрят на вас как на эксперта, и когда вы отправляете им электронное письмо со словами «идите и купите этот продукт», они доверяют вашему суждению — поэтому вам необходимо тщательно выбирать продукт, который вы рекламируете, как мы обсуждали ранее. .

Если вы это сделали и искренне рекомендуете продукты, которые, по вашему мнению, помогут людям из вашего списка, то у вас не должно возникнуть проблем или чувства вины по поводу продажи людям из вашего списка.

Но вот небольшое предупреждение...

Когда вы продаете людям, некоторые из них расстраиваются. Это просто факт жизни, и с этим ничего не поделаешь. Некоторым людям кажется, что ваша единственная задача в жизни — предоставлять им бесплатную информацию.

Если людям не нравятся электронные письма, которые вы отправляете, или они «расстраиваются», потому что вы им продаете, они могут просто пойти и отказаться от подписки. В любом случае, вы действительно не хотите, чтобы такие люди были в вашем списке.

Но хотя у вас не должно возникнуть проблем с продажей в вашем списке (именно так вы зарабатываете деньги), вам также нужно помнить, что вам нужно обеспечить баланс между продажей и предоставлением людям бесплатного контента...

В конце концов, вы должны дать людям причину оставаться в вашем списке — так же, как телешоу не может показывать рекламу весь день без каких-либо программ, вы не можете просто отправлять рекламные электронные письма за рекламными электронными письмами без любого бесплатного контента. Некоторые люди **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** делают это, но такие маркетологи очень быстро сжигают свои списки и полагаются на постоянное добавление в свои списки новых людей в огромных количествах, чтобы заменить тех, кому надоело постоянно получать предложения о покупке.

В приведенной выше стратегии нет ничего плохого, но она определенно подходит не всем.

Полезный совет: изучите, как другие маркетологи разговаривают со своим списком.

Хотя зарабатывать деньги на списках можно так же просто, как отправить быстрое электронное письмо, нажать «Отправить» и

наблюдать за продажами, реальность такова, что вам нужно тщательно составлять отправляемые электронные письма.

Прежде чем мы пойдем дальше, я бы посоветовал вам потратить время на изучение того, как другие маркетологи делают что-то...

Подпишитесь на списки других людей в вашей нише и изучайте их электронные письма.

Какие темы письма они используют?

А как насчет того, как написана основная часть?

Какие партнерские продукты они продвигают?

Как часто они отправляют свой список по электронной почте?

Сколько бесплатного контента они дают и сколько продают?

Потратьте время на изучение и наблюдение за разными маркетологами, и вы сможете многому научиться. У каждого маркетолога свой стиль и способ написания электронных писем. Выберите какой вам больше всего нравится?

Подумайте о том, чтобы выбрать двух или трех разных маркетологов, чьи электронные письма вам особенно нравится читать, и внимательно посмотрите, как они что-то делают.

Создание промо-письма

Итак, вам нужно будет рассылать контент людям, но вам также нужно будет и продавать им.

Первое, о чем следует подумать при создании электронного письма, — это тема.

Тема — ваш единственный шанс заставить людей открыть ваше письмо. Если они его не откроют, они не смогут совершить покупку, поэтому важно сделать это правильно.

Единственное, чего следует избегать, — это спам в теме письма...

Вы когда-нибудь видели в своем почтовом ящике электронные письма типа...

«У тебя есть деньги»

или «Вы ожидаете платежа»

или «Я пытался с вами связаться»

Они вообще отталкивают, да?

Когда вы их видите, вы сразу думаете, что это СПАМ.

Возможно, раньше они работали, но в настоящее время большинство людей понимают такую тактику и, как правило, большинство людей, вероятно, согласятся, что они служат только для того, чтобы разозлить людей...

Дело в том, что когда люди прочитают тело вашего электронного письма и увидят, что вы на самом деле продвигаете, они, скорее всего, будут очень раздражены, потому что это не имеет никакого отношения к самому продукту.

Далее судя по совету, который я дал чуть ранее, я бы порекомендовал зайти в свой почтовый ящик и посмотреть, как ваши любимые маркетологи пишут свои темы. Что вас интригует, но в то же время не раздражает?

Хорошо добавить немного загадочности в вашу тему, потому что, в конце концов, вы не хотите раскрывать всю игру, потому что вы хотите, чтобы они открыли настоящее электронное письмо и прочитали основной текст, но в то же время ваши строки не должны быть настолько нерелевантными, чтобы не иметь абсолютно никакого отношения к содержанию вашего электронного письма. Все дело в достижении правильного баланса.

После того, как вы написали тему письма, следующее, о чем нужно подумать, — это тело письма.

Очевидно, ваша задача — заставить людей нажать на вашу партнерскую ссылку и перейти на страницу продукта.

Самый большой совет, который я могу дать, — просто будьте собой. Добавьте в свои промо-рассылки частичку «себя», частичку своей индивидуальности.

Хотя я очень рекомендую изучить рекламные письма других маркетологов и узнать, как они делают то, что вы никогда не захотите их копировать.

Взгляните практически на любого ведущего маркетолога, и вы заметите, что у каждого из них есть свой собственный стиль.

Вы часто увидите, как несколько маркетологов продвигают один и тот же продукт, но каждый из них делает это совершенно по-своему.

У некоторых маркетологов есть определенные «модные» слова, которые они любят использовать.

Другие всегда структурируют содержимое своей электронной почты определенным образом.

Найдите свой собственный стиль и не бойтесь немного поэкспериментировать.

Ранее я упоминал, что часть работы партнером/маркетологом по электронной почте — это стать доверенным консультантом — и это определенно играет роль при написании рекламных писем...

Прежде чем написать хоть одно слово в электронном письме, потратьте некоторое время на изучение продукта и страницы продаж. Что вам нравится в нем? Что тебе в нем не нравится?

Затем вы можете высказать свое мнение по этому поводу в электронном письме.

Итак, вы можете сказать что-то вроде:

«Я купил этот продукт вчера и сегодня днем потратил некоторое время на его изучение. На первый взгляд вы увидите, что страница продаж довольно рекламная (нажмите здесь, чтобы просмотреть ее), но не обращайтесь на это внимания, и внутри находится действительно хороший продукт, который я думаю многие из вас принесет пользу».

Видите ли вы, что, высказывая подобные замечания, вы на самом деле отличаете себя от всех, потому что высказываете свое мнение?

Не бойтесь указывать и на минусы. Например, вы можете проверить продукт и обнаружить, что он не так подробен, как вы ожидали. Итак, вы могли бы сказать что-то вроде:

«Первоначально взглянув на страницу продаж, я ожидал подробного пошагового учебного продукта, но когда я начал его читать, я обнаружил, что это не совсем так. Если вы ищете систему рисования по номерам тогда это, вероятно, не для вас, однако это один из тех отчетов, которые вы прочитаете, и он вызовет у вас фантастическую мотивацию. Мне нравится, что вы можете это прочитать за время меньше часа, и я почти гарантирую, что к концу вы будете улыбаться, потому что история автора настолько вдохновляет, и я призываю никого не чувствовать себя мотивированной ею».

Я немного бессвязно говорю, но, надеюсь, вы уловили суть.

Внутри любого промо-письма будет сильный призыв к действию, например:

«Нажмите здесь СЕЙЧАС, чтобы проверить» или «Вы можете получить полную информацию по ссылке ниже»



Строим взаимоотношения со своими подписчиками

Умение строить отношения с подписчиками — это целое искусство. И это основа успеха в email-маркетинге. Ведь довольно непросто завоевать лояльность подписчиков, но очень легко ее потерять. Чтобы хорошо и много зарабатывать на рассылке, вам нужно хорошенько поработать над тем, чтобы вас уважали и вам доверяли.

«Строим взаимоотношения со своими подписчиками» — это книга, в которой совершенно нет «воды». Да-да — здесь собраны исключительно практические советы по типу «возьми и сделай». Вы удивитесь тому, насколько просты многие секреты. Но то, что сложно, работает не всегда — сила в этой простоте.

[**>>Узнать подробнее**](#)



Ведение блога для партнерских продаж

Не отвергайте ведение блога как способ партнерских продаж. Создание нишевого блога, наращивание аудитории и отправка ей партнерских предложений, безусловно, может оказаться полезным для многих людей.

Есть несколько различных стратегий ведения блога, когда вы хотите осуществлять партнерские продажи, но здесь я расскажу только о двух...

Баннерная реклама

Первый — размещение рекламных баннеров в своем блоге. Люди приходят, читают ваши сообщения в блоге и видят ваши рекламные баннеры.

Многие поставщики продуктов создают партнерскую рекламную графику, чтобы побудить людей продвигать свою продукцию, поэтому часто достаточно просто взять баннеры, скопировать и вставить их в свой блог, а затем связать их с вашей партнерской ссылкой. Всякий раз, когда кто-то нажимает на баннеры и совершает продажу, вам платят.



Как раскрутить блог

Привлечение посетителей на сайт уже превратилось в целую науку. Но не стоит пугаться. Есть комплекс действий, четкое выполнение которых обязательно приведет ваш блог на самые высокие позиции выдачи поисковых систем. Сделать это может каждый. Самое главное — знать, что именно нужно делать.

Этому и посвящена данная книга с правом перепродажи. В ней раскрыты все секреты раскрутки блогов, все скрытые от непосвященных резервы повышения посещаемости. Внимательно изучите описанные методы, начните применять их на практике — и результат не заставит себя ждать!

[**>>Получить комплект**](#)

Публикации с обзорами блога

Опять же, это восходит к роли доверенного советника. Вы просто пишете сообщение в блоге с обзором конкретного продукта, а затем вставляете в него свою партнерскую ссылку, чтобы люди могли его купить.

Дело в том, что большинство людей будут искать в Интернете обзоры, прежде чем купить продукт. Я думаю, что мы все зашли в Google и набрали что-то вроде «обзор названия продукта», прежде чем расстаться с нашими кровно заработанными деньгами - и, таким образом, сообщения с обзорами в блогах отличный способ заработать на этом.

Самый важный элемент написания обзорной статьи в блоге — это дать абсолютно честный обзор. Забудьте о том, что вы пытаетесь осуществлять партнерские продажи, и вместо этого напишите беспристрастное мнение, которое может оказаться полезным для любого, кто рассматривает возможность покупки продукта.

Что тебе это нравится?

Что тебе в нем не нравится?

Перечислите эти моменты в своем обзоре (у КАЖДОГО продукта есть отрицательные стороны), а затем сделайте вывод, почему человеку следует купить этот продукт.

(Разумеется, просматривайте только те продукты, которые вам нравятся и которые вы полностью рекомендуете)

Классическая ошибка, которую совершают люди, — это говорить только о положительных моментах, однако на самом деле это работает против вас, потому что люди будут смотреть на ваш обзор и думать, что вы просто пытаетесь заработать комиссию. Говоря о негативе продукта вы действительно повысите свой авторитет – и помните, что в каждом продукте есть что-то не совсем идеальное!

Увеличение партнерских продаж

Партнерский маркетинг может быть сложным бизнесом, поскольку вы часто конкурируете за продажи со множеством других партнеров, которые продвигают один и тот же продукт.

По этой причине иногда вам может потребоваться сделать что-то, чтобы немного выделиться среди конкурентов, что иногда особенно полезно, если вы продвигаете более высокий уровень.

Будь собой и стань советчиком

Да, мы много говорили об этом в этом отчете, однако это действительно хороший способ выделиться среди конкурентов.

Многие партнеры ленивы и рассылают рекламные письма, отправленные им владельцем продукта. Если вы сможете стать немного другим и вложить свою индивидуальность и

мнение в партнерский маркетинг, это действительно может помочь.

Правильно рассчитайте время продвижения

Иногда решение людей о покупке по вашей партнерской ссылке или покупке по чужой ссылке зависит исключительно от времени. Это особенно актуально для электронного маркетинга: если они увидят чужое письмо раньше вашего, то, возможно, они уже купили его к тому моменту, когда ваше письмо попадет в их почтовый ящик...

Итак, продвижение как можно раньше может быть хорошей стратегией. Чем дольше период с момента запуска, тем больше вероятность того, что люди купили у кого-то другого.

В равной степени опоздание может быть эффективной стратегией! Иногда люди видят запуск, проверяют предложение и решают не покупать по какой-либо причине. Затем, несколько недель идут покупать и передумают. Итак - продвигаясь на некоторое время позже всех остальных, вы можете иногда "зашевелить" некоторых людей, которые изначально были в нерешительности.

Бонусы

Это может быть особенно актуально при продвижении дорогостоящих товаров, поскольку затраченные усилия оправданы высокими комиссионными выплатами при продажах.

По сути, вы просто говорите: «Если вы купите по моей ссылке, я предложу вам ЭТО бесплатно».

Вашим бонусом может быть что угодно – дополнительный отчет о бонусах, коучинг, консультации и т. д.

Главное, чтобы это было связано с основным предложением и чем ценнее бонус, тем больше вероятность того, что они совершат покупку по вашей партнерской ссылке.



Инфобизнес с нуля до PROfee

Хотите стать востребованным автором, у которого люди готовы покупать что угодно на высоком уровне доверия?

Мечтаете о создании собственного онлайн-бизнеса, который приносил бы доход, давал бы свободу и позволял делиться знаниями с миром?

Ваша мечта может стать реальностью с данным уникальным продуктом, который возьмёт вас за руку и проведёт от абсолютного нуля до профессионального уровня инфобизнеса!



[Узнать подробнее>>](#)

Подводя итог...

Честно говоря, не нужно быть гением, чтобы продавать в качестве партнера. Все дело в выборе правильного продукта и его дальнейшем продвижении этого нужным людям, в правильном направлении...

Надеюсь, что этот отчет поможет вам в этом. Что бы вы ни делали сейчас, обязательно уходите и усердно работайте над своим бизнесом. Хотя партнерский маркетинг может предоставить один из самых простых способов заработать деньги в Интернете для достижения успеха по-прежнему требуются значительные усилия.

По мере того, как вы станете более опытным партнером по маркетингу, вы начнете учиться и «чувствовать», что работает, а что нет.

А теперь иди и продавай :)

Желаю вам больших успехов!



Реальные деньги

Вы получите готовое решение, которое поможет Вам заработать первые деньги. Так же вы получите готовый комплект, который Вам остается только применить на практике. В отличии от подобных курсов, в этом Вы найдете проверенные способы, которые реально приносят доход.



[**Получить бесплатно>>**](#)