

MARKETING de AFILIACIÓN

LA LOCOMOTORA
DE TU NEGOCIO



Marketing de Afiliación
Marketing de Afiliación
Marketing de Afiliación

MARKETINGDEAFILIACION.COM

MARKETING DE AFILIACIÓN

Presentación:

Amigo lector: Con los contenidos de éste E-book quiero transmitirte algunos de los conocimientos y experiencias, basados en más de 2.000 campañas de promoción en Internet en las que he participado o dirigido.

La gran diversidad de tal numero de campañas, me ha permitido conocer las necesidades de cientos de proyectos totalmente diferentes que no es posible resumir en estas paginas, por ello he preferido ilustrar el espíritu y el funcionamiento del Marketing de Afiliación con un modelo sencillo y ejemplos que van más allá del Marketing y que fácilmente podrás trasladar a tu propio proyecto.

Antes de empezar, quiero que conozcas cual es mi forma de pensar y actuar en el mundo de la venta. Si compartes éste principio básico, estoy seguro de que sabrás encontrar un alto valor en las paginas que siguen.

Las personas no están siempre dispuestas a comprar.

La distancia que te separa de tus nuevos clientes es como la de un río, cuya anchura viene dada por el desconocimiento o la inseguridad de las **ventajas de tu oferta** y el lógico temor a caerse al agua si les pides un único gran salto en un momento inadecuado.

En cambio, si dispones a todo lo ancho del río un numero de piedras suficiente, en forma de confianza y ventajas, para que puedan **avanzar en pequeños pasos**, los tendrás en tu orilla antes de que quieran darse cuenta.

Confiado en que encuentres valioso el contenido de estas paginas, te deseo una agradable y provechosa lectura.



Lluís Sabata
C.E.O. de
Marketingdeafiliacion.com
Superafiliados.com

MARKETING DE AFILIACIÓN

Introducción:

Marketing de Afiliación, la locomotora de tu negocio.

¿Porqué unos sitios venden en la Red y otros no?

¿Por qué unos sitios solamente necesitan tráfico para conseguir beneficios y otros a pesar de tenerlo, no los consiguen?

El Marketing de Afiliación no vende nada. Al igual que otras estrategias de Marketing en Internet como puedan ser el e-mail marketing, el posicionamiento en buscadores, o cualquier otra técnica que alguien pueda ofrecerte. Ninguna de ellas vende nada, porque no están hechas para vender.

Quien debe estar hecho para vender, es tu website. Lo mismo da que se trate de una tienda virtual con cualquier clase de artículos, un website corporativo que dé a conocer tu empresa y sus servicios o un sitio enfocado a obtener contactos de posibles compradores.

Un diseño cómodo, sencillo y de acuerdo a los contenidos, junto a la competitividad de tu oferta y la forma en que ésta sea percibida por los visitantes, son factores determinantes para el éxito de tu negocio, pero no los únicos.



Sólo dispones de una oportunidad para causar una buena primera impresión.

Si tu presencia en Internet tiene resueltos estos puntos, es el momento de lanzarte a promocionarlo eficazmente entre tu público, de otro modo quizá sea conveniente realizar antes algunos cambios.

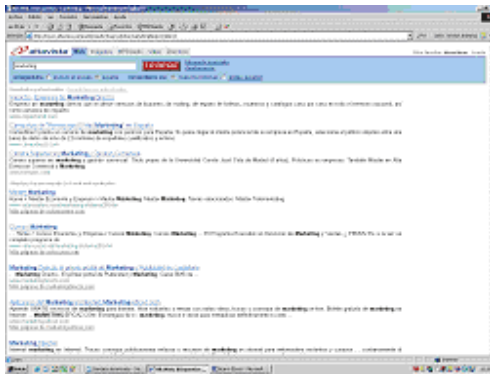
Por esta razón, voy a dedicar un primer capítulo a repasar rápidamente algunos de los puntos fundamentales para que tu website sea capaz de generar negocio con su tráfico, para pasar a continuación a ayudarte a conseguirlo y además convertirlo en beneficios.

Si tu website ya funciona, es lo más razonable del mundo que desees optimizar sus resultados actuales, multiplicando las ventas o viendo crecer tu base de contactos de posibles compradores para tus productos o servicios y para ello existen diferentes

MARKETING DE AFILIACIÓN

estrategias entre las que debes elegir la idónea o la combinación de varias de ellas, que mejor sean capaces de dar satisfacción a tus necesidades, y como no, a tu presupuesto.

De entrada, imagino que ya has dado de alta tu website en los principales buscadores. Eso está bien, es como la versión en la Red de las Páginas Amarillas, donde también cuanto más dinero pagues, más vistoso va a ser tu anuncio o su situación.



Si tu sitio tiene un buen posicionamiento en los principales buscadores, será fácil que den con él aquellos navegantes que estén buscando lo que les ofreces. Por supuesto que al igual que en las Páginas Amarillas, van a encontrar tu oferta junto a las de todos tus competidores, tenlo en cuenta, pero aún así, sigue siendo un buen primer paso.

Si para ti es suficiente, con que descubran la existencia de tu website, aquellas personas que decidan por su propia voluntad el momento de buscar lo que en él les ofreces, esto serviría para cubrir sus expectativas.

Pero imagino que tus aspiraciones van mucho más allá y deseas captar nuevos clientes activamente, sin limitar tus oportunidades en exclusiva a que sean ellos los que sientan espontáneamente la necesidad de adquirir tus productos o contratar tus servicios.

Si éste es tu objetivo, necesitas conducir eficazmente tu oferta a través de la Red hasta tu público objetivo, y conseguir no tan solo, que conozcan tu website, sino que lleguen a entrar en él y convertir cada una de estas visitas en una nueva oportunidad de venta.

Entre las técnicas actualmente a tu disposición, la que está despertando mayor interés y expectativa es, sin duda, el Marketing de Afiliación. Desde que Jeff Bezos decidió aplicarlo a su proyecto Amazon.com, muchas han sido las grandes empresas y corporaciones que lo han adoptado con excelentes resultados, dando la sensación de que solamente sirve para grandes proyectos.

Quizá en algún tiempo fuese así, no obstante el Marketing de Afiliación ha evolucionado rápidamente, hasta el punto de que en la actualidad ofrece estrategias y recursos, capaces de satisfacer las necesidades de cualquier proyecto de negocio en Internet por modesto que sea, ya que su fórmula de "pago por resultados" lo sitúa al alcance de cualquier presupuesto.

MARKETING DE AFILIACIÓN

El conocimiento de esos recursos y estrategias es el factor determinante para que puedas aplicarlo con garantías de éxito a tu proyecto. Por éste motivo te invito a leer los siguientes capítulos que componen éste breve manual de Marketing on-line, con especial atención al Marketing de Afiliación, con el que espero poderte ayudar a anticipar los resultados que esperas de tu negocio.

INDICE:

Capítulo 1: Asegura tus pasos. ¿Está tu website preparado?

Capítulo 2: Necesitas un boletín electrónico.

Capítulo 3: Soluciones avanzadas.

Capítulo 4: Necesidad de promoción. Visite nuestra web.

Capítulo 5: Promoción de tu website. De nuevo en casa.

Capítulo 6: Los Afiliados. Tu Red Virtual de Ventas.

Capítulo 7: Una solución para cada necesidad.

Capítulo 8: Visitas, registros y ventas.

Capítulo 9: Dinosaurios y gacelas.

Capítulo 10: Sobre el autor.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 1:

¿Está tu website preparado?

No te asustes amigo lector, no voy a proponerte diseñar y construir un nuevo website para poder aplicar el Marketing de Afiliación, ya que sus técnicas y estrategias son válidas para cualquier sitio en la Red, se trata tan solo de tener en cuenta ciertos aspectos, que te permitirán obtener los mayores beneficios de tu Programa de Afiliación y convertir el tráfico de tu website en negocio si los utilizas adecuadamente.

En un sistema de comercio electrónico cada uno de sus elementos debe ser considerados como parte de un todo y tan solo cuando cada uno de ellos cumple su función se producen los resultados esperados.

Un breve repaso a los contenidos de tu web.

Voy a dar por sentado que cuando has decidido ofrecer tus productos o servicios en la Red a través de tu website, lo has hecho pensando en que, en algún lugar, existen clientes dispuestos a interesarse por ellos y adquirirlos, es decir, darte dinero a ti a cambio de los beneficios que les prometes y para que esto ocurra, es de suma importancia la forma en que estos beneficios sean percibidos por esos potenciales clientes.

Ten en cuenta que, generalmente, nadie compra un sofá, la gente compra la comodidad de unas horas después de la jornada laboral o la oportunidad de echar una siesta después de comer, que el sofá sea de caoba o de madera de pino, importa a muy pocas personas, quizá tan solo a algunos expertos.

Así que ya sabes si llenas las paginas de tu website de características sobre tus productos o servicios, prepárate para venderlos solo a los expertos. Si quieres ampliar el circulo de sus posibles compradores, deberás exponer claramente los beneficios que les ofreces a cambio de su dinero y asegúrate de que son captados desde el primer instante por los visitantes, será el primer paso para conseguirlo.

Veamos unos ejemplos:

Ejemplo 1 - (características)

Pim-Pum: El sofá de mas avanzado diseño, con estructura de Titanio. El único con seis tratamientos de electroforesis que aseguran la estabilidad de su estructura y equipado con el más avanzado sistema electrónico anti-perros capaz de disparar descargas de ultrasonidos en tan solo 2 milisegundos.

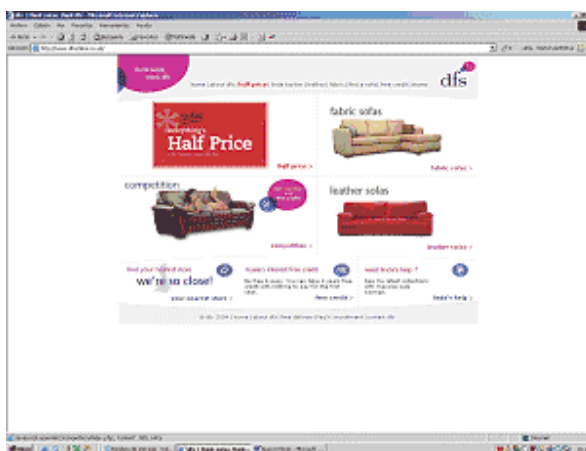
Ejemplo 2 - (beneficios)

Pim-Pum: El sofá más cómodo y ligero con garantía por diez años, al que nunca se subirá su perro.

¿Cuál despierta más rápidamente tu interés en el nuevo sofá?

MARKETING DE AFILIACIÓN

Una oferta clara y atractiva desde el primer momento te ayudará a vender más.



¡Facilita la compra! No añadas nunca problemas a los que ya tienen sus clientes y ellos te lo agradecerán.

Piensa que los visitantes de tu website actuarán de manera parecida a ti. Te invito, por tanto, a que tu mismo realices esta prueba con los productos o servicios que ofreces en tus paginas.

Quizá pienses que los productos que ofreces no dispongan de muchos elementos de valor tan claramente destacados, pero ten por seguro que existen y nadie como tu puede describirlos mejor. Ponte en los zapatos de tu público y haz que descubran sin tener que pensar demasiado, lo que se están perdiendo.

Pónselo fácil.

¿Sabes cuantos ejemplares se han vendido del libro "Quién se ha llevado mi queso"? Seguramente millones, todos ellos con el mismo contenido, la misma calidad de papel y probablemente el mismo precio.

Algunas librerías (on-line y convencionales), han vendido centenares de ellos y otras no han alcanzado ni la docena, ¿Cual es la razón de estas diferencias? Personalmente he visto librerías que situaban estratégicamente montones de ellos junto a las cajas de salida y otras en que había que solicitárselo a un empleado para que éste lo trajera del almacén. ¿Adivina cual vendió más ejemplares?

Amor a primera vista.

A menos que lo que vendas en tu website sean contenidos digitales o artículos de gran consumo, bajo precio y una fuerte demanda, debes estar preparado para que muy pocas o ninguna de tus visitas, decida comprarte nada la primera vez que visita sus paginas, a pesar de los muchos beneficios que le ofrezcas, su excelente presentación y todas las facilidades posibles. ¡No desesperes por ello! Es lo más normal del mundo.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Las razones de que esto ocurra, podrían ser motivo de un capítulo entero y no es el objetivo de este breve manual, entrar en el estudio de los comportamientos humanos sino enseñarte a actuar de acuerdo con ellos. Pues al fin y al cabo, también en Internet los que compran son personas, las mismas que lo hacen en el mercado convencional.

Y si las visitas no compran ¿Para qué gastar el dinero en conseguir las?

Cada visita, por fugaz que sea, representa una ocasión única para establecer una relación duradera, que te permita generar continuadas oportunidades de venta.

Recuerda que es más fácil cruzar el río en pequeños pasos que de un gran salto.

Algunas compras de bienes o servicios, (un automóvil, un seguro, etc.) requieren un proceso más o menos largo, que permita al comprador evaluar adecuadamente todas y cada una de sus características antes de adquirir el compromiso.

Un refresco, un contenido digital, etc. Son compras impulsivas porque el proceso de decisión de compra, se concentra en unos segundos.

Conocer y aplicar en cada caso la estrategia correcta, no garantiza el éxito pero previene el inevitable fracaso de acciones inadecuadas.

Otros DETALLES:

Así en mayúscula, porque el hecho de que sean detalles, no debe restarles importancia alguna, de modo que en forma muy resumida voy a relacionar algunos de los que frecuentemente no son tenidos en cuenta.

Identifícate: Después del asunto "Watergate" un ingenioso publicitario publicó un anuncio a toda página en el que aparecía la cara del ex presidente Nixon con la leyenda "¿Compraría usted un coche usado a este individuo?". Conociendo los antecedentes del personaje, la respuesta era obvia.

En Internet, la pregunta es ¿Entregarías tu dinero a alguien del que no sabes nada?

Obviamente es difícil que esto ocurra y salvo que lo que ofrezcas sean servicios de descargas o cualquier otra cosa de consumo inmediato, deberás tener en cuenta que, ganarte la confianza de tus nuevos clientes desde el primer momento, será una buena razón para que estos acepten más adelante tus propuestas.

Sin embargo, aún actualmente, existen sitios en la Red totalmente anónimos. Ignoro que razón hace pensar a sus administradores que alguien aceptará hacer negocios con ellos si ni siquiera sabe quienes son, ni donde está su empresa y no tiene tan sólo un teléfono o una dirección de correo electrónico donde poder localizarles.

MARKETING DE AFILIACIÓN

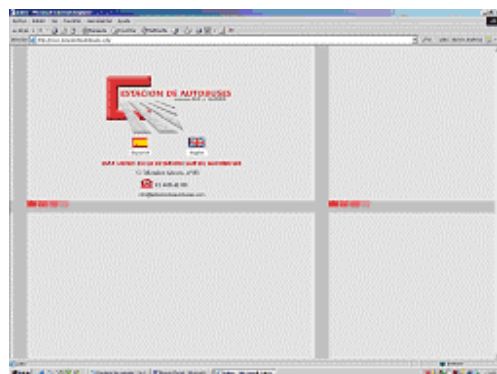
Ello no significa que debas publicar los datos de la empresa en todas las paginas, pero estarás de acuerdo conmigo que produce una sensación reconfortante ir a la pagina de contacto de un website y encontrar allí el nombre de una persona, una dirección o un teléfono además de otras formas posibles de contacto.

Ponlo fácil: Una vez el visitante llega a tu website, dispones de unos pocos segundos para atraer su atención, justo los que dedicará a decidir si se queda o se va a otro sitio.

Ten en cuenta que seguramente lo que le ofreces puede ir a buscarlo en otros sitios en la Red y se encuentra muchas dificultades en el tuyo, ten por seguro que lo hará.

Si tienes un equipo de diseño capaz de crear fantásticas presentaciones, acompañadas de efectos en tres dimensiones y extraordinarias animaciones, cómprales un PC para ellos solos, mételos en un cuarto y ríeles todas las gracias, pero no dejes bajo ningún concepto que exhiban sus habilidades a los visitantes de tu website, a menos que sea esto precisamente lo que vendas.

Atención: Existe un tipo de webs, que yo llamo "in-out" en las que una vez dentro no tienes otra opción que salir corriendo, parecen hechas por el enemigo.



Algunas maneras fáciles de expulsar a los visitantes.

Aunque éste no es un E-book general sobre comercio electrónico ni diseño de web's, me ha parecido oportuno dedicar éste primer capítulo a ir preparando el terreno. Ha resultado algo más extenso de lo que pretendía, pero si has llegado hasta aquí ya estoy satisfecho y te prometo mantener tu interés en las siguientes páginas.

AfiliaTip: Tu website debe presentar un aspecto agradable y cómodo para sus visitas, de forma que perciban inmediatamente algún motivo para permanecer en él. Cada vez que alcances éste objetivo conseguirás a cambio una nueva oportunidad de venta.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 2:

Necesitas un boletín electrónico.

Importante: Todos los sitios que generan negocio en Internet, disponen de su propio boletín electrónico. Esta es una herramienta fundamental que debidamente combinada con una programa de afiliación, te producirá más oportunidades de venta de lo que nunca hubieras imaginado.

Además su implementación es sumamente fácil, no es necesario ningún conocimiento especial, tan solo deberás situar un breve código en las paginas de tu website para que todo el sistema esté operativo. Existen diversas empresas en Internet que te ofrecen el servicio de administrar tu boletín electrónico y su lista de suscriptores, gratuitamente o por muy poco dinero.

[Suscríbete a Marketingdeafiliacion.com para estar al día de los mejores productos.](#)

Su funcionamiento es sorprendentemente sencillo, se trata de que ofrezcas a tus visitas, recibir periódicamente y de manera gratuita en su buzón de correo electrónico, un boletín con contenidos de interés que tu mismo o alguien de tu empresa pueda preparar, sobre aspectos relacionados con la temática de tu website o tu sector profesional, que resulten de interés para sus lectores.



Un simple formulario en las paginas de tu web, cambiará a sus visitas las alternativas "compro o no compro" por "compro ahora o más adelante".

Si sigues empeñado en venderles tu sofá "Pim-Pum" puedes desarrollar contenidos sobre decoración y describir las nuevas tendencias en decoración de interiores y ejemplos, que mediante enlaces en el mismo texto, les envíen directamente a tus paginas para ver las imágenes de los últimos modelos de sofás o tus nuevos complementos de decoración.

Un ejemplo: imagina que hoy mismo actualizas tu web publicando el último modelo de sofá o una oferta irresistible de un nuevo producto o servicio. Naturalmente solo lo descubrirán aquellos que a partir de éste momento visiten tu web, visitas que en muchos casos te costarán dinero.

MARKETING DE AFILIACIÓN

¿Que te parecería poder dar a conocer inmediatamente estas novedades a todos aquellos que anteriormente visitaron tu web y mostraron interés en tus productos o servicios?

Gratis y con efectos inmediatos.

Tan solo debes preparar un atractivo boletín y enviarlo a tus suscriptores y en pocas horas habrás conseguido lo mismo, que te podría llevar semanas o meses y mucho dinero, si dependieras exclusivamente de los nuevos visitantes.

Del mismo modo, podrás comprobar como se multiplican inmediatamente las visitas a las paginas de tu website, cada vez que envíes un nuevo boletín a tu lista de suscriptores, sin que dependa de su propia iniciativa ya que muchos de ellos pincharán en los enlaces propuestos, que dirigen, naturalmente, a las paginas que a ti te interesa que visiten.

Establece una razonable periodicidad para tu boletín, que estés dispuesto a cumplir con precisión y recuerda antes de cada envío, preparar los contenidos de tus paginas con las mejores ofertas para tus lectores. Cada envío representa tantas oportunidades de venta como suscriptores tengas en tu lista. Y sin ningún costo adicional.

A la vez, puedes aprovechar tu boletín para dar a conocer nuevos modelos en tu gama de sofás y ofrecer periódicamente, promociones y ofertas especiales "solo para suscriptores", de está forma darás valor al hecho de estar suscrito y conseguirás establecer relaciones duraderas y estables que permitirán convertir a tus fugaces visitantes en futuros clientes.

equilibra Software Nutricional Profesional
ANS American NutriSoft

DESCARGAR DEMO

Al bajar la DEMO de Equilibra Ud. descarga desde Internet un producto con todos los elementos y es francamente real, por lo que este proceso tardara entre 20 minutos a 4 horas, dependiendo de la velocidad disponible de transferencia en su PC, que está relacionada directamente con la calidad de comunicaciones y las características de su equipo.

Esperamos que sea de utilidad.

[Descargar Demo a mi PC](#)

Como alternativa Ud. puede descargar la presentación, cuyo tiempo de descarga es mucho menor, realizando click en [PRESENTACION](#).

Le invitamos a ver Equilibra ON LINE totalmente **GRATIS** y sin más demoras, en este mismo momento Ud. podrá obtener su evaluación nutricional personalizada, disponibilidad inmediata de dietas, así como valoración, control y análisis de su ingesta y otras facilidades de nuestra Guía Nutricional ON LINE. Presione [AQUÍ](#) para ingresar a Equilibra ON LINE.

Ofrecer una demostración gratuita, es un excelente recurso si tus productos o servicios se prestan a ello.

Una experiencia personal:

Hace unos años, compré on-line un programa que acostumbro a utilizar a la hora de buscar y seleccionar afiliados para mis clientes en la Red, es un programa fácil de utilizar y que da buenos resultados, razón por la cual estoy satisfecho con la compra realizada.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Pues bien, desde el día en que lo compré, vengo recibiendo cada mes un boletín en el que su fabricante y me explica algunos trucos, novedades del producto y formas diferentes de utilizar su herramienta que resultan altamente interesantes para mí.

Recibo cada mes información valiosa y de forma gratuita.

Además también me informa puntualmente cada vez que aparece una nueva versión del programa, junto a una oferta especial de actualización que como cliente me da derecho a un importante descuento.

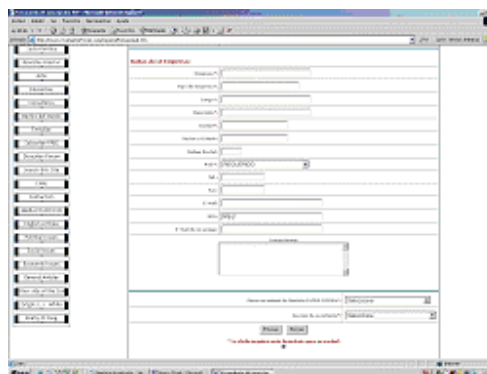
No hace falta decir que, desde entonces, he pagado más por las actualizaciones que por el producto original y sigo estando satisfecho por la compra y el servicio que mes a mes me ofrece gratuitamente el fabricante, con los que se ha ganado mi confianza y fidelidad.

Y todo empezó "bajándome" una demo gratuita un día que aparecí de pronto en el sitio del fabricante, tras pinchar en la recomendación que venía en un boletín de uno de sus afiliados, con una atractiva descripción del programa y los beneficios que me ofrecía a la hora de facilitar mi trabajo.

Quizá no sea éste exactamente tu caso, pero te invito a que reflexiones acerca de esta estrategia, que quizá no este tan lejos de tu situación como lo que piensas y te permita descubrir nuevas posibilidades de promoción a bajo coste para tu negocio.

Dar mucho y pedir poco: Cuanto más importante y cuantiosa sea la información que pidas a tus suscriptores, más valioso debe ser lo que ofrezcas en compensación.

Piensa en lo que deberían ofrecerte para que accedieras a rellenar el siguiente formulario.

A screenshot of a web browser showing a subscription form for 'Revista INTER - FORUM'. The form is titled 'Cada mes por suscripción recibirá INTER - FORUM' and 'El número boletín en PDF'. It contains numerous input fields for personal information, contact details, and preferences, along with several checkboxes and dropdown menus. The layout is somewhat cluttered with many small text labels.A screenshot of a web browser showing a subscription form with a clean, simple layout. It has a title 'Revista INTER - FORUM' and a few input fields for name, email, and phone number. The form is much less complex than the one on the left, with a clear 'Suscribirse' button at the bottom.

Formulario de suscripción con escasas posibilidades. Lo que no se debe hacer.

¿Publicidad? No gracias.

Ten mucho cuidado en que tu boletín no llegue nunca a convertirse simplemente en un folleto publicitario, incluye siempre información de valor para los suscriptores, ya que

MARKETING DE AFILIACIÓN

estos lo recibirán con interés y seguirán suscritos, siempre y cuando vean reflejados en él sus propios intereses, no los tuyos.



Mantén el interés de tus suscriptores en cada nuevo boletín.

Recuérdalo: No se te ocurra tampoco, querer saberlo todo de tus suscriptores desde el primer momento, obligándoles a rellenar un largo formulario para suscribirse a tu boletín, ya que corres el riesgo de que una gran parte de tus visitantes "se asusten" y decidan, razonablemente, no facilitar sus datos personales a quien todavía no conocen.

Confórmate con su dirección de correo y tal vez su nombre, de momento será suficiente. Más adelante tendrás todas las oportunidades que quieras para recabar toda la información que necesites sobre sus datos, gustos y necesidades.

Afiliatip: La mayoría de websites no tiene más que dos opciones "Comprar o marcharse" si consigues ofrecer una tercera opción y gracias a ella, conseguir los datos de tus visitantes podrás conseguir que, más adelante, compren aquellos que no lo hicieron en la primera ocasión.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 3:

Soluciones avanzadas.

Cuando una estrategia de promoción y ventas funciona eficazmente, el siguiente paso es el desarrollo de herramientas que permitan multiplicar sus resultados y hacer más cómoda su administración y manejo.

Si te ha parecido interesante lo que hasta ahora te he explicado sobre el funcionamiento de los boletines, prepárate, por que lo que viene a continuación te va a hacer cambiar la idea que tenias sobre las ventas en Internet.

Una campaña para cada cliente.

Estoy seguro de que has procurado ya que en tu web, se describan con claridad todos los beneficios y ventajas de tu oferta, detallando toda la información que pueda hacer decidir la compra a sus visitantes y utilizando para ello una o varias paginas para cada producto o servicio. Paginas que nadie te puede garantizar que los impulsivos visitantes recorran con la atención suficiente para captar en una fugaz visita su contenido esencial.

No te preocupes por ello. No importa el tiempo que el visitante permanezca en tu web ni las paginas que visite, si eres capaz de darle un motivo desde el primer momento para que se suscriba a tu boletín. (Un regalo, contenidos de interés, muestras gratuitas, etc.)

Éste debe ser tu único objetivo por el momento.



Formulario de suscripción con alta capacidad de segmentación.

Actualmente existen herramientas que te permiten tener previamente confeccionados un numero determinado de boletines (los que necesites), utilizando cada uno de ellos para describir un producto o servicio o bien aquellas características sobre su funcionamiento y beneficios que el suscriptor no descubrió en su visita.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Un ejemplo: Supongamos que ofreces diez tipos de servicios fiscales o financieros en tu web, con lo que es más que probable que ninguna de tus visitas llegue a percibir todas las ventajas de cada uno de ellos.

Para solventar éste inconveniente deberás crear diez boletines diferentes, dedicando cada uno de ellos a un servicio concreto, como si fuera un resumen de la pagina de tu web. Una vez creados los boletines, estableces que los envíos se realicen p.e. cada siete días y ya está. Eso es todo.

Para captar suscriptores, puedes colocar en cada pagina de tu web, un vistoso reclamo ofreciendo un interesante curso gratuito sobre "Ahorro de impuestos" a todos aquellos que se suscriban indicando tan solo su nombre y su e-mail.

A partir de éste momento, el propio sistema se encargará de enviar inmediatamente la primera lección del curso gratuito y realizar los envíos programados a cada suscriptor, de acuerdo al día en que se dio de alta, estableciendo para cada uno de ellos un ciclo de diez semanas en los que irá recibiendo los boletines programados.

The image shows a screenshot of a website registration form. The header includes the logo 'fiscal-impuestos.com' and the title 'Manual de Fiscalidad Básica' by 'Equipo Jurídico del CEF'. The main heading of the form is 'Suscríbese GRATIS a las novedades de la Fiscalidad'. The form fields include: 'Nombre:', 'Email:', 'Contraseña:', 'Confirmación Contraseña:', and a 'País:' dropdown menu with the text 'Seleccione el País'. There is an 'Enviar' button and a link to 'Política de Privacidad'. On the left side, there is a list of 'NOVEDADES' (New News) with seven items related to tax topics. On the right side, there is a navigation menu with links to 'Cursos de Fiscalidad', 'Libros de Fiscal', 'Asesoría Contable, Fiscal, Laboral y Auditoría', 'Maestros', 'Cursos', 'Opciones', 'Librería', 'Bases de datos Normas', 'Legislación, jurisprudencia y Consultas'.

Cada lección contendrá, naturalmente, las ventajas de uno de los servicios de tu empresa, junto a un enlace para solicitar más información o contratarlos, de forma que tus suscriptores puedan hallar en cada una de las lecciones, un nuevo motivo para interesarse por lo que les ofreces.

Además podrás utilizar tu lista de suscriptores para enviarles un boletín mensual de contenidos relacionados y noticias del sector junto a tus ofertas.

De esta forma habrás convertido una fugaz visita en un numero ilimitado de oportunidades de venta a cada suscriptor, que a medida que conozca más tu empresa y sus servicios, se encontrará más cerca de tu orilla del río y preparado para comprar.

Afiliatip: Permanecer en la mente de tus posibles clientes, es imprescindible para que te recuerden cuando necesiten comprar.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 4:

Nuevos aires para tu website.

Espero que las observaciones y comentarios del capítulo primero, no te hayan ocasionado muchos quebraderos de cabeza, nunca fue esa mi intención. Ocurre que, después de haber visto en tantas ocasiones a anunciantes gastar inútilmente su dinero intentando promocionar sitios que eran incapaces de generar resultado alguno, me resisto a permitir que eso mismo pueda ocurrirte a ti.

De modo que si tu website ya superó la prueba, el siguiente paso consiste en hacer que los clientes en los que pensaste cuando pusiste en marcha tu proyecto, sepan que estás ahí, con unas ofertas interesantes y todas las facilidades para sacar provecho de ellas.

¿Que ya lo has intentado otras veces y no ha funcionado? No debes preocuparte ahora por ello, pero conviene que tengas en cuenta que si sigues aplicando los mismos métodos, obtendrás con toda seguridad los mismos resultados. Por ello, en éste capítulo me propongo darte a conocer nuevas estrategias que tu mismo podrás planificar y llevar a cabo, sea cual sea tu presupuesto y con las mayores posibilidades de éxito.

Visite nuestra web.

Imagina por unos momentos la Plaza Roja de Moscú, repleta de diminutos puestos de venta de todo tipo de productos, agrupados ordenadamente en miles de cuadriláteros de unos dos metros de lado conteniendo cada uno de ellos diez mil de esos pequeños puestos de venta, a cual más limpio, ordenado y con vistosos carteles anunciando sus mejores ofertas, con la esperanza de conseguir, aunque sea por unos segundos, captar la atención de unos pequeños personajes que de vez en cuando van circulando entre ellos.

Esta es más o menos la situación de tu website en el entramado de Internet, por perfecto que sea su diseño, atractiva su oferta y magnífico tu servicio de atención a clientes.



Confundido entre una muchedumbre de sitios en la Red con idénticas oportunidades de atraer nuevos clientes, tu reto esta en destacarlo para tu público.

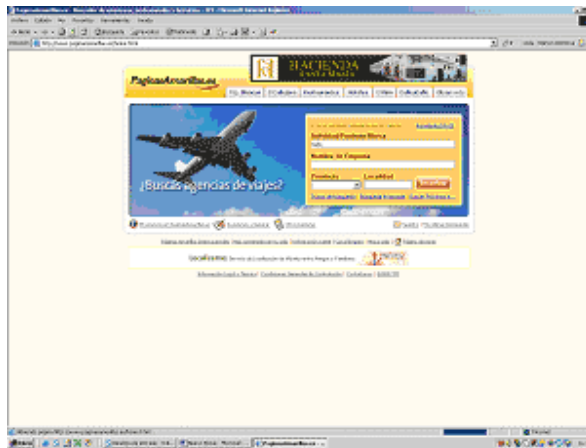
MARKETING DE AFILIACIÓN

No desesperes aún, si has hecho bien los deberes ahora es cuando tendrás a tu alcance las mejores oportunidades para sacar a tu website del inmenso zoco que es la Red, consiguiendo que tus nuevos clientes lo encuentren con facilidad y gracias a ello conseguir los beneficios que te permitan anticipar el retorno de tu inversión.

Eligiendo la estrategia.

Ante el caos de la Plaza Roja, necesitas destacar tu website sobre el resto para permitir que tus nuevos clientes puedan encontrarlo con relativa facilidad. Para ello, puedes actuar básicamente de dos modos, a saber:

A) Esperar a que tus futuros clientes decidan buscarte: En éste caso, deberás dar de alta tu website en varios buscadores, comprar posicionamiento, incluso pagando solamente por los resultados en forma de las visitas que obtengas. Eso está bien, solamente habrá que esperar a que los clientes para los que pensaste tu negocio, necesiten tus productos y decidan ir a buscarlos.



Páginas amarillas: Un recurso para los que buscan tus productos.

Ten en cuenta también, que con seguridad, tu propia competencia hará exactamente lo mismo, de modo que puede darse la curiosa circunstancia de que buscando tu website encuentren al mismo tiempo a los de tus competidores y por cualquier razón, acaben comprando en alguno de ellos.

Además, después de todos los esfuerzos que has hecho para el éxito de tu negocio, no es justo que te resignes a relegar su futuro exclusivamente, a las veleidades de los navegantes en la Red.

B) Acudir en su búsqueda antes de que ellos decidan hacerlo: Afortunadamente Internet ofrece suficientes recursos para llevar a cabo este trabajo, sin tenerse que calzar las "zapatillas de correr" e ir detrás de los clientes. Se trata de acudir en su búsqueda donde quiera que estén y descubrirles necesidades que muchas veces ellos mismos

MARKETING DE AFILIACIÓN

desconocen y despertar su interés en productos o servicios valioso para ellos, que por su propia iniciativa, tal vez nunca buscarían.

Si decides pasar a la acción y hacer que tus nuevos clientes te encuentren sin tener que buscarte, existen diferentes alternativas, que podrás elegir en función de tu presupuesto y necesidades concretas, aunque básicamente todas ellas están basadas en la difusión de enlaces que después de atraer la atención del navegante lo lleven hasta las paginas de tu website.



Enlaces gráficos o de texto en otras paginas relacionadas, conducirán tu mensaje hasta tu público.

Quizá al mencionar los recursos que facilita Internet para salir al encuentro de tus posibles clientes, haya pasado por tu cabeza la posibilidad de hacer lo mismo que esas empresas que llenan todos los días tu buzón de "correo basura" total, es barato y nada se pierde.

Totalmente falso, lo más valioso en un mercado impersonal como Internet, es el prestigio de tu empresa y su marca. Si estas dispuesto a perderlo a cambio de nada, adelante. Pero ten en cuenta la expresión de Bill Gates cuando dice "No hay más que una oportunidad para causar una buena primera impresión". Aprovechala.

Quítate esta idea de la cabeza, lo único que se vende de esta forma en Internet es el sexo, casinos y otras majaderías. Estoy seguro de que no quieres que nadie identifique a tu empresa con este tipo de productos.

Sumando estrategias: Sumar diferentes estrategias, multiplica el efecto que tendría cada una de ellas por separado. El Corte Ingles sigue siendo uno de los primeros anunciantes en todos los medios, (74,5 millones de Euros en 2004) a pesar de que cualquier persona es capaz de localizar la ubicación de alguno de sus centros comerciales, sin tener que acudir a buscarlo en las Paginas Amarillas.

MARKETING DE AFILIACIÓN

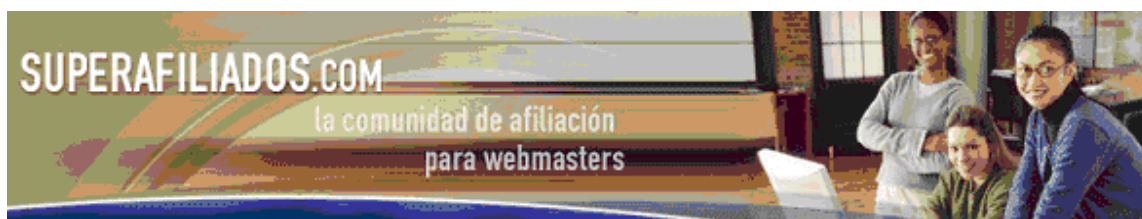
Quien tiene amigos...

También en Internet, toman sentido en algunas ocasiones las frases hechas y esta es una de ellas, de modo que para ilustrarla, vamos a viajar de nuevo hasta la Plaza Roja de Moscú, donde siguen peleando los propietarios de los diminutos puestos de venta por quitarse los clientes, recuerda que tu website sigue estando ahí. Así que abróchate el cinturón.

Uno de los días que Bernabé iba a tomar su almuerzo a la cafetería de la Plaza, la encontró repleta de clientes, dándose cuenta enseguida de que no le quedaba otra opción que compartir la mesa con otro comensal sino quería tener que esperar al siguiente turno, de modo que después de recoger, en el autoservicio, su bandeja con el menú del día, se dirigió a una mesa ocupada por una sola persona, que con gesto amable, acepto cortésmente su inesperada compañía.

Después de los saludos de rigor y dado que ambos tenían sus puestos de venta en la plaza, aunque a considerable distancia uno de otro, la conversación derivó inmediatamente hacia los respectivos negocios, de manera que a los pocos minutos Bernabé ya sabía que su compañero de mesa tenía un puesto a varias calles de distancia del suyo, especializado en la venta de muebles de dormitorio y complementos. A lo largo de la comida y mientras iban dando cuenta de sus respectivos platos, la banal conversación transcurrió alrededor de la situación del mercado, las dificultades para vender y todos aquellos temas que, siendo comunes, se prestaban a un intercambio de pareceres.

Bernabé, experto negociante, pasó toda la comida algo ausente, su mente estaba cavilando de que forma podía sacar provecho a aquel encuentro casual, hasta que en el momento de tomar el café, se dirigió a su compañero de mesa y sin más le espetó:



Tus afiliados serán su propia Red Virtual de Ventas.

Amigo, quiero proponerle un trato.

Seguro que a su puesto de venta acuden a comprar su dormitorio muchas personas que están cambiando los muebles de su casa. ¿Qué le parecería si a cada uno de sus clientes le habla usted de mis sofás Pim-Pum y le dirige hasta mi tienda? No hace falta que usted le acompañe, basta con que le entregue una de mis tarjetas, yo me encargaré del resto y a cambio le daré una compensación por cada nuevo cliente que llegue a mi establecimiento con una de esas tarjetas.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Aquella misma tarde, Bernabé vio llegar a su pulcro y ordenado puesto de venta a dos nuevos clientes con las tarjetas en la mano, de las que había entregado a su improvisado compañero de almuerzo. Ninguno de los dos compró un nuevo sofá, pero Bernabé anotó cuidadosamente en su agenda la dirección de ambos y acordó con ellos enviarles unos folletos con las próximas promociones y los nuevos modelos para la temporada siguiente. **Acababa de nacer el Marketing de Afiliación.**

A partir de aquel día Bernabé procuró ir todos los días a almorzar a la hora en que la cafetería acostumbraba a estar más concurrida y buscaba compartir su mesa con vendedores de alfombras, cortinas, muebles y complementos para el hogar, hizo imprimir cientos de tarjetas con su eslogan y las distribuía entre los nuevos afiliados que iba reclutando.

Los días que no había suerte y su compañero de mesa se dedicaba a la ferretería o venta de pólizas de seguros, ni tan siquiera planteaba la cuestión, simplemente saboreaba la comida y regresaba lo antes posible a su puesto a atender a sus nuevos clientes que iban llegando con las tarjetas en la mano.

Puertas, puertas y más puertas.

A las pocas semanas, el puesto de Bernabé seguía en el mismo sitio, en medio del gran zoco y confundido con el resto de establecimientos, no había gastado un céntimo en publicidad y toda su inversión se limitó a imprimir tarjetas y a compensar modestamente a sus nuevos colaboradores.

Gracias a su estrategia, había multiplicado las puertas de entrada a su establecimiento y también sus ventas, además tenía su agenda repleta con los datos de clientes a los que enviar información y catálogos de los nuevos modelos.



***Alexa.com** te informa del posicionamiento de cualquier website, en cuanto a rango por numero de visitas y numero de paginas con enlaces al sitio de referencia.*

Vamos a seguir un poco más con Alexa (<http://www.alexacom>) viendo los resultados que ofrecen algunas de las paginas más populares de la Red.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Resultados de algunas consultas.

Site Stats for amazon.com:

- **Traffic Rank for amazon.com:** [15](#)(▲2)
- **Speed:** Slow (70% of sites are faster), Avg Load Time: 2.6 Seconds ([what's this?](#))
- **Other sites that link to this site:** [48,562](#)
- **Popups:** None
- **Online Since:** 01-Nov-94

En éste caso los resultados corresponden al sitio www.amazon.com, en el que puedes observar que ocupa el lugar numero 15 entre las más visitadas, la razón de su éxito viene indicada dos líneas más abajo, donde puedes ver que más de 48.000 paginas apuntan al sitio. Razón suficiente para explicar su éxito.

Site Stats for yahoo.com:

- **Traffic Rank for yahoo.com:** [1](#)
- **Speed:** Slow (75% of sites are faster), Avg Load Time: 2.9 Seconds ([what's this?](#))
- **Other sites that link to this site:** [470](#)
- **Popups:** Many (24% of sessions have popups)
- **Online Since:** 18-Jan-1995

Yahoo.com, líder indiscutible en todos los rankings de visitas en Internet. Cabe observar el bajo numero de enlaces existentes (solo 470), lo cual indica que gran parte de sus visitantes acuden directamente por URL y no por enlaces en otras paginas.

Site Stats for dgt.es:

- **Traffic Rank for dgt.es:** [11,607](#)(▲5,995)
- **Speed:** Slow (66% of sites are faster), Avg Load Time: 2.4 Seconds ([what's this?](#))
- **Other sites that link to this site:** [262](#)
- **Popups:** Many (51% of sessions have popups)

El sitio de la Dirección General de Tráfico ocupa un buen lugar en el ranking (puesto 11.607) a pesar de su naturaleza nacional y disponer de tan solo 262 enlaces externos.

MARKETING DE AFILIACIÓN



Puedes comprobar ahora la información de tu web en: www.alexacom.com (*)

(*) El ranking de Alexa.com, registra únicamente los primeros 100.000 websites en numero de visitas, si el tuyo está fuera de éste margen, no aparecerá.

Regresamos:

Volviendo a tu caso particular y si hasta ahora te parece interesante, el Marketing de Afiliación, en el siguiente capítulo te explicaré como aplicarlo eficazmente a tu negocio, y lo fácil que resultará para ti si eliges las herramientas adecuadas.

Ah! y no te preocupes, no deberá ir de un lado a otro de la gran Plaza Roja reclutando a tus nuevos vendedores, te explicaré cómo encontrarlos y seleccionar a los mejores más fácilmente de lo que imaginas.

AfiliaTip: La afinidad de tu negocio con los contenidos de los sitios de procedencia de tus visitas, es uno de los factores que más influyen en su conversión final en ventas (Visitas de Calidad). Selecciona bien a los que van a ser tus afiliados.

MARKETING DE AFILIACIÓN

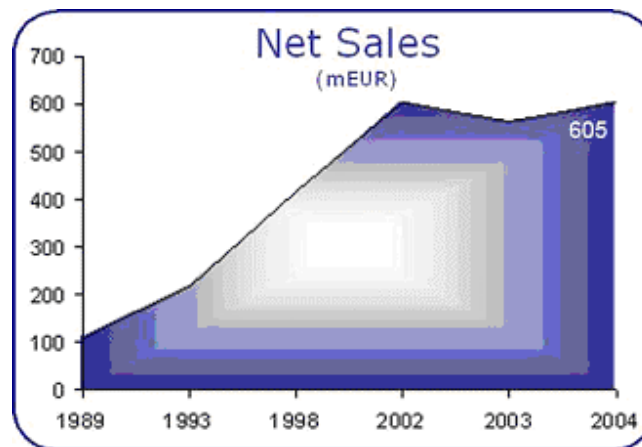
CAPITULO 5:

De nuevo en casa.

Ya dejamos atrás a los inquietos pobladores de la Plaza Roja de Moscú y estamos de nuevo en casa. Ahí quedó Bernabé y su red de afiliados, en frenética actividad trasegando tarjetas de un lado a otro de la plaza y en perfecta simbiosis, basada en el hecho de que cada una de las partes obtiene beneficio, solamente si alcanza a producirse el resultado esperado, en este caso la llegada de un nuevo cliente al puesto de Bernabé y oportunidad de venta inmediata o establecimiento del contacto que le permita cerrarla más adelante.

Aclarando conceptos.

Antes de seguir y para evitar interpretaciones erróneas a lo largo del curso, quiero aclarar que hablar del concepto "venta", no significa necesariamente en todos los casos, que se genere una transacción en la que se intercambie dinero por unos bienes o servicios. Desde mi punto de vista, se puede hablar de venta siempre que se produce un intercambio de bienes o intereses, inducido por una de las partes que intervienen (vendedor) y la aceptación de la otra parte (comprador). A modo de ejemplo y aunque no sea muy académica, ¿Quién no ha utilizado alguna vez la expresión "Vender la moto" tratando de convencer a otro de sus argumentos?



El número de ventas es directamente proporcional a las oportunidades.

Así pues, tu objetivo es conseguir que la otra parte acceda a tus propuestas, que en unos casos consistirá en proporcionarle determinados productos o servicios a cambio de su dinero y en otras un simple intercambio de contenidos o datos, por el que la otra parte obtiene una información que le interesa y tú consigues una información valiosa como su dirección y el permiso para utilizarla posteriormente en sus futuras acciones comerciales.

Obviamente en un entorno impersonal como es Internet y en una primera visita a tu website, resulta mucho más fácil conseguir que tus nuevos clientes te entreguen información que dinero ya que, ellos seguirán disponiendo de la información facilitada y en

MARKETING DE AFILIACIÓN

cambio el dinero que le entreguen irá directamente a su bolsillo desapareciendo para siempre de su cartera. Tenlo en cuenta.

¿Y tu que vendes?.

En realidad, poco importa la propuesta que hagas a tus clientes, siempre que esta sea clara y ellos la perciban como satisfactoria para sus intereses. Ten en cuenta que la acción de comprar depende al fin y al cabo de su libre elección y como bien sabes, toda elección lleva implícita una renuncia. Si consigues que los beneficios de tu oferta tengan más valor para el cliente que aquello a lo que le pides renunciar, (generalmente dinero) ten por seguro que valorará su propuesta.

Prueba a sugerir ideas en cuanto a esto como: ¿qué puede usted comprar por XX,xx €? "Ahora puede usted obtener mucho más con nuestra oferta." Procurando, claro está, que tu producto salga bien parado de la comparación inducida.

También resultará relativamente fácil que tus visitas accedan a darte su dirección de correo electrónico y su permiso para utilizarla, si les ofreces a cambio algo de valor que llegue a despertar su interés.



SUSCRIBASE A NUESTRO BOLETÍN
CONSIGA GRATIS ESTA TTEM-A MINI SPEED

- » Velocidad máxima: 15-20 Km/h
- » Peso máximo de carga: 80 Kg
- » Autonomía en tiempo: 90-120 minutos
- » Autonomía en recorrido: 8-15 Km
- » Carcasa de acero inyectada en plástico
- » Guardabarros de aluminio
- » Tipo de rueda: neumático
- » Peso neto: 12 Kg
- » Tamaño: 84 x 18 x 94 cm
- » Potencia de motor eléctrico: 200 w
- » Tiempo de carga: 5-8 horas
- » Colores: amarillo, rojo o negro.

SUSCRIBASE AHORA

Promoción válida hasta fin de existencias

*Ofrecer la participación en un sorteo, ofrecer muestras gratuitas, etc.
Son formas de incentivar la suscripción reduciendo su coste.*

Si ofreces usted un sorteo, por el que tus visitantes puedan obtener gratuitamente alguno de tus productos, obtendrás una lista de personas que tienen verdadero interés en poseerlos y así te lo indican al participar en tu promoción. Que en lugar de obtenerlos gratis, te paguen por ellos, dependerá de la capacidad de persuasión de tus posteriores acciones comerciales mediante tu boletín u otro tipo de comunicados.

MARKETING DE AFILIACIÓN

¿Cuándo empezar?

Cuando quieras. Una vez sentados los fundamentos de lo que entendemos por venta y asumiendo que tu website reúne todas las características necesarias para conseguirlas, según se describe en el capítulo primero, vamos a descubrir la mecánica de funcionamiento de los Programas de Afiliación a nivel general, más adelante veremos estrategias diversas que te permitirán ajustar su funcionamiento, a las necesidades específicas de tu negocio y como no, a tu presupuesto. Minimizando al mismo tiempo los riesgos de tu inversión.



El conocimiento minimiza el riesgo en los negocios en la Red.

El ejemplo de Bernabé expuesto en la lección anterior no es más que una estrategia basada en marketing de Afiliación en estado muy primitivo, ya que el enorme potencial que Internet pone a tu disposición y la avanzada tecnología disponible en el mercado actual, hacen compatibles su demostrada eficacia con la mayor facilidad y comodidad en su utilización.

En esencia, todo website en el que se ofrece determinado tipo de negocio, no difiere en ciertos aspectos de cualquier establecimiento convencional, en el sentido que ha sido creado para un tipo de público más o menos concreto y una vez puesto en marcha, la principal tarea consiste en darlo a conocer a éste público y procurar, por lo menos, que lleguen a visitarlo y recibir con favorable percepción su oferta.

Tu sitio en la calle Principal.

Si hablamos de un comercio convencional, una de las claves de su éxito es ubicarlo en una zona comercial con gran tráfico de transeúntes, que atraídos por su escaparate, decidan traspasar el umbral y adentrarse en el establecimiento, conocer su oferta y si llega el caso, adquirir sus productos. Otras acciones basadas en publicidad en la prensa local o buzoneos en sus alrededores, puede proporcionar parecidos resultados. En definitiva, se trata de conseguir visitas interesadas.

MARKETING DE AFILIACIÓN

En Internet, la situación no es muy diferente, cualquier empresa o emprendedor que ha realizado una inversión en la creación de su nuevo website, lo ha hecho pensando en unos clientes a los que ofrecer sus productos, servicios o propuestas de negocio y estos no llegarán a él sino lleva a cabo las necesarias acciones de promoción, equivalentes a las mencionadas en el caso anterior. (Recuerda que, por ahora, tu website sigue inmerso en el caos del la Plaza Roja).

En la Red, sin embargo, las cosas son mucho más fáciles, tanto por la abundancia de recursos, como por su coste sensiblemente inferior y la inmediatez en la obtención de resultados. Vamos a cambiar, pues, la Plaza Roja por Internet.

Seguro que conoces a otras personas o empresas que antes que tu ya lanzaron sus websites y por diferentes medios han logrado consolidar un trafico medio de visitas diarias más o menos considerable. Lo primero que debes hacer es ponerte en contacto con estas personas o empresas y proponerles que coloquen en sus paginas, imágenes o textos que despierten el interés de sus visitantes y mediante la acción de un solo clic los redirijan hacia tu website. Si tu relación con estas personas permite cierta familiaridad, quizá se ofrezcan a hacerlo gratis, en otro caso deberéis establecer algún tipo de compensación por cada visita enviada.



Una vez más se cumple el principio de Pareto, según el cual el 20% de afiliados, generan el 80% de beneficio y viceversa.

Ocasionalmente, puede ocurrir que alguno de estos conocidos edite su propio boletín y tenga un numero considerable de suscriptores. No desperdicias la oportunidad de que incluya igualmente el enlace a tu website en él, ya que se trata de un público de mucha mayor "calidad" por su interés en los contenidos del boletín, que dicho sea de paso infunden mayor credibilidad al mensaje de promoción.

De esta forma y sin mayores complicaciones, es más que probable que en muy pocas horas veas aumentar el trafico de su web gracias a tus nuevos aliados, éste incremento dependerá en gran parte del contenido del gráfico, banner o enlace de texto para despertar el interés de los navegantes en tu mensaje y provocar la acción de clicar en él.

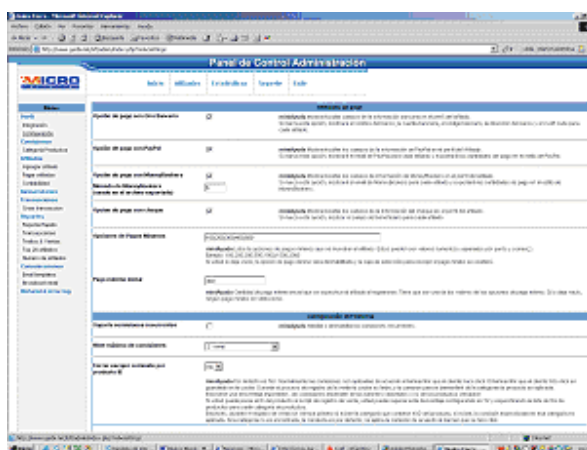
MARKETING DE AFILIACIÓN

El diseño de los enlaces de texto, banners y otras creatividades, es uno de los puntos clave, que más pueden influir tanto en los resultados como en el coste final de su promoción, por ello está totalmente justificado dedicarle un apartado en el siguiente capítulo.

Mientras sea muy reducido el numero de sitios que "apuntan" hacia tu website (tus afiliados), su administración será inexistente o muy sencilla, sin llevarte demasiado tiempo. Sin embargo, al comprobar su eficacia, es poco probable que te pares ahí y muy pronto quieras disponer de un mayor numero de afiliados enviándote el trafico que tu website necesita.

Enhorabuena. ¡Acabas de aproximar su establecimiento a la calle principal de tu ciudad!

Llegado éste punto, deberás disponer de un sistema automático que contabilice las visitas o nuevos contactos generados por cada uno de ellos y las compensaciones respectivas. Es de gran interés disponer también de un método para evitar posibles fraudes "Tracking" que te asegure la lealtad de todos tus afiliados. Pero ello no debe preocuparte por ahora, más adelante le explicaré como disponer de estos mecanismos en tu Programa de Afiliados.



Un eficaz Software-motor, con un sistema de control automatizado, te permitirá ahorrar tiempo y obtener el máximo rendimiento en tus campañas.

Llegado el fin de cada mes, solamente será necesario disponer la liquidación a tus afiliados por los resultados generados por cada uno de ellos y realizar los pagos correspondientes de la forma previamente acordada, generalmente mediante el envío de cheques o transferencias bancarias.

No pienses que deberás realizar tantos pagos como afiliados tengas, ya que es norma habitualmente aceptada por webmasters y anunciantes, establecer un importe mínimo para los pagos (60€ o 100€), de manera que solamente deberás pagar a aquellos que superen esta cantidad.

MARKETING DE AFILIACIÓN

A partir de ahí se inicia nuevamente el ciclo y tu website sigue siendo uno de los escaparates más visitados de la ciudad.

¿Y eso es todo?

Pues en principio no hay mucho más que explicar en cuanto al funcionamiento básico de los Programas de Afiliados, otra cosa son las estrategias que hacen que además de bonito sea eficaz y puedas adaptarlo exactamente de acuerdo a sus necesidades.

En el siguiente capítulo vamos a desmenuzar los principales elementos que componen un Programa de Afiliación, con especial atención a los Afiliados y hallarás respuesta a todas las preguntas y dudas que ahora bullen en tu mente.



Marketingdeafiliacion.com es el portal en español dedicado íntegramente a esta especialidad.

AfiliaTip: ¿Despachar o vender?: Quizá habrá un tiempo en que los clientes vengán a comprar, pero hasta entonces es preciso salir a vender.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 6

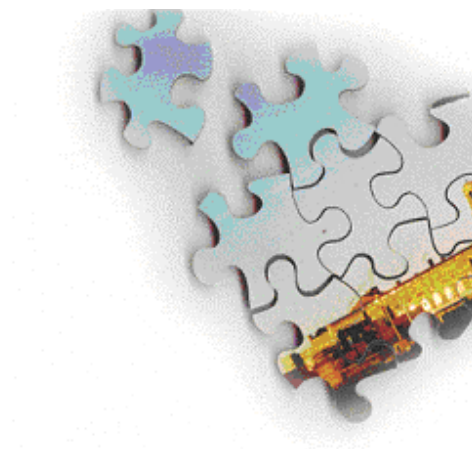
Los afiliados. Tu Red Virtual de Ventas

Amigo lector, si la explicación del funcionamiento, los métodos de seguimiento y el manejo de un Programa de Afiliados expuestos en el capítulo anterior, te hicieron pensar que aplicarlo a tu proyecto estaba lejos de tu alcance, no te preocupes. Ahora toca despejar dudas, ya que éste manual va llegando a su final y hay que aplicarse a conocer todas y cada una de las piezas que componen un Programa de Afiliación.

La más importante es, sin duda, el equipo de afiliados que te ayudará a promocionar eficazmente tu negocio. Por esa razón voy a dedicarles éste capítulo entero en el que descubrirás como seleccionarlos, reclutarlos y convertirlos en tus mejores aliados.

Cuantos afiliados necesitas.

Quizá conozcas algún programa de afiliación como los de Directnic, Amazon, Netsol u otras empresas similares y pienses que en tu caso debe ser algo parecido en cuanto a su complejidad y participación de afiliados. Nada más lejos de la realidad, ya que la primera característica de cualquier estrategia de promoción, es que nunca llegue a convertirse en un problema y éste E-book está escrito precisamente para que así sea.



Tu mismo puedes decidir cuantos miembros necesitas para construir tu red. Es mejor tener 10 afiliados buenos que 100 malos

Si tu empresa no tiene el volumen de las antes mencionadas ni tan siquiera las mismas necesidades ni público objetivo, el numero de afiliados vendrá marcado de acuerdo a tus necesidades concretas. Quizá necesites varios centenares o tengas suficiente con unas pocas docenas o menos, ya que lo que precisas es aumentar tus visitas pero manteniendo y si es posible mejorando su calidad.

El origen de tus visitas determina su calidad y las posibilidades reales de compra.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Me explico: Si ofrece sofás Pim-Pum, difícilmente puedan tener interés para ti las visitas enviadas por un afiliado que administra el website de Las Tres Mellizas o un portal de medicina, ya que el público de estos sitios tiene otras inquietudes, y a menos que dispongas de un modelo de sofá estampado con muñecos de Disney o propiedades terapéuticas, tendrás muy pocas posibilidades de amortizar el dinero que pagues a estos afiliados por las visitas que te envíen.

Otra cosa es dar a conocer tu marca (Branding) y eso si lo conseguirás, además a un muy buen precio, ya que tu banner y el logotipo de tu marca serán impresos millones de veces, sin ningún coste, en los websites de tus afiliados y tan solo deberás pagarles cuando esta impresión genere una nueva visita o venta. Ten en cuenta esto a la hora de establecer las compensaciones a tus afiliados y se generoso para premiar su leal colaboración.

Personalmente he diseñado y puesto en marcha algunos programas de afiliación con siete u ocho afiliados, muy seleccionados eso sí, que han obtenido resultados sorprendentes, tanto para el anunciante como para los mismos afiliados.



Ociocaballo.com y Ecuestronline.com, son dos excelentes afiliados para promover servicios y productos relacionados con la equitación.

En general, se podría decir que cuanto más segmentado sea el público que necesites, menor número de afiliados deberás reclutar, siendo a la vez más riguroso en cuanto a su selección. Sería el caso p.e. de un sitio dedicado a vender artículos para fumadores en pipa. ¿Para que sirve que conozcan tu sitio o tu marca aquellos que no fuman en pipa? Sería un mal negocio gastar dinero en ello.

Por otra parte, puede ocurrir que tu sitio en la Red tenga un aspecto más generalista. Pongamos por caso un club de contactos. Esta sería la otra cara de la moneda puesto que tu público puede estar en cualquier sitio y cuantos más afiliados tengas difundiendo tus servicios, más usuarios podrás conseguir en poco tiempo.

En éste último caso si puede ser conveniente exponer gran cantidad de banners difundiendo tu marca y enlazando a tu website, ya que aunque muchos usuarios decidan

MARKETING DE AFILIACIÓN

no contratar tus servicios en su primera visita, si conseguirás que recuerden tu marca y tu web, acudiendo de nuevo cuando decidan utilizar tus servicios o adquirir tus productos.

Como norma general. Debes seleccionar o rechazar a los candidatos a afiliarse a tu programa de acuerdo a la afinidad de su website con el tipo de visitas que necesitas.

El criterio ya explicado, a la hora de presentar los contenidos de tu web, según te dirijas a un público altamente especializado o generalista, debes aplicarlo ahora para seleccionar los sitios que van a participar en la promoción.

Mi consejo es que en cualquier caso, comiences con un equipo reducido, (dos o tres puede ser un buen numero) y de acuerdo a los resultados que vayas obteniendo hacer los cambios que sean necesarios, tanto en tu estrategia, como en la selección. Será mucho más fácil hacerlos ahora que cuando tengas todo a pleno funcionamiento.

Dale algún tiempo a tu programa de Afiliación y lo recuperarás con creces.

Es mejor tener 10 afiliados buenos que 100 malos.

Esta afirmación que parece tan evidente debe ser tomada en cuenta por un doble motivo, ya que los afiliados "malos" son aquellos que, no tan solo no generan los resultados esperados sino que además suelen presentar conflictos por desacuerdos, intentos de fraude, etc. Debes expulsarlos de tu Red lo antes posible.

No debes confundirlos nunca con los afiliados que producen pocos resultados, ya que también en éste caso debes tener en cuenta que es mejor recibir 10 visitas o registros de calidad, que 1000 sin posibilidad de generar negocio.



Un solo afiliado con tráfico suficiente y la segmentación Precisa puede ser un excelente negocio sin problemas.

Un afiliado con poco tráfico puede ser uno de tus mejores aliados si te ofrece un alto índice de conversión de visitas en ventas. Considera mejorar sus condiciones.

MARKETING DE AFILIACIÓN

A los afiliados que producen pocos resultados, basta con pagarles de acuerdo a estos, pero nunca debes identificarlos como un problema. Piensa que siempre debes primar la calidad sobre la cantidad ya que ello te ayudará a aumentar tus ventas a la vez que ahorras dinero en visitas o registros improductivos.

Una excepción: Si el enfoque de tu negocio es la venta directa desde la web, mediante contenidos, descargas o suscripciones de pago y las comisiones de tu Programa de Afiliados, son exclusivamente de "pago por venta", éste aspecto no es tan importante, puesto que lo esencial es que las ventas se produzcan y se cobren y no tanto el origen de los nuevos compradores.

En éste caso, tan solo cuestiones de imagen de tu empresa pueden aconsejar prescindir de algunos sitios afiliados.

Superafilados.

No todos los webmasters se toman con igual seriedad el Marketing de Afiliación, algunos se limitan tan solo a poner banners en sus paginas y ver que ocurre, mientras que otros dedican parte de su tiempo a aprender técnicas de venta on-line, disponer de sus propios adservers y aplicar todos sus recursos para mejorar sus ingresos tratando de ofrecer los mejores resultados a sus anunciantes.

Entre estos voy a destacar a los que pueden ser considerados Superafilados, motivados vendedores que trabajan en sus websites, como si se tratara de auténticos centros comerciales on-line, superando en muchas ocasiones a los de sus anunciantes en contenidos, navegabilidad y recursos.

Como distinguirlos:

- Acostumbran a administrar uno o varios sitios de contenido altamente especializado, dominando personalmente el sector al que se refieren, lo que les permite utilizar las paginas más adecuadas para cada campaña.
- Sus paginas utilizan un dominio propio y en raras ocasiones son alojadas en servidores gratuitos (aunque hay importantes excepciones).
- Los contenidos de sus paginas son actualizados constantemente con noticias y novedades del sector, lo que les permite lanzar campañas con efecto inmediato.
- Mantienen al día su registro de usuarios a los que ofrecen servicios y contenidos de valor gratuitamente.
- Editan su propio boletín electrónico de suscripción gratuita, que puntualmente remiten a sus suscriptores con interesantes contenidos y ofertas comerciales.
- Más que visitas, tienen usuarios fieles que confían en ellos.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Estos son algunos de sus rasgos principales, a partir de aquí cada uno aplica sus propias estrategias basadas en la experiencia y conocimiento del sector ya que en muchos casos se trata de personas o empresas que se dedican a ello profesionalmente.

Donde y como puedes conseguir afiliados.

Existen diferentes estrategias para que puedas reclutar a tus afiliados y en éste capítulo voy a explicarte algunas, para que puedas elegir la que más se adecue a tus necesidades.

Buscadores: Supongamos que has logrado ya deshacerte de tu stock de sofás Pim-Pum y para tener la vida más fácil, decides dedicarte a partir de ahora a la venta de artículos para fumadores en pipa, desarrollando un website al efecto y contratando para ello un Programa de Afiliados que te ayude a promocionar tu nuevo negocio en la Red.

Una vez tengas tu programa activado y dispuesto para empezar, te sugiero lo siguiente:

- 1º/ Ve a <http://www.google.com/> y selecciona "Búsqueda avanzada".
- 2º/ En la casilla "Con la frase exacta" escribe: "fumar en pipa"
- 3º/ Haz clic en "Buscar" y al instante le aparecerá una lista con más de 1000 candidatos.
- 4º/ Redacta una breve invitación a participar en tu programa, explicándoles que tan solo por poner un banner en su website, les vas a pagar cada vez que alguien haga clic en él. A continuación visita sus websites y envíales la invitación a aquellos que te gustaría tener como afiliados.



Cualquier buscador te puede ser útil para reclutar a tus afiliados.

Con esta sencilla operación, descubrirás las mismas paginas que descubrirán todos los que acudan al mismo buscador buscando tus productos o similares. Ahí estará tu público y por lo tanto ahí deben estar tus enlaces.

Esto es sólo un ejemplo, te sugiero que pruebes a buscar en <http://www.google.com/> o en otro buscador frases como "hierbas medicinales", "juguetes didácticos" o mejor aún busca una frase breve que pueda descubrir, con éste método, a tus posibles afiliados y prueba.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Fácil ¿No es cierto? Ya te dije al principio, que no te preocuparas.

Empresas de Afiliación: Existen empresas especializadas en Marketing de Afiliación que ofrecen sus servicios en formato ISP, esto significa que será la propia empresa la que invitará a participar en su campaña a los miembros de su propia Red de afiliados, sin que debas ocuparte de nada más que pagar las facturas mensuales por sus servicios.

Estas redes de afiliados acostumbran a estar compuestas por miles de webmasters, convenientemente agrupados por categorías según la temática de sus websites, lo cual permite al proveedor invitar únicamente a aquellos que siguiendo tus indicaciones, como cliente, puedan ser posibles candidatos.

El resto de características sobre el funcionamiento de estos servicios serán ampliadas en el próximo capítulo.

Mercado abierto: Los mercados más dinámicos, utilizan puntos de encuentro entre la oferta y la demanda, en los que una parte puede exponer sus necesidades y ofertas mientras que la otra pueda ofrecer productos y servicios para satisfacerlas.



*[Superafiliados.com](http://www.superafiliados.com) ofrece formación y recursos a sus miembros
Para que sean capaces de generarte los mejores resultados.*

Una vez activada tu campaña de Afiliación, no tienes más que acudir al mercado y buscar entre los afiliados, aquellos que cubran tus necesidades en cuanto a sector, tipo de público, etc. Y seleccionar aquellos que consideres más idóneos.

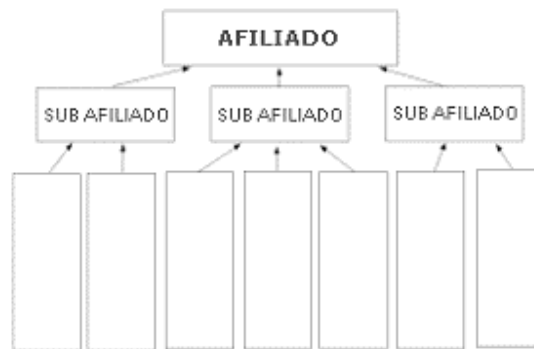
También puedes difundir la oferta de tu campaña entre los miembros de la comunidad y seleccionar a los aspirantes interesados en promocionar tu negocio.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Una ración de Marketing Viral.

Una forma adicional para reclutar nuevos afiliados a tu campaña, consiste en la aplicación de una técnica basada en Marketing Viral que en función del tipo de campaña puede dar excelentes resultados.

Se trata de ofrecer a tus afiliados unos ingresos adicionales en forma de porcentaje sobre los ingresos que consigan los nuevos afiliados que él aporte a tu campaña (Sub-Afiliados). De forma que si cada uno consigue reclutar a otro, la estructura crece en forma piramidal.



Una estructura basada en sub-afiliados, no tiene nada que ver con las redes piramidales de dudosa legalidad.

Es una estrategia eficazmente motivadora para que tus afiliados contribuyan a aumentar tu red de ventas de una forma espectacular y muy indicada para campañas basadas en "pago por venta" en las que prime más la cantidad que la calidad de los afiliados.

Naturalmente una campaña de éste tipo requiere que el software-motor utilizado esté preparado para ello y se encargue de toda la gestión administrativa con la máxima fiabilidad, ya que de otro modo puede convertirse en una vía directa al caos.

Confirma con tu proveedor esta posibilidad si piensas utilizarla en algún momento.

Afiliatip: Un website sin promoción, tiene las mismas posibilidades de éxito que una tienda sin dependientes ni vendedores. Seguro que esto no es lo que deseas para tu proyecto.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 7.

Una solución para cada necesidad.

Ahora que ya conoces el Marketing de Afiliación y las ventajas de aplicarlo a tu proyecto, es probable que te preguntes como y por donde empezar, así que ha llegado el momento de que conozcas y valores las distintas posibilidades que te ofrece el mercado actual.

En esencia y con distintas variables, existen tres formas para que puedas disponer de tu Programa de Afiliados, con importantes diferencias que voy a describir seguidamente.

En cualquiera de los casos, deben ser capaces de admitir diferentes tipos de campaña en cuanto a la forma de retribuir a los afiliados, por clic, por registro y por venta.



Todas las soluciones sirven para lo mismo, pero no para todos los casos.

Si tu interés va en el sentido de pagar por visitas, asegúrate que te ofrecen visitas únicas, ya que de otro modo puedes tener desagradables sorpresas. Como algunos anunciantes que pagan por clic en los buscadores, y su competencia ya ha descubierto que haciendo clic en sus anuncios, consiguen agotar su saldo diario hasta ocupar su posición privilegiada.

Se entiende por "visita única" la primera que se produce desde una misma IP en un periodo de tiempo determinado (normalmente 24 horas), de modo que aunque alguien se pase una tarde haciendo clic en tu enlace, no pagarás más que una visita, la primera.

Autogestionado: Para éste formato, necesitaras un software-motor que puedes adquirir en el mercado o desarrollar tu mismo si eres programador con conocimientos avanzados de programación de paginas web y bases de datos.

Lo más aconsejable es adquirir un software de afiliación standart que esté probado y funcionando eficazmente en otros sitios, ya que su desarrollo tiene una gran complejidad y así te vas a ahorrar cometer los mismos errores que otros ya cometieron y a la larga esto se traduce en eficacia y rentabilidad.

Una vez decidas adquirir el software, es probable que el mismo fabricante se ofrezca a instalarlo en tu propio servidor, gratuitamente o con cargo. Asegúrate antes de comprarlo de que tu servidor reúne los requisitos necesarios para su funcionamiento y no vas a tener problemas de incompatibilidad posteriormente.

MARKETING DE AFILIACIÓN

La mayoría de herramientas de éste tipo te permiten definir tus campañas en modo de pago por click, por registro o por venta y en algunos casos, incluso, combinaciones entre ambos. Te recomiendo que antes de comprar nada te bajes una versión "demo" y le eches un vistazo. Sólo cuando estés seguro de que vas a poder manejarlo debes sacar la tarjeta de crédito de la cartera.

Por lo demás y una vez en marcha, el primer paso será instalar los códigos necesarios en las paginas de tu web y empezar a reclutar afiliados.

Como vas a ser tu mismo el encargado de atender tu programa y tu red de afiliados, es importante que te familiarices con él, tanto desde el punto de vista de anunciante como de afiliado. Así que para empezar créate tu mismo una cuenta de afiliado y haz cuantas pruebas creas necesarias para evitar problemas posteriores.

No tengas prisa: Para empezar recluta a dos o tres afiliados, (mejor si son de confianza) haz las pruebas finales en tiempo real y a partir de aquí una vez que todo funcione como esperas, incrementa paulatinamente los miembros de tu Red.



El tiempo que inviertas en su planificación y puesta en marcha es una inversión que te producirá interesantes dividendos.

Éste formato de Marketing de Afiliación es el más indicado para ofrecer resultados a medio y largo plazo de forma continuada gracias a su funcionamiento permanente, por ello debes ser paciente y cuidadoso en los primeros días y semanas. Si lo haces así, obtendrás resultados constantes por mucho tiempo.

Empresas de Afiliación: En éste caso, no deberás comprar ningún software ni aprender a manejar nada. La empresa a la que contrates el servicio utilizará su propia tecnología y te cederá el uso de su propia red de afiliados, tan solo deberás colocar algunos códigos de programa en tus paginas para que todo funcione inmediatamente.

Al tratarse de un servicio prestado como ISP (Internet Service Provider), tan solo deberás atender el pago de las facturas de tu proveedor, que normalmente incluirán el importe de

MARKETING DE AFILIACIÓN

las comisiones pagadas a los afiliados participantes más un canon por la utilización de su tecnología, que en ocasiones es también proporcional a los resultados obtenidos.

Las principales ventajas de éste formato, consisten en su rápida puesta en marcha, (con o sin inversión inicial) y el breve espacio de tiempo hasta comenzar a obtener los primeros resultados, por lo que son muy indicadas para campañas puntuales o planificadas para una breve o media duración.



Esta es la solución más fácil y de más rápida puesta en marcha.

Entre sus principales inconvenientes, cabe destacar la práctica imposibilidad de establecer una relación entre anunciante y afiliado, sin embargo esta limitación no influye en el éxito de campañas con gran número de afiliados, enfocadas a un público generalista ni en las campañas de "pago por venta".

Debes considerar que contratar una campaña en éste formato, implica "casarte" con la empresa que te ofrece el servicio, ya que su cancelación implica la pérdida inmediata del equipo de afiliados y con ellos tu fuerza de ventas.

Modelo Mixto: En este caso se trata de que dispongas de tu propio software-motor y una empresa especializada se encargue de diseñar la estrategia más adecuada a tus necesidades, construir tu red de afiliados y encargarse de toda la administración para que no tengas que preocuparte por nada.

Éste modelo te ofrece innumerables ventajas, ya que reúne las mejores características de los modelos anteriores y está especialmente indicado para negocios que requieran una precisa segmentación de público o una larga duración.

Campañas muy segmentadas: La empresa administradora se encargará de buscar a los afiliados que necesitas, llegando a establecer contactos personales, si es necesario, para construir tu propia red de afiliados, que permita establecer relaciones duraderas que lleguen a convertirlos en verdaderos prescriptores en lugar de simples distribuidores de tus anuncios.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Campañas permanentes: Independientemente del número de afiliados que necesites, si piensas en una campaña permanente será sumamente importante su planificación inicial para evitar cometer los mismos errores que otros ya cometieron. Contar para ello con el conocimiento y experiencia de profesionales especializados, multiplicará tus posibilidades de éxito.



Conseguir la máxima eficacia de tu programa, no tiene por que ser más caro.

Ahorro de dinero: Tanto en el caso de campañas muy segmentadas como de larga duración, tu mismo podrás decidir hasta cuando necesitas el soporte externo, ya que una vez a pleno funcionamiento, podrás asumir la administración de tu campaña y eliminar costes fijos, que te permitan aumentar su rentabilidad.

Una consideración final.

Sea cual sea el modelo de Afiliación que decidas aplicar a tu negocio, uno de los elementos más importantes será el conjunto de creatividades (banners) que vayas a utilizar. A éste respecto quiero hacerte unas breves observaciones para obtener el máximo rendimiento y ahorrarte dinero.

Ante todo quiero aclarar que al hablar de banner, me estoy refiriendo a cualquier tipo de creatividad, independientemente de su tamaño, forma o color, incluyendo a esas dichas creatividades que no paran quietas en la pantalla de tu ordenador, tendiendo a situarse sobre lo que quieres leer.

Lo importante de un banner es que sea atractivo e induzca a pinchar en él a todo aquel que lo vea.

Grave error!!!

Siendo importante la función motivadora de cualquier banner, lo es casi tanto la contraria, saber pasar desapercibido cuando conviene. Es decir, por una parte debe motivar a clicar en él al público que a ti te conviene, pero a la vez desmotivar al que no te interesa. Por esta razón te recomiendo que olvides incluir la palabra "Gratis" si no es exactamente lo que ofreces.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Programas-GRATIS.net

La explicación es bien simple. Ya que vas a tener que pagar cada vez que alguien pinche en él y sea dirigido a tu website, debes procurar que estas visitas tengan posibilidades reales de aportarte algún beneficio, evitando en lo posible aquellas que sin tener ningún interés en tus productos lleguen a tus paginas solo por que el banner era "irresistible".

De igual manera que no te gusta tener la casa llena de gorriones vaciando el mueble bar, debes procurar que no se llene tu website de curiosos, vaciando tu cartera.

Ello no significa que no debas aceptar un margen de error razonable, jamás lograrás un 100% de publico objetivo en tus promociones, pero en tu mano está, con las estrategias que ahora ya conoces, obtener los mejores resultados evitando riesgos y desagradables sorpresas.

Por último, no debes olvidar que el principal interesado en que todo funcione sigues siendo tu y por ello, tu programa debe ofrecerte la posibilidad de poder cambiar en cualquier momento los banners o paginas de destino de las nuevas visitas, con efecto inmediato para todos sus afiliados, sin que ellos deban hacer ninguna modificación en las paginas de su website.

Solamente de esta forma, podrás lanzar ofertas puntuales, promociones especiales y experimentar con nuevas creatividades cuando quieras, sin tener que solicitar intervención alguna de sus afiliados, que seguramente tendrá cosas mejores en que emplear su tiempo.

AfiliaTip: Siendo importante la función motivadora de cualquier banner, lo es casi tanto la contraria, saber pasar desapercibido ante el público que no conviene.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 8:

Visitas, registros y ventas.

Hasta hace muy poco tiempo, hablar de marketing en Internet, era sinónimo de recibir visitas, sin embargo y a pesar de que esto sigue siendo válido para muchos proyectos en la Red, la incorporación de miles de empresas y profesionales que han llevado sus negocios al mercado on-line ha creado nuevas necesidades que van mucho más allá y el Marketing de Afiliación ha sido la primera estrategia en aportar soluciones.

..SISTEMAS AUTOMÁTICOS DE TRÁFICO..Obtenga miles de visitas sin
clicar ¡MÁS DE UN MILLÓN!Y AHORA, ADEMÁS, GANAR DINERO CON ELLOS

CONSIGA 12.000 VISITAS GRATIS CADA HORA
y **1.125.000** más de regalo en los próximos 60 minutos:
es el total aproximado que le regalarán por apuntarse.

Publiadenta.net

500.000 visitas gratis de un porrazo **AQUI** para empezar!!!

*Las visitas sin discriminar, no son más que
un espejismo que ha pasado a la historia.*

Todo lo explicado hasta ahora sobre el Marketing de Afiliación, se ha basado en las ventajas de esta técnica como generadora de tráfico de calidad, hacia tu negocio en la Red, es decir conseguir multiplicar tus oportunidades de venta mediante las visitas de público con posibilidades de convertirse en clientes.

Sin embargo, existen en el mercado, otros formatos de programas de afiliación, son los llamados habitualmente "Programas de pago por registro" y "Programas de pago por venta", los principios básicos de funcionamiento no varían demasiado respecto a lo que hemos visto hasta ahora.

Vamos a dar un breve repaso al funcionamiento, ventajas e inconvenientes de cada una de las dos nuevas modalidades:

Programas de pago por registro (Lead).

¿Recuerdas que en el segundo capítulo, te mencionaba la importancia de conseguir algún dato de las visitas aportadas por tus afiliados? El objetivo no era otro que convertir la fugaz visita en una relación duradera que te permitiera establecer, mediante tu boletín o posteriores comunicados, llegar a convertirlas en nuevos clientes.

En éste caso, la estrategia es muy parecida, aunque puede tener diversos objetivos. Por una parte, es posible que te interese solamente captar nuevos contactos con los que

MARKETING DE AFILIACIÓN

posteriormente llevar a cabo la oportuna labor comercial que la estrategia de tu empresa tenga por costumbre llevar a cabo.

Puede ser que tu empresa se dedique a la compraventa de pisos, a asesorar a sus clientes sobre inversiones bursátiles, vender terrenos o cualquier otro tipo de servicio o producto, que por su propia naturaleza no sea susceptible de ser prestado on-line ni entregado a domicilio.

Si tu empresa necesita capturar usuarios registrados a sus servicios o suscriptores a una publicación, ésta opción puede ser una alternativa válida, solamente debes decidir si confías en la capacidad de tu website, para obtener estos resultados por si mismo mediante un programa de pago por visitas o recurrir al pago por registro, que te ofrecerá una mayor seguridad en la obtención de registros, pero con la contrapartida de un mayor coste por cada uno de ellos.



El formulario muestra un encabezado con el texto "suscripción gratis!!" en un fondo azul con líneas blancas. Debajo hay una serie de campos de entrada:

- Nombre: campo de texto con un asterisco rojo a la derecha.
- Apellido: campo de texto con un asterisco rojo a la derecha.
- Sexo: menú desplegable con "Hombre" seleccionado.
- E-Mail: campo de texto con un asterisco rojo a la derecha.
- Fecha de nacimiento: tres menús desplegables para "Día", "Mes" y "Año", con un asterisco rojo a la derecha.
- Profesión: campo de texto con un asterisco rojo a la derecha.
- Estado/Localidad: campo de texto con un asterisco rojo a la derecha.
- País: menú desplegable con "Seleccione un País" como opción, con un asterisco rojo a la derecha.

En la parte inferior del formulario hay dos botones: "Enviar" y "Limpiar".

Los programas de pago por registro, permiten disponer de información valiosa al mínimo coste.

En éste caso, necesitaras ubicar en tu website un formulario más o menos extenso, que sus visitantes deberán rellenar con los datos que estimes necesario obtener de cada nuevo contacto y por tu parte, deberás pagar al afiliado que le aportó este nuevo registro, una cantidad de dinero previamente estipulada.

El importe a pagar por cada registro, puede ser muy variable, en función principalmente de dos conceptos:

1/ **La cantidad y tipo de datos solicitados:** Naturalmente cuanto más extenso sea el formulario y el tipo de datos que en él se soliciten, hará que sea más difícil que las visitas accedan a rellenarlo sin un buen motivo para ello. Esta circunstancia hace que recibas una información de más valor, pero dificulta proporcionalmente al afiliado la obtención de resultados y por esa razón el precio de cada registro, deberá ser más alto.

2/ **La calidad de los datos recibidos:** Si deseas obtener registros de un "tarjet" determinado, como puedan ser médicos, estudiantes, amas de casa o fumadores en pipa,

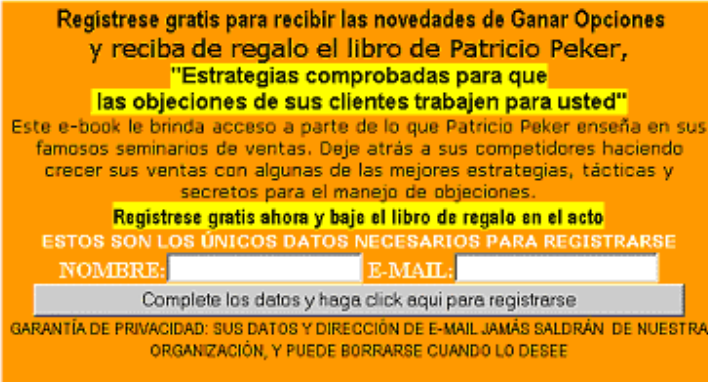
MARKETING DE AFILIACIÓN

estarás limitando en gran manera la posibilidad de obtener registros y por tanto ingresos a tus afiliados y por ello también la compensación por cada uno de ellos deberá compensar esta limitación.

Como conclusión: Mayor segmentación de público y extensión del formulario, aumentan el coste unitario por registro. Por el contrario escasa segmentación y formulario breve lo reducen.

Recomendaciones para ahorrar dinero: Ya llegamos al acuerdo, en una lección anterior, que es mucho más fácil que los visitantes de tu website rellenen un breve formulario en el que les pidas tan solo su nombre y dirección de correo electrónico, que su filiación completa. Si con estos datos no tienes suficiente, siempre podrás hallar un motivo para contactar nuevamente con ellos e ir obteniendo paulatinamente el resto de información que necesites.

Si además ofreces algo de valor para el visitante a cambio de rellenar los datos solicitados, te sorprenderá la cantidad de nuevos contactos que podrás conseguir cada día y a bajo precio.



Regístrese gratis para recibir las novedades de Ganar Opciones y reciba de regalo el libro de Patricio Peker, "Estrategias comprobadas para que las objeciones de sus clientes trabajen para usted"

Este e-book le brinda acceso a parte de lo que Patricio Peker enseña en sus famosos seminarios de ventas. Deje atrás a sus competidores haciendo crecer sus ventas con algunas de las mejores estrategias, tácticas y secretos para el manejo de objeciones.

Regístrese gratis ahora y bajo el libro de regalo en el acto

ESTOS SON LOS ÚNICOS DATOS NECESARIOS PARA REGISTRARSE

NOMBRE: E-MAIL:

Complete los datos y haga click aquí para registrarse

GARANTÍA DE PRIVACIDAD: SUS DATOS Y DIRECCIÓN DE E-MAIL JAMÁS SALDRÁN DE NUESTRA ORGANIZACIÓN, Y PUEDE BORRARSE CUANDO LO DESEE

Puedes reducir el coste por suscripción obsequiando algo de valor sin coste para ti.

Naturalmente debe tratarse de algo que represente un coste perfectamente soportable para ti (¿Recuerdas el curso para ahorrar impuestos?) y pueda ser enviado al instante mediante un sistema automático, ya que ello incentivará al visitante y te asegura que la dirección indicada es correcta, ya que de otro modo no recibirá su obsequio.

Por otra parte, la calidad de los registros obtenidos, podrás regularla con mayor o menor precisión, seleccionando adecuadamente a tus afiliados. Quizá no puedas ser tan exigente en cuanto a su cantidad, pero tu vida será mucho más fácil y en cualquier caso, haciendo bien las cosas, el coste por cada registro válido muy inferior.

Si estás dispuesto a aportar por tu parte, los conocimientos adquiridos en éste E-book, a la hora de planificar tu Programa de Afiliados, te aseguro que mediante un programa básico de pago por visita y una buena estrategia para captar registros en tus paginas, vas a obtener los mejores resultados ahorrando mucho dinero en la promoción de tu negocio en la red.

MARKETING DE AFILIACIÓN

Programas de pago por venta.

En su aspecto general, son muy parecidos al caso anterior de pago por registro, con la salvedad de que en éste caso, la compensación al afiliado se establece mediante un importe fijo por cada venta o una comisión porcentual sobre su importe.

Tienen no obstante algunos aspectos, que considero importante destacar.
Cookies . ¿Recuerda las tarjetas que Bernabé iba repartiendo entre los afiliados que reclutaba a la hora del almuerzo? Pues algo así son las cookies, por lo menos en cuanto a su función, que huyendo de especificaciones técnicas voy a explicarte a continuación.

Cuando un navegante hace clic sobre un banner o cualquier tipo de enlace, el software del programa de afiliación, instala en su ordenador un pequeño fichero (cookie) con cierta información que permite identificar en que website afiliado estaba ubicado éste banner.

Supongamos que el navegante visita varias paginas de tu website y al final decide comprar o registrarse, pues bien, después de cada una de estas acciones, existe un programa (Tracking Code) que se encarga de averiguar, mediante la lectura de cookies, si este comprador llego al sitio desde uno de tus afiliados, y solamente en este caso, anota la venta realizada y la comisión correspondiente en su cuenta. En otro caso, éste código permanece inoperativo.

Esto te permite llevar un control preciso de las visitas, registros o ventas conseguidas por tu Programa de Afiliación y conocer en detalle los afiliados que te han proporcionado cada una de ellas.

En los programas de afiliación de pago por venta, son aplicables en general, las mismas recomendaciones que las anteriormente he descrito para los programas de pago por registro.

Combinaciones mixtas:

Existe también la posibilidad de ofrecer a tus afiliados, formulas que combinen la compensación por visitas y ventas conseguidas. En éste caso, su administración puede ser más compleja, pero si dispones de los medios necesarios para que resulte cómoda, es una opción a considerar.

Es necesario ser sumamente cuidadoso éste tipo de combinaciones y evitar en todo caso que tus afiliados puedan sentirse "explotados" mediante propuestas en las que el pago por las visitas generadas, venga condicionado por un porcentaje mínimo de ventas.

Si propones a tus afiliados un pago por cada visita más una comisión adicional por las ventas conseguidas, pero tan solo pagas las visitas a aquellos que alcancen un determinado porcentaje de ventas, es probable que ahorres mucho dinero, ya que probablemente nadie aceptará tus condiciones.

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 9:

Dinosaurios y gacelas.

¿Sabías que un dinosaurio necesitaba comer cada día más de 300 kilos de forraje, tan solo para mantenerse con vida?

¿Y que por otro lado una ágil gacela, con poco más de 6 kilos se arregla?

Quizá en alguna ocasión has pensado contratar un programa de afiliación para tu proyecto y hayas tenido la sensación de estar comprando un dinosaurio, porque te pedían cantidades de forraje desorbitadas y fuera de tu alcance, tan solo para mantenerlo vivo y que, después de hacer tus cálculos, viste que jamás podrías amortizar.

Si tu empresa se parece más a una gacela que a un dinosaurio, necesitas soluciones ágiles y al alcance de tu presupuesto, que puedas manejar fácilmente y te proporcionen los resultados que te permitan anticipar el retorno de tu inversión.

Todos los recursos y estrategias expuestos en éste breve manual, están disponibles en el mercado y ahora ya tienes los conocimientos necesarios para detectar aquellos que te pueden ayudar eficazmente a promocionar tu negocio.

Nadie te podrá garantizar el éxito de tus promociones, pero el Marketing de Afiliación te permite minimizar sus riesgos y si a miles de negocios les funciona. ¿Por qué no va a funcionar en tu caso?

Una esperanza.

Si estas de acuerdo conmigo en que "El conocimiento es la única cosa que crece cuando se comparte", espero que hayas encontrado provechoso para ti, el tiempo dedicado a éste breve manual sobre Marketing de Afiliación, en el que he intentado transmitirte aquellos conocimientos, que estoy seguro sabrás aprovechar en beneficio de tus proyectos y en los que me brindo, desde ya, a ayudarle a llevar por el camino del éxito.

Tan solo agradecer tu confianza y rogarte sepas disculpar los errores que hayas podido detectar en esta edición, que espero poder mejorar con tu inestimable ayuda, por lo que agradeceré sinceramente cualquier observación, crítica o comentarios que te invito a remitir a mi atención personal.

Ha sido un placer.

Lluis Sabata Navarro

miconet@garbi.com

MARKETING DE AFILIACIÓN

CAPITULO 10

Sobre el autor:

Lluis Sabata Navarro, autor de éste E-book ha dedicado los últimos diez años de su vida profesional a trasladar a Internet, las estrategias y técnicas de venta que durante más de veinte años como vendedor de productos y servicios a Pymes y profesionales ha ido practicando y perfeccionando.

En el año 2000 fue fundador de la primera empresa española especializada en Marketing de Afiliación formada por una red de más de 12.000 miembros afiliados, compatibilizando sus tareas de dirección estratégica, con la publicación de numerosos artículos, E-books y cursos sobre el funcionamiento y aplicaciones del Marketing de Afiliación.

A partir de entonces, se dedica a asesorar personalmente a sus clientes diseñando las estrategias y dirigiendo sus proyectos de Marketing de Afiliación.

En la actualidad dirige también los sitios Marketingdeafiliacion.com y Superafiliados.com desde los que proporciona información y recursos a anunciantes y afiliados respectivamente, sobre el mercado on-line y las estrategias de promoción más adecuadas para Pymes y profesionales.

Puedes contactar con él en: micro2@garbi.com

MARKETING DE AFILIACIÓN

**El conocimiento es la única cosa
que crece cuando se comparte!!!**

Éste E-book puede ser reproducido y/o transmitido por cualquier forma o medio, electrónico o mecánico a cualquier persona que pienses que le puede interesar su contenido. Tal solo te pido que respetes totalmente su integridad.