

Содержание

Посвящение	6
Вступление.....	7
Благодарности	8
Об авторе	9
Авторское предисловие к русскому изданию	11
Предисловие	13
Введение	16
I Основы	17
Что такое партнерский маркетинг?	18
Кто такой партнер?	19
Сколько зарабатывают партнеры?	21
За какие действия потребителей партнеры получают вознаграждение?	23
У меня будет 100%-ный пассивный доход?	25
Что такое партнерская программа?	25
Какие бывают виды партнеров?	25
С чего мне начать?	27
Сколько денег нужно для начала?	27
Можно ли стать партнером без сайта?	27
Сколько нужно будет тратить времени?	28
Насколько я должен быть подкован в технологиях?	28
Могу ли я продвигать нескольких рекламодателей из одной ниши?	29
О каких платформах для партнерских программ мне следует знать?	29
Что же такое партнерская сеть?	29
Какие бывают партнерские сети?	29
Следует ли мне отдавать предпочтение сетевым, а не независимым программам?	33
Можно ли объединить все мои отчеты в одном месте?	33
Как именно производятся выплаты?	34
Что такое пользовательское соглашение (правила работы или использования) партнерской сети?	35

Что такое куки и почему они важны?	35
Куки является единственным способом отслеживания партнерского трафика и конверсий?.....	36
Следует ли мне избегать партнерских программ с коротким временем жизни куки?	36
Что, если покупатель вернет товар?.....	37
Что такое правила партнерской программы и почему они важны?.....	38
Что такое время обработки?	39

II

Первые шаги и каждодневная работа 40

Какие ниши являются самыми выгодными?	41
Могу ли я спрогнозировать свой партнерский заработок?	42
Какие виды сайтов наиболее популярны?.....	44
Кто такие «слабые партнеры»? (Или мысли о создании ценности).....	45
Что такое «утечки»?	47
Какой баннер подходит партнерам?	48
По каким критериям можно оценить партнерскую программу?.....	48
Разумно ли платить за подключение к партнерской программе?	53
На что обращают внимание управляющие программой в заявках партнеров на подключение?	54
Можно ли приобрести готовый проект для заработка на партнерском маркетинге?	54
Стоит ли использовать для нишевых сайтов доменные имена с дефисом?	55
Является ли ведение блога хорошим способом рекламы?	57
Какую платформу использовать для блога?.....	58
Какие существуют WordPress-плагины для партнеров?	59
Стоит ли партнерам размещать рекламу Google AdSense?	61
Что такое разглашение информации и почему это важно?	62
Как мне оформить разглашение информации и где его разместить?.....	62
Можно ли использовать e-mail-маркетинг?.....	63
Что такое партнерские товарные выгрузки?	65
Какие инструменты упрощают работу с товарными выгрузками?	65
Какие инструменты монетизации контента доступны партнерам?.....	68

Стоит ли мне предлагать и продвигать купоны рекламодателей?	68
Какие инструменты для интеграции купонов мне следует использовать?	69
Какие виды купонов лучше конвертируются?	70
Каким способом лучше всего связываться с рекламодателями?	70

III Темы для углубленного изучения..... 71

Как мне создать ссылку на определенную страницу?	72
Что такое маскировка партнерских ссылок?	73
Нормально ли воспринимается поисковыми системами маскировка партнерских ссылок?	74
Могу ли я брать плату за размещение ссылок рекламодателя?	76
Делают ли партнеры e-mail-рассылки?	76
Что такое куки-стаффинг?	77
На какие развивающиеся рынки стоит обратить внимание?	78
Есть ли <i>универсальный</i> совет, который партнер должен помнить всегда?	79
Где я могу найти информацию для дальнейшего обучения?	80

Заключение..... 82

Глоссарий терминов и сокращений партнерского маркетинга..... 83

Посвящение

Я посвящаю эту книгу человеку, который, возможно, никогда не поймет все тонкости рекламы с оплатой за результат, но чья жизнь является примером того, как усердный труд превращается в результат, достижения и успех, ее собственный, детей, внуков и уже правнуков.

Моей бабушке, Лидии Безобразовой

Вступление

Несчетное количество раз меня просили написать книгу для тех, кто собирается заняться партнерским маркетингом как affiliate (партнер). На протяжении последних семи лет я написал два бестселлера на тему управления партнерскими программами, а также несколько десятков статей в журналах и более тысячи публикаций в блоге, многие из которых были адресованы именно партнерам. Поэтому я решил, наконец, написать книгу, адресованную этой аудитории.

Благодарности

Хочу поблагодарить Мисти Попович за то, что она критически подошла к правке английского текста оригинала книги. Я также искренне благодарен всем тем, кто с радостью воспринял новость о написании этой книги, включая моего самого молодого (и в то же время самого лучшего, так как она радовалась больше всех) вдохновителя – мою дорогую дочь.

Об авторе

Евгений Пруссаков, выпускник Кембриджского университета, в настоящий момент – один из самых известных людей в области партнерского маркетинга.

Проработав более пятнадцати лет в цифровом маркетинге, Евгений создал несколько собственных интернет-компаний, основал конференцию Affiliate Management Days, которая проходит в США и Великобритании, а также на протяжении нескольких лет ведет блог AMNavigator.com/blog, посвященный вопросам партнерского маркетинга, который является образовательным ресурсом и содержит более 1300 статей. В 2010 году блог стал победителем в премии Search & Social Awards от компании SearchEngineJournal.com. В течение нескольких лет подряд Евгений оказывался в числе трех финалистов в категории «Лучший блогер» самой престижной премии Pinnacle Awards Affiliate Summit.

Являясь известным международным спикером, Евгений Пруссаков регулярно выступает на таких конференциях, как ad:tech, Affiliate Summit, eMetrics Marketing Optimization Summit, Performance Marketing Insights, PubCon и других мероприятиях, а также публикует статьи в многочисленных периодических изданиях, посвященных цифровому маркетингу, таких как FeedFront, Visibility Magazine, Website Magazine и в блоге Econsultancy.com.

В 2011–2012 SmallBizTrends.com дважды признавал его одним из самых влиятельных людей американского малого бизнеса, а в 2014-ом [Impact Radius](http://ImpactRadius.com) включил его в список 15 самых влиятельных людей партнерского маркетинга в мире.

В 2007 году Евгений выпустил первую книгу о партнерском маркетинге, «Практическое руководство по партнерскому маркетингу: справочник для менеджеров программ и продавцов», которая стала (и по сей день остается) бестселлером

в нише управления партнерской программой. В 2008 году вышла его книга «Онлайн-покупки глазами потребителей». В 2010 году большое количество его статей о лидерстве, мотивации и управлении партнерскими программами было включено в книгу «Интернет-маркетинг от настоящих экспертов». В 2011-ом он выпустил свой самый известный бестселлер «Управление партнерской программой в Интернете за один час в день» (опубликованный также издательством «ДМК Пресс» на русском языке в 2014 году).

Сегодня вы держите в руках его последнюю работу – справочник для тех, кто делает первые шаги в партнерском маркетинге, «*Краткое руководство по партнерскому маркетингу*». Менее чем через 4 дня после поступления книги в продажу, англоязычный оригинал этой книги стал бестселлером сразу в трех категориях («Веб-маркетинг», «Электронная коммерция» и «Реклама») на Amazon.com. В 2014 году в рамках Small Business Book Awards книга была признана одной из трех лучших книг года в категории «Маркетинг».

В настоящее время Евгений Пруссаков живет и работает в США, продолжает активно участвовать в развитии отрасли, публиковать статьи, выступать на конференциях и семинарах, управлять партнерскими программами, проводить консультации.

Авторское предисловие к русскому изданию

В течение последних нескольких лет семимильными шагами разгоняется по просторам стран Восточной Европы партнерский маркетинг или, как его часто называют в России, «маркетинг с оплатой за результат». И это неудивительно. Партнерский маркетинг привлекает электронных продавцов своей эффективностью и предсказуемостью расходов, а блогеров, веб-мастеров и различных специалистов интернет-маркетинга возможностью построения собственных систем для хорошего заработка в Интернете.

Выступая на таких конференциях как Российский интернет-форум (РИФ) и Санкт-Петербургская интернет-конференция (СПИК), а также плотно общаясь с местными специалистами, я не мог не заметить нехватки публикаций о партнерском маркетинге для тех кто делает только первые шаги на этом нелегком, но интересном поприще.

После успеха русского перевода моей предыдущей книги, «Управление партнерской программой в Интернете за один час в день», я с радостью принял предложение издательства «ДМК Пресс» о переводе книги, которую Вы держите сейчас в своих руках, – нового справочника для начинающих affiliates/партнеров.

Важно подчеркнуть, что данное издание – перевод. За работу над ним, а также полезные комментарии, которые помогли сделать текст более понятным российскому читателю, учитывая российские реалии и опыт, выражаю отдельную благодарность Александру Полякову, коммерческому дирек-

тору сети «Где Слон?». Также хочу поблагодарить Дмитрия Мовчана, генерального директора «ДМК Пресс» за оперативную публикацию книги, которая стала уже вторым нашим совместным проектом в течение одного года.

Удачи вам в изучении партнерского маркетинга и построении своей собственной дорожной карты на пути к успеху!

Предисловие

Я основал свое первое агентство по интернет-рекламе на заре Интернета. Для нас все было в первый раз. Не было правил. Вместо них были шумиха и энтузиазм. Было и чувство эйфории, когда провидцы-одиночки и небольшие компании, начав с низов, открывали новую коммуникационную эру. Как и во время всех предыдущих технологических революций, первым дням эпохи Интернета была характерна неуправляемая инновационность, за которой последовала консолидация. Дотком стартапы, в основе которых лежали нежизнеспособные бизнес-модели, взорвались, вместе с ними улетучились миллиарды долларов, вложенных венчурными инвесторами. С тех пор Интернет стал немного старше, у руля снова встали взрослые крупные компании с большими бюджетами на привлечение трафика, которые все чаще являются лидерами в отрасли.

Тем не менее все еще существует преданное ядро инноваторов, живущих в рассредоточенных закоулках оптоволоконных джунглей. Эти люди не знают покоя. Они не боятся рисковать. Готовы постоянно все менять. Они люди дела. Эти «партнеры» согласны получать вознаграждение только в случае, если их работа приносит результат, выражающийся в подписках или реальных продажах на сайте. Они тратят свое время и деньги на поиск скрытых возможностей, попутно создавая для себя источники доходов.

Мое агентство занималось ведением для клиентов крупномасштабных рекламных кампаний с оплатой за клики, как раз когда отрасль партнерского маркетинга начала развиваться взрывным темпом. За управление компанией мы обычно получали процент от потраченного медийного бюджета. К сожалению, нам не платили за всю ту ценность, ко-

торую мы на самом деле приносили клиентам. Однажды мы поняли, что можем зарабатывать больше, участвуя в партнерских программах. Мы начали приобретать на собственные деньги трафик с оплатой за клики и направлять его на партнерские программы с высокими выплатами – в надежде, что он окупится. Это заставило нас заниматься улучшением посадочных страниц, на которые мы направляли свой трафик, что привело к рождению SiteTuners. С тех пор SiteTuners стало лидирующим агентством в сфере оптимизации коэффициента конверсии (CRO, Conversion Rate Optimization) – помогающим большим и маленьким компаниям повысить эффективность своих сайтов и посадочных страниц.

Во время нашего путешествия в роли суперпартнеров мы заработали кучу денег. Также мы набрали много шишек и многое узнали на своем горьком опыте. На каждом шагу нас поджидали неожиданные и неприятные сюрпризы, ведь мы сами прокладывали себе дорогу. Хотел бы я, чтобы в те времена у меня был опытный наставник, который помог бы нам избежать болезненных ошибок, пустой траты времени и упущенных финансовых возможностей; к сожалению, такого человека не нашлось.

Тебе, дорогой читатель, повезло! Евгений Пруссаков – образованный и опытный гид по необузданным просторам партнерского маркетинга. Все его уроки основаны на опыте, проверенном в реальных боевых условиях. Он управлял партнерскими программами таких крупных компаний, как Forbes, Skype, и сотнями компаний поменьше. Он выступает как признанный эксперт, является писателем и основателем серии международных конференций Affiliate Management Days. Помимо прочего, я с гордостью могу назвать его своим другом. Подводя итог, скажу, что не найти лучшей кандидатуры, чтобы быстро объяснить вам основы партнерского маркетинга.

Прочтите эту книгу раньше своих конкурентов и примените полученные из нее знания для создания своей собственной финансовой независимости!

Тим Эш

CEO SiteTuners

Основатель и председатель Conversion Conference

Автор бестселлера «*Оптимизация посадочных страниц*»
(*Landing Page Optimization*)

Введение

Нет, эта книга не сделает вас богатыми за пару дней. Будучи заядлым рыболовом, я считаю, что новичков необходимо снабжать снастями и знаниями, а не раздавать рыбу. Поэтому эта книга познакомит вас с ключевыми понятиями партнерского маркетинга, даст ответы на самые важные вопросы и вооружит информацией, которая поможет вам самостоятельно проложить путь к успеху в роли affiliate/партнера.

Для удобства использования я решил написать эту книгу в формате вопрос-ответ, составив справочник, который не обязательно читать последовательно. Вы можете открыть книгу на странице с вопросом, который вас интересует в настоящий момент, и быстро получить желаемый ответ.

Эта книга состоит из трех глав:

1. Основы.
2. Первые шаги и повседневная работа.
3. Темы для углубленного изучения.

В общей сложности в этих трех главах я дам ответы на 60 вопросов, большая часть которых нацелена на начинающих партнеров и людей, которые только рассматривают возможность заработка на «продаже товаров третьих лиц».

Также в книге есть приложение – *Глоссарий терминов и сокращений партнерского маркетинга*, которые необходимо знать.

Если вы будете изучать по 20 вопросов в день, то полностью прочтете эту книгу за три дня. Приятного чтения, и если у вас появятся любые вопросы, не стесняйтесь написать мне по электронной почте geno@amnavigator.com или через Twitter [@prussakov](https://twitter.com/prussakov).

Я открыт для предложений о проведении семинаров и мастер-классов, а также всегда рад возможности выступить на конференциях.