



CN 114604

Партньорски маркетинг

for
dummies[®]
A Wiley Brand

НЕ СЕ ИЗНАСЯ

Тед Судол
Пол Младенович

АЛЕКС  **СОФТ**
ИЗДАТЕЛСТВО



93683

339.138

„Original English language edition Copyright © 2024 by Wiley Publishing, Inc. All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This translation published by arrangement with Wiley Publishing, Inc.“

Wiley, the Wiley Publishing Logo, For Dummies, the Dummies Man logo, A Reference for the Rest of Us!, The Fun and Easy Way, The Dummies Way and related trade dress are trademarks or registered trademarks of John Wiley and Sons, Inc. and/or its affiliates in the United States and/or other countries. Used by permission.

Оригиналното английско издание е на Wiley Publishing, Inc. © 2024. Всички права са запазени. Нито една част от тази книга не може да бъде размножавана или предавана под никаква форма или начин – електронен или механичен, включително съхранение на информация, без писмено разрешение на издателя. Българското издание е публикувано от издателство Алекс-Софт с разрешение на Wiley Publishing, Inc.

Wiley, the Wiley Publishing Logo, For Dummies, the Dummies Man logo, A Reference for the Rest of Us!, The Fun and Easy Way, The Dummies Way и свързаният с тях дизайн са търговски или регистрирани търговски марки на John Wiley and Sons, Inc. и/или техните филиали и подразделения в САЩ и/или други страни. Изброените марки се използват само с разрешение.

3

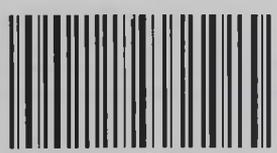
207

2

133733

БИБЛИОТЕКА УНСС

Инв. №



120000133731



СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ	1
За тази книга	1
Глурави предположения	2
Икони, използвани в тази книга	2
Отвъд книгата	3
Накъде да отидете оттук	3
ЧАСТ 1: ДА ЗАПОЧНЕМ С ПАРТНЬОРСКИЯ МАРКЕТИНГ	5
ГЛАВА 1: КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА ПАРТНЬОРСКИЯТ МАРКЕТИНГ?	7
Да разберем как работи партньорският маркетинг	8
Получаване на печалба от интернет реклама	9
Умножаване на възможностите	9
Автоматизиране на паричния поток	10
Разграничаване на партньорския маркетинг от други интернет бизнеси	11
Подготовка за стартиране на вашия партньорски маркетингов бизнес	13
Поставяне на очаквания	13
Полагане на основите	14
Преминаване през процеса	15
ГЛАВА 2: ЗАЩО ТРЯБВА ДА СТЕ ПАРТНЬОР?	19
Проучване на изискванията за стартиране на традиционен бизнес	20
Оценяване на предимствата на партньорския маркетинг	22
Можете да започнете своя бизнес незабавно	22
Можете сами да изберете своя път и начин на живот ..	23
Можете да предлагате разнообразна гама от продукти	24
Нямате продуктова разработка и изпълнение	24
Не е нужно да сте технически гений	25
Плащането и отчетността са автоматизирани	26
Получавате маркетингови материали, предоставени от компанията	27
Можете да се възползвате от данъчни облекчения ..	27
Поставяне на очаквания	28
ГЛАВА 3: КЛОПКИ И РИСКОВЕ ЗА НАЧИНАЕЩИ	31
Внимавайте за лични капани	32

	Липса на фокус	32
	Лошо управление на времето	33
	RescueTime (Време за спасяване)	34
	StayFocusd (Останете фокусирани)	35
	Други инструменти	36
	Извършване на малко (ако изобщо има такива) актуализации на съдържанието	37
	Избягване на рисковете в интернет	37
	Стойте далеч от мигновения бизнес	38
	Не се поддавайте на следващото лъскаво нещо	39
	Не следвайте другите твърде отблизо	40
ГЛАВА 4:	СТЪПКИ, КОИТО ТРЯБВА ДА ПРЕДПРИЕТЕТЕ, ПРЕДИ ДА СЕ ЗАЕМЕТЕ С ПАРТНЬОРСКИ МАРКЕТИНГ	41
	Определяне на вашите цели	42
	Оценяване на уменията, които имате и от които се нуждаете	43
	Къде сте сега?	44
	Как да продължите напред?	44
	Подобряване на способността ви да се концентрирате	45
	Вземане на решение кое е важно (и кое не)	45
	Определяне на приоритетите	46
	Поглед към магията на масираното действие	48
	Намиране на време за почивка	48
	Отървете се от прахосниците на време	49
	Изключване на звуковите дразнителни	49
	Ограничаване на използването на електронната поща и проследяване на времето ви	50
ГЛАВА 5:	ПРОУЧВАНЕ НА ПЕЙЗАЖА В ПАРТНЬОРСКИЯ МАРКЕТИНГ: ПРОГРАМИ И МРЕЖИ	55
	Проучване на партньорски програми	56
	Оценка на предимствата на партньорските програми	57
	Намиране и оценяване на партньорски програми	57
	Репутация и поддръжка	58
	Изисквания и графици на плащане	59
	Маркетингови инструменти	60
	Присъединяване към партньорска програма	61
	Разглеждане на партньорски мрежи	63
	Разгледайте предимствата на партньорските мрежи	63
	Намиране и оценяване на партньорски мрежи	65
	Присъединяване към партньорска мрежа	66
	Разбиране на опасностите от получаване на забрана	67

ЧАСТ 2: ИЗГРАЖДАНЕ НА ОСНОВИТЕ	71
ГЛАВА 6: ПРОУЧВАНЕ НА КЛЮЧОВИ ДУМИ И ИЗБОР НА ПРОДУКТИ	73
Съчетаване на увлечение и печалба	74
Анализиране на продуктови ключови думи	76
Разглеждане на „ключовите думи с дълга опашка“	76
Проучване на конкуренцията	77
Разбиране на силата на „дългата опашка“	78
Как да накарате „ключовите думи с дълга опашка“ да работят за вас	79
„Златни ключови думи“	81
Пресяване на инструментите за анализ на ключови думи	82
Market Samurai	83
KeywordRevealer	86
Google Keyword Planner	87
Проучване на пазарите	88
Съсредоточаване върху постоянните (вечнозелени) пазари	89
Преценка на сезонните пазари	90
ГЛАВА 7: ИЗПОЛЗВАНЕ НА УЕБСАЙТ ЗА ПАРТНЬОРСКИ МАРКЕТИНГ	93
Започваме с ползите от уебсайта за маркетинголога	94
Създаване на име на домейн за вашия уебсайт	96
Избор на име	96
Използване на регистратор	97
Проверка на вторичния пазар	97
Сравнение на самостоятелния хостинг с безплатния хостинг	99
Самостоятелен хостинг	100
Безплатен хостинг	102
Избиране на софтуера на WordPress	104
Инсталиране	105
Теми	105
Приставки	106
Akismet	108
Wordfence	108
Yoast	109
UpdraftPlus	109
Приставки за имейл и формуляри за контакт	109
Мониторинг на вашия уебсайт	110
Сумиране на разходите за създаване и управление на уебсайт за партньорски маркетинг	111
Задаване на няколко важни въпроса относно уебсайтовете	112

ГЛАВА 8:	НИШОВ МАРКЕТИНГ	115
	Разбиране на основите на нишовия маркетинг	116
	Намиране на вашата ниша.	118
	Следвайте главата и сърцето си	118
	Отчитане на размера на пазара и конкуренцията	119
	Преглед на инструментите за анализ на ключови думи за нишов маркетинг	120
	Market Samurai	120
	KeywordRevealer.	122
	Инструменти на Google.	123
	Keywords Everywhere	123
	Шпиониране на конкуренцията.	124
	Проучване на сезонните ниши.	126
ГЛАВА 9:	ПАРТНЬОРСКИ МАРКЕТИНГ БЕЗ УЕБСАЙТ	129
	Първи стъпки, когато имате последователи (и когато нямате).	130
	Използване на последователите, които вече имате	130
	Предприемане на действия, когато нямате присъствие в социалните медии	132
	Проучване на стратегии за различните платформи на социалните медии.	133
	Facebook.	134
	LinkedIn	135
	YouTube	136
	Instagram	137
	Reddit	138
	Quora	138
	Гостуване в блогове.	139
	Преглед на недостатъците на партньорския маркетинг без уебсайт.	140
	Вашето уеб присъствие е ограничено	140
	Не изграждате стойност на активите.	141
	Не притежавате основата, върху която изграждате бизнеса си	142
	Съдържанието ви не се задържа дълго пред последователите ви.	142
	Винаги се борите с конкуренцията.	143
	Трябва да адаптирате подхода си към различна аудитория	143
	Трябва да следите за ограниченията и забраните в социалните медии	144
	Социалните медии не са непременно по-малко сложни, отколкото уебсайта.	145
	Да имате уебсайт не е толкова скъпо, колкото може би си мислите	145
ГЛАВА 10:	SEO: ОПТИМИЗАЦИЯ ЗА ТЪРСАЧКИ	147

Справяне с някои проблеми преди да се съсредоточите върху SEO	148
Избор на подходяща ниша	148
Разбиране на Google	149
Следване на насоките на Google	149
Разбиване на кода: Алгоритми	150
Разграничаване на SEO факторите на страницата и извън нея	153
SEO фактори на страницата	154
Подходящо за SEO име на домейна	154
URL адреси, подходящи за SEO	154
Качествено съдържание	156
Връзки (линкове)	158
Скорост	160
Ключови думи и разположение на думите	161
Мобилен достъп	161
SEO фактори извън страницата	162
Настройване на вашия сайт, за да бъде удобен за SEO ..	164
Етикети и категории	164
Публикации и страници	165
Публикации	165
Страници	167
Изграждане на склад	168
Изпробване на SEO инструменти	169
Yoast	169
Market Samurai	169
Google Webmasters	170
ГЛАВА 11: ИМЕЙЛ МАРКЕТИНГ	171
Оценяване на предимствата на имейл маркетинга	172
Изграждане на ваш списък с различни видове имейли ..	173
Маркетингови имейли	173
Автоматични отговори	174
Транзакционни имейли	174
Имейл кампании	175
Хостинг на вашите собствени имейли	176
Предимствата на хостинга	176
Разход	177
Контрол	177
Лекота на използване	178
Недостатъците на хостинга	179
Игра по правилата	181
CAN-SPAM	181
Включване	183
Двойното включване	183
Отписване	184
Разбиране на отсяването на имейлите	184
Меки и твърди откази	186

Пазете се от купуване на списък с имейли	186
Риск от пробация, ако имейл адресите не са проверени	187
Дроселиране на имейли	188
Разглеждане на различни софтуери за изпращане на имейли	189
Sendinblue	189
Amazon SES	190
SendGrid	191
Mailchimp	191
Constant Contact	192

ЧАСТ 3: ПАРТНЬОРСКИ СТРАТЕГИИ ЗА НАПРЕДНАЛИ 193

ГЛАВА 12: МНОГОСТЕПЕННИ, ПАСИВНИ И ДРУГИ НЕСТАНДАРТНИ КОМИСИОННИ 195

Овластяване на многостепенния партньорски маркетинг	196
Опитване на двустепенния маркетинг	196
Внимавайте за трето ниво и нагоре	198
Намиране на партньори за вашата многостепенна програма	199
Групи в LinkedIn	199
Facebook групи	200
Meetup групи	201
Избиране на възможности за пасивен доход	201
Печалба, дори когато не е извършена продажба	202
Цена за действие/плащане за потенциален клиент	202
Цена на щракване	203
Цена на преглед	204

ГЛАВА 13: ПАРТНЬОРСКИ ПЛАТФОРМИ, ДИРЕКТОРИИ И ДРУГИ 205

Оценяване на партньорски платформи	206
JVZoo	206
За партньори	207
За търговци	207
ClickBank	208
За партньори	209
За търговци	210
CJ Affiliate	210
За партньори	210
За търговци	211
Сътрудници на Amazon	211
Задълбаване в партньорските директории	212
Разглеждане на CPA мрежи	213

Разглеждане на рекламни мрежи.....	214
ГЛАВА 14: СТРАНИЦИ ЗА ВКЛЮЧВАНЕ (OPT-IN PAGES) И ЦЕЛЕВИ СТРАНИЦИ (LANDING PAGES).....	217
Разглеждане на елементите на страницата за включване	218
Видеоклипове срещу текст	218
Оформлението.....	220
Други съображения за успех	221
Разглеждане на елементите на целевата страница.....	221
Визуализации: Цветове и изображения	222
Заглавие и подзаглавие	222
Копие на реклама/продажба.....	223
AIDA: Внимание, интерес, желание, действие	223
PAS: Болка, безпокойство, решение.....	225
Отзиви	225
Бонуси	226
Елементът „какво включва“	227
Биография.....	227
Бутони за плащане	227
Гаранции	228
Често задавани въпроси (FAQ)	229
Правни бележки и отказ от отговорност	230
Фокусиране върху други фактори за успех.....	230
Тестване с А-В разделяне.....	230
Обмисляне на SEO	231
Използване на изскачащ прозорец за изход	231
Извличане на полза от мъдростта на другите	232
Изпробване на шаблони и софтуер за целеви страници	232
Оценяване на резултатите	233
ГЛАВА 15: СТРАТЕГИИ ЗА ФУНИЯ НА ПРОДАЖБИТЕ.....	235
Заинтересувайте вероятния си клиент с множество оферти.....	236
Да започнем с „входящата“ оферта	237
Безплатната оферта.....	237
Евтината оферта.....	238
Преминаване към основната или същинската оферта	238
Продължаване с „крайната“ оферта	239
Използване на завишени и занижени продажби	240
Сглобяване на всичко	241
Настройване на вашата последователност от оферти ...	244
Разглеждане на инструментите, от които се нуждаете	244
Имейл услуга.....	244
Целеви страници	245

Партньорски платформи	245
Моделиране на фуния на търговеца	245
Оценка на фунията на партньора	246
Изграждане на структура за пасивен доход	248
За партньора	248
За търговеца	249
ЧАСТ 4: СТАНЕТЕ ПРОФЕСИОНАЛИСТИ	251
ГЛАВА 16: ПРАВНИТЕ ВЪПРОСИ	253
Следване на Федералната търговска комисия	254
Познаване на основната насока	254
Избягване на нереалистични твърдения	254
Съхраняване на записи за препоръки	255
Внимавайте в изказа си	256
Поддържане на постоянно ценообразуване	256
Наличие на ясна политика за възстановяване на средствата	257
Познаване на правилата за бизнес възможности	257
Запознаване с Общият регламент за защита на личните данни	259
Безопасно използване на изображения и друго съдържание	260
Получаване на писмено разрешение	260
Разбиране на специалните права за съдържание	261
Адресиране на правни въпроси в уебсайтовете	262
Политика за поверителност	263
Декларация за отказ от отговорност	263
Условия за ползване (TOS)	264
Правила на други сайтове	264
ГЛАВА 17: ТЪРГОВСКАТА СТРАНА НА ПАРТНЬОРСКИЯ МАРКЕТИНГ	265
Разбиране на това дали сте готови да бъдете търговец	266
Подходящ ли е вашият продукт за програма за партньорски маркетинг?	267
Привлекателен ли е продуктът за широката публика?	267
Качествен ли е продуктът?	267
Продуктът има ли достатъчен марж на печалба?	268
Лесно ли се извършват транзакциите с продукти чрез интернет?	268
Имат ли конкурентите със сходни продукти партньорска програма?	269
Привлекателен ли е вашият план за възнаграждение?	269
Можете ли да обслужвате партньори?	270

Да станете „партньор под прикритие“	271
Избор на технология	271
Обмисляне на вътрешна партньорска програма	272
Използване на външна партньорска платформа	273
Аутсорсинг	274
Набиране на партньори и работа с тях	274
Да знаете къде да намерите партньори	274
Намиране на хора, които наричат себе си партньори.	274
Превръщане на феновете в партньори.	275
Отправяйте неустойими предложения	275
Предоставяне на партньорски инструменти	276
Изображения на продукта.	276
Рекламни банери	277
Имейл текстове.	277
Приложения и софтуер.	278
Видео инструкции	278
Продажбени промоции	279

ГЛАВА 18: ДАНЪЦИ ЗА МАРКЕТОЛОГА

ГЛАВА 18: ДАНЪЦИ ЗА МАРКЕТОЛОГА	281
Настройване на вашия бизнес за данъци	282
Най-простата бизнес структура: Вие!	282
Втората най-проста бизнес структура: DBA	282
Следващото ниво: ООД, корпорации и партньорства	283
Обработка на данъците върху комисионните за партньорски маркетинг	284
Федерални данъци върху дохода.	284
Федерални данъци върху самостоятелната заетост. ...	285
Щатски и местни данъци	285
Данък върху продажбите	286
Задълбочаване в мощните данъчни облекчения	286
Приспадане на разходите за домашен офис.	287
Преглед на най-често срещаните партньорски облекчения	288
Проверка на други често срещани бизнес облекчения	289
Поддържане на добра документация	290
Проучване на пенсионните данъчни облекчения	290
Преглед на ресурси, които да ви помогнат с вашиите данъци	291

ЧАСТ 5: ЧАСТТА НА ДЕСЕТТЕ

ГЛАВА 19: ДЕСЕТ (ИЛИ ПОВЕЧЕ) ОТ НАЙ-ГОЛЕМИТЕ КЛОПКИ ЗА МАРКЕТОЛОЗИТЕ

В търсене на следващия ярък лъскав обект	296
--	-----

Борба с липсата на фокус	296
Да не инвестирате в себе си и образованието си	297
Осъществяване на преход от потребител на съдържание към производител на съдържание.	298
Имате нереалистични очаквания	298
Носите твърде много дини под една мишница.	299
Не се задържате до постигането на успех	300
Не харчите пари, за да спестите време	300
Не защитавате доверието във вас и репутацията си.	301
ГЛАВА 20: ДЕСЕТТЕ НАЙ-ДОБРИ БЕЗПЛАТНИ ИНСТРУМЕНТА ЗА МАРКЕТОЛОЗИ В ОБЛАСТТА НА ПАРТНЬОРСКИЯ МАРКЕТИНГ	305
WordPress	306
Elementor	307
Yoast	308
Keywords Everywhere	308
SpyFu	309
Blog Ideas Generator (Генератор на идеи за блогове)	309
Market Samurai	310
GTmetrix	310
SimilarWeb	311
Buffer	312
ГЛАВА 21: ДЕСЕТТЕ НАЙ-ДОБРИ ПЛАТЕНИ ИНСТРУМЕНТА ЗА МАРКЕТОЛОЗИ В ОБЛАСТТА НА ПАРТНЬОРСКИЯ МАРКЕТИНГ .	313
Market Samurai	314
Keyword Revealer.	315
SpyFu	316
Elementor, Astra Pro Theme и Ultimate Addons	316
Content Samurai.	317
WP Robot	319
CleanTalk.	319
Sendinblue.	320
Amazon SES	321
Mailster	321
ГЛАВА 22: ДЕСЕТТЕ НАЙ-ДОБРИ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИИ ЗА МАРКЕТОЛОЗИТЕ В ОБЛАСТТА НА ПАРТНЬОРСКИЯ МАРКЕТИНГ	323
Гостуване в блогове	324
SEO стратегии	324
Маркетинг в социалните медии	325
YouTube маркетинг.	326

Email маркетинг	327
Маркетинг на съдържание.....	327
Публикуване на електронни книги	328
Съвместни предприятия (JV)	329
Интервюта в медиите	329
Приложения за смартфон	330

ПРИЛОЖЕНИЕ	ИНСТРУМЕНТИ И РЕСУРСИ ЗА	
	МАРКЕТОЛОЗИ, ЗАНИМАВАЩИ СЕ С	
	ПАРТНЬОРСКИ МАРКЕТИНГ	333
Първи стъпки: Уроци и обучение		334
Най-добрите блогове за занимаващите се с		
партньорски маркетинг.....		335
YouTube канали за партньорски маркетинг		336
Форуми		337
Обща информация за маркетинга и продажбите		337
Проучване на нишов маркетинг.....		338
Маркетинг в социалните медии		339
Основни социални медийни ресурси		339
Групи за партньорски маркетинг във Facebook.....		340
Групи за партньорски маркетинг в LinkedIn		340
Блогове.....		341
Инструменти за имейл маркетинг.....		341
Ръководства за маркетолози в областта на		
партньорския маркетинг		342
Създаване и доставяне на съдържание		342
Търговски ресурси.....		343
Книги и публикации		344
Избрани ръководства на For Dummies		344
Други книги		345
Информационни бюлетини и електронни списания..		345
Асоциации, конференции и събития на живо		345
Възможности за съвместни предприятия.....		346
Други разнообразни инструменти		347
За авторите.....		349
Посвещения.....		351
Благодарности.....		353