

**grátis**

**Tudo sobre**

**Afiliados** \$

**Guia Completo**

**Aprenda a ganhar dinheiro com afiliados**

**Guia completo sobre afiliação**

**117 páginas e 30 mil palavras**

**GRATIS**

**+100**

**páginas**



## Agradecimento

Agradeço imensamente ao Ixan Russi, por compartilhar seu vasto conhecimento para que pudéssemos montar esse grande material, e ao Vinicius Horta, por escrever de maneira incrível os 29 artigos que servem como base para este livro. Em especial, quero agradecer aos leitores do [Programa de Afiliados](#) que acompanham regularmente nosso trabalho dentro da blogosfera. Muito obrigado!

Anderson Chipak



## Sobre Anderson Chipak

Anderson Chipak é blogueiro em tempo parcial desde 2009 e escritor convidado da Escola Dinheiro desde Outubro de 2012. Formado em Sistemas de Informação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), practitioner em Programação Neurolinguística, Chipak possui diversos projetos online, sendo seu primogênito e principal o [Programa de Afiliados](#), onde dá dicas de monetização de sites através de programas de afiliados.

## Sobre Vinicius Horta

Vinicius Horta é blogueiro desde julho de 2010, iniciando em um projeto que a principio ficou parado no caminho. Com o tempo foi estudando e decidiu iniciar outros blogs, sendo o principal deles [Dinheiro Web](#), com inicio em 01/01/2011. Vinicius se vê “como um cara simples, como qualquer pessoa com vontade de vencer e faz tudo o que pode para isso”.

# Cupons de Desconto

Curso	Autor	Desconto	Cupom	Link
Segredos do Adsense	Jonathan Taioba	20%	TSA20OFF	<a href="#">Clique Aqui</a>
Ganhar Dinheiro no Hotmart	Fabiano Silva	50%	PROGAFILI	<a href="#">Clique Aqui</a>
Clube Dinheiro no Facebook	Falipe Moreira	30%	TSAPD@	<a href="#">Clique Aqui</a>
Ganhar Dinheiro no Youtube	Michael Oliveira	32%	Link já com desconto →	<a href="#">Clique Aqui</a>
Como criar um blog de nicho e ganhar dinheiro na internet	Gustavo Freitas	20%	MARK20	<a href="#">Clique Aqui</a>
Clube Ganhar Dinheiro com Blog	Fabio Vasconcelos	42%	TS@FV	<a href="#">Clique Aqui</a>
Clube Ganhar Dinheiro	Rogério Job	25%	CGD25%	<a href="#">Clique Aqui</a>
Búfalos Geradores de Dinheiro	Marcus Lucas	50%	BGD%MC	<a href="#">Clique Aqui</a>



## Sumário

<b>Como esse livro foi escrito.....</b>	<b>7</b>
<b>Recomendações.....</b>	<b>9</b>
O que é um programa de afiliados .....	10
O que são redes de afiliados.....	15
Redes de Afiliados VS Afiliados de Nicho .....	18
Redes de Afiliados VS Google AdSense .....	22
Situação do mercado de afiliação brasileiro .....	26
Anunciantes VS Afiliados .....	29
O que os anunciantes esperam dos afiliados.....	34
O que os afiliados esperam das redes de afiliação .....	38
Qual é a maior rede de afiliação do Brasil.....	42
O que diferencia uma rede de afiliados da outra.....	47
Remarketing, Retargeting, Geo Localização, etc. entenda e lucre mais .....	51
O que é uma janela de comissão, vantagens e desvantagens .....	56
Como fazer propaganda de uma campanha através de incentivo .....	60
Práticas sensíveis: Cadastro e venda .....	64
Práticas sensíveis: Compra de keywords.....	67
Práticas sensíveis: Coregistro .....	71
Amor e Ódio: Blogueiros VS Afiliados .....	75
Programas de afiliados funcionam, o que não funciona é seu blog! .....	78



O que é e como funciona uma campanha de afiliação.....	81
Como escolher uma campanha de afiliado .....	85
Como fazer propaganda de uma campanha através de banners.....	89
Como fazer propaganda de uma campanha através de artigos.....	92
Como fazer propaganda de uma campanha através de email marketing .....	95
Como fazer propaganda de uma campanha através de popup e popunder ..	98
Como fazer propaganda de uma campanha através de mini-lojas .....	101
Como criar uma base de emails comum .....	104
Como criar uma base de emails segmentada .....	108
Fazendo email marketing comum e por segmento.....	111
Otimização do conteúdo, visitantes e resultados .....	114
<b>O que fazer com todas essas informações?.....</b>	<b>117</b>



## Como esse livro foi escrito

Depois de mais de dois meses de muito trabalho e dedicação, conseguimos levantar tudo o que você como um afiliado precisa, ou gostaria de saber, sobre um programa de afiliados. São mais de 100 páginas de um conteúdo rico em muita informação de qualidade sobre marketing de afiliados.

### Tudo começou...

Há algum tempo pensei em criar artigos comparativos entre as [grandes redes de afiliados](#). Entrei em contato com vários gerentes e consegui diversas excelentes parcerias a fim de apresentar algo prático. Um desses contatos foi com o Ixan Russi, Country Manager da [Netaffiliation no Brasil](#), que levantou alguns pontos muito importantes sobre afiliação em nosso país. De acordo com ele, e eu concordo plenamente, os publishers brasileiros precisavam entender mais sobre marketing de afiliação para que pudessem desenvolver um bom trabalho e ganhar dinheiro de verdade. Vendo a ótima oportunidade que estava em minha frente, pedi que ele me ajudasse a levantar o que um afiliado daqui precisava saber antes de se inscrever e uma rede e iniciar a promoção. A resposta foi positiva e iniciamos o desenvolvimento.

A principio foram levantados apenas alguns itens e combinamos de nos falar via Skype. Em cerca de 1h30 conseguimos conversar tanto a ponto de transformar 7 anotações em 29 possíveis títulos, e mais de 50 idéias para novos artigos. Foi algo tão construtivo que muito do que eu aprendi foi reunido nesse livro, mas escrito por uma terceira pessoa: Vinicius Horta, do blog [Dinheiro Web](#).

### Fases do desenvolvimento

A preparação da série foi distribuída em 3 fases, onde seriam criados os artigos de acordo com o que o Vinicius e eu conversássemos via Skype. Foram três semanas em que nos reunimos para trocar idéias sobre o que eu havia conversado com o Ixan. Todos os encontros foram muito úteis e deram



subsídios para que o **Vinicius reunisse a informação de forma incrível**. Depois de tudo pronto, tudo foi revisado e complementado com exemplos que ficasse ainda mais rico em detalhes.


## O que você encontrará

Ao longo dessas mais de 100 páginas você terá uma compilação de 29 artigos que foram publicados no [Programa de Afiliados](#). São informações exclusivas, que você não encontrará facilmente e gratuitamente pela internet. Todos os artigos foram criados baseado nos pontos levantados e em nossa própria opinião, considerando mais de 4 anos de experiência com monetização do Vinicius e minha. É importante ressaltar que o Ixan passou os conceitos e o que gostaria que nós soubéssemos, e o Vinicius representou tudo isso com suas palavras, mas **a responsabilidade do conteúdo é inteiramente minha caso ocorra alguma má interpretação**. Acredito fielmente que tudo isso venha ajudar a todos, mas é possível que nem todos gostem das verdades que serão ditas aqui.



## Recomendações

Ao longo do livro você encontrará diversos links de recomendações, tanto para artigos quanto para sites externos ao Programa de Afiliados. Para que você tenha acesso rápido a todos esses links recomendados, preparamos uma compilação inicial que poderá lhe ajudar.

- [Spider.Ad](#) – Rede de Afiliados consideravelmente nova no cenário brasileiro, mas considerada por muitos como a melhor. Isso se deve ao fato de possuir diversos tipos de anúncios, inclusive formatos semelhantes ao AdSense e até mesmo utilizar campanhas dentro do próprio Spider.Ad. Em minha opinião é a rede mais inovadora dos últimos tempos.
- 
- [Confilio](#) – Rede de Afiliados brasileira com mais de 15 campanhas em idioma português que paga por clique, por cadastro e por venda. O cadastro na rede é totalmente gratuito.
  - [Public Ideas](#) – Rede de Afiliados francesa que atua no Brasil há mais de 5 anos e oferece mais de 30 campanhas dos tipos CPC, CPL e CPA.
  - [Afiliados CPL](#) – Categoria que lista vários artigos úteis e recomendações de programas de afiliados que pagam por cadastro.
  - [Afiliados CPC](#) – Categoria com vários artigos úteis e recomendações sobre afiliados que pagam por clique ou duplo clique recebido.
  - [Afiliados CPM](#) – Categoria com vários artigos e recomendações de programas afiliados que pagam uma comissão a cada mil exibições de banners.



## O que é um programa de afiliados

Existem diversas formas de [ganhar dinheiro online](#), entre estas formas uma das mais comentadas e também das mais simples é o programa de afiliados (ou de afiliação), mas afinal **o que é um programa de afiliados?** Existe muita informação sobre **como ganhar dinheiro** com estes programas mas são raros os lugares que explicam de forma detalhada o que isto realmente seja. Aqui você aprenderá o que é, quais os [meios de pagamento](#) mais utilizados e também os tipos de pagamento, pois há mais de uma forma de se trabalhar com programas de afiliação.

Programa de afiliados é o intermediador entre o anunciante (Advertiser) e o afiliado (Publisher), os anunciantes levam suas campanhas de marketing para o programa de afiliação, este por sua vez recruta editores (blogueiros afiliados) que passarão a exibir os anúncios em seus blogs, fazer [campanhas de e-mail marketing](#), divulgação de redes sociais e outras ações visando atingir conversões nas campanhas e desta forma lucrar.

Agora que já sabe o que é um programa de afiliados verá a seguir quais são os objetivos a serem atingidos, formas de pagamentos e outras importantes informações para que você possa ganhar um bom dinheiro com seu blog!

### O que é uma conversão em programas de afiliação?

Basicamente uma conversão é quando se atinge um objetivo, o objetivo para cada campanha é determinado pelo anunciante e sempre deixado claro na área administrativa do programa de afiliação, desta forma poderá saber qual é o objetivo antes de aceitar uma campanha.

Existem diversos tipos de conversão, o anunciante pode estar em busca de visibilidade (geralmente neste caso há uma conversão a cada mil vezes que o anuncio é exibido), pode querer que os clientes se cadastrem, que tenham uma



ação efetiva (como fazer uma compra) ou simplesmente a conversão pode ser um clique no anúncio (que levará o cliente para o site do anunciante).

A cada vez que se atinge uma conversão um determinado valor é creditado em sua conta de afiliado, que posteriormente poderá ser transferido para você através do [sistema de pagamentos](#) do programa em questão.

Até este ponto você já sabe o que é um sistema de afiliação e também o que é uma conversão, veja a seguir os tipos de conversão mais utilizados atualmente.



## Quais são os tipos de conversão mais usados em programas de afiliados?

Aqui não vou citar todos os tipos de conversão que existem, mas você poderá ver os que são mais frequentes em grandes programas de afiliados como por exemplo a Netaffiliation que está crescendo muito aqui no Brasil! Estes tipos de conversão são geralmente indicados através de siglas que são colocadas ao lado o valor que lhe será pago a cada conversão.



### Afiliados CPA - Comissão Por Ação

**CPA (Custo por Ação):** neste tipo de pagamento você irá receber sempre que um cliente indicado por você tiver uma ação efetiva, como fazer uma compra por exemplo. Os valores para CPA costumam ser muito mais atrativos do que os outros tipos de conversão e são fixados em percentual ou um valor fixo. Em



valor fixo é mais frequente em anunciantes que possuem apenas um produto a venda.

Exemplo: imagine que você tem um blog sobre tecnologia ou assuntos relacionados que recebe cerca de 1200 visitas por dia. Então você começa a promover uma empresa de hospedagem de sites que paga até [60 reais por venda](#). Caso consiga 1 venda por semana, ao final do mês seu lucro será de 240 reais.



## Afiliados CPL - Comissão Por Lead

**CPL (Custo por Lead):** Um lead é um cadastro, nesta modalidade de monetização você irá receber por cada cadastro ou a cada pesquisa respondida feitos à partir de uma indicação feita por seu blog através dos banners de divulgação. Os valores para CPL costumam ser menores do que os para CPA, porém é mais fácil de se conseguir uma conversão.

Exemplo: imagine que você possui um blog sobre review de produtos eletrônicos que recebe cerca de 100 visitas diárias, sendo que 70% vem do Google. Um programa de afiliação lança uma campanha de CPL para o site da Dell que paga 3 reais por cadastro válido. Você promove essa campanha e diariamente duas pessoas fazem o cadastro. Seu lucro será de 180 reais ao final de um mês.



## Afiliados CPC - Comissão Por Clique

**CPC (Custo por Clique):** aqui o pagamento é feito a cada vez que um de seus leitores clica em um anúncio, embora seja muito mais fácil que um leitor clique em algo do que este faça um cadastro ou uma compra vale lembrar que o valor por clique é muito baixo e este tipo de conversão só vale a pena para blogs



com uma quantidade grande de visitas pois a quantidade de cliques tende a ser grande.

Exemplo: imagine que você tem um blog sobre música que recebe cerca de 500 visitas por dia. Se você promovesse um programa do tipo CPC no valor de 0,25 dólares, recebendo apenas 8 cliques por dia teria mais de 100 reais no final do mês. Isso representa uma taxa de conversão de pouco mais de 1%. Normalmente um blog bem elaborado tem uma taxa de 2% a 5%. Portanto os valores podem chegar a mais de 500 reais, nesse exemplo.



## Afiliações CPM - Comissão Por Mil

**CPM (Custo por Mil):** nesta modalidade você poderá considerar como uma conversão a cada mil vezes que o anúncio for exibido, assim como no caso do CPC, o CPM só é interessante para blogs com realmente muitas visitas, caso seu blog tenha apenas **mil visitas por dia**, por exemplo, isto talvez já não seja interessante.

Exemplo: imagine que você tenha um blog muito conhecido sobre carros que recebe mais de 50 mil visitas mensais. Se você promovesse um banner CPM num valor de 3 reais, receberia mensalmente 150 reais sem ter que depender de cadastros, cliques ou vendas.

Artigo recomendado:

- [Qual é o afiliado certo para seu site?](#)

Agora você já sabe o que é um programa de afiliados, o que é uma conversão e quais os principais tipos de conversão que fazem com que você **ganhe dinheiro em seu blog**, falta apenas ver agora como receber seu dinheiro!



## Como o pagamento é feito pelo programa de afiliados?

Cada programa de afiliação possui seu sistema de pagamentos, mas de um modo geral há uma data de fechamento do mês e também um **valor mínimo para que seu pagamento seja emitido**, vou usar como exemplo novamente a Netaffiliation que possui um valor mínimo para efetivar o pagamento de apenas 50 Euros, ou seja, a cada mês que acumular ao menos 50 Euros em sua conta no mês seguinte será emitido seu pagamento.

Na Netaffiliation os pagamentos são feitos via PayPal e do PayPal poderá enviar o pagamento para o seu banco. Alguns outros programas de afiliados pagam via PagSeguro, Moip e há até programas que pagam com depósito diretamente em sua conta no banco.

Agora que já sabe o que é um programa de afiliação e como ganhará dinheiro com ele basta se cadastrar nos [melhores programas](#) e começar a promover as campanhas que sejam do interesse de seus leitores!



## O que são redes de afiliados

Se você pretende ganhar dinheiro com seu blog é importante que tenha meios para isso, não basta estar cadastrado em apenas um afiliado e oferecer sempre a mesma publicidade a seus leitores, principalmente em casos onde ao utilizar uma publicidade você nota que não está tendo retorno. É exatamente neste ponto que as [grandes redes de afiliados](#) estão realmente a frente e podem ajudar você a [monetizar seu blog](#).

Redes de afiliação são basicamente empresas que centralizam diversas campanhas e as disponibilizam para que nós, webmasters e blogueiros, possamos promover. Existem muitas por ai, porém o ideal é trabalhar com as maiores que já se destacam no mercado e são confiáveis como, por exemplo, a Netaffiliation, Lomadee, [Public Idées](#) e outras que também são fortes no mercado. Existem muitos motivos pelos quais se deve utilizar uma grande rede, aqui vou tratar de alguns destes motivos de forma que fique fácil escolher com quais irá trabalhar em seu blog para monetizá-lo.

### Grandes redes de afiliados são mais seguras! Credibilidade é importante!

De um modo geral, grandes redes de afiliados possuem mais credibilidade do que pequenos programas afiliados, pois costumam pertencer a grandes empresas com capital suficiente para se manter no mercado e honrar todos os pagamentos a seus usuários, isto sem falar que contam com equipes especializadas. Por outro lado alguns pequenos programas pertencem a apenas uma pessoa, e isto pode ser um problema em termos de credibilidade (não estou falando que isso ocorre, mas é bom estar atento).

Outro aspecto muito interessante nas grandes redes é que sempre buscam manter um bom relacionamento com o afiliado, pois sabem que têm uma reputação a zelar e que notícias correm extremamente rápido pela internet, sendo assim é mais interessante nos tratar bem e ter seu nome sempre bem



falado, tanto por nós como também pelos anunciantes, afinal o papel das redes é justamente fazer esta **mediação entre [publishers e advertisers](#)**.

Além de oferecer maior segurança as grandes redes também oferecem maior quantidade de campanhas/produtos e ainda uma boa variedade de formas de monetização, tais como [campanhas por clique](#), [cadastro](#) ou mesmo por [vendas](#), isto permite ao Publisher optar pelo que lhe será mais interessante e rentável dependendo de fatores como [nicho](#), público e experiência do afiliado.

## Grandes Redes possuem mais anunciantes, é mais fácil ganhar dinheiro!

Uma das dificuldades de **ganhar dinheiro com blogs** é encontrar campanhas que sejam realmente do interesse dos leitores do blog. Essa é uma tarefa difícil, porém quando concluída torna mais fácil todo o processo de conversão pois poderá fazer testes do tipo “A” e “B” com as campanhas, mudando-as de tal maneira que até mesmo o posicionamento de cada elemento da campanha pode alterar os resultados.



Cada blog possui sua forma particular de trabalhar, uns estão mais habituados a converter através de cadastros (CPL), outros por cliques (CPC) e também há quem prefira buscar por vendas (CPA), ao se afiliar a uma [boa rede de afiliados](#) você terá toda esta **diversidade de formas de monetizar** à sua disposição através de campanhas variadas.



Outra ótima vantagem de ter diversas campanhas à sua disposição em redes como a Zanox e [Public Idées](#), por exemplo, é que se você possuir mais de um blog poderá cadastrar todos em uma só rede e trabalhar diversas campanhas simultaneamente, gerando **conversões em blogs de nichos variados** com as campanhas adequadas a cada um de seus blogs!

## Redes de afiliados pagam melhor!

Lucrar mais é sempre uma boa notícia não é mesmo? Então esteja atento a este fato, **redes de afiliações pagam comissões mais atrativas** do que pequenos programas de uma empresa específica. À seguir você entenderá por que isso acontece.

Como **dentro das redes de afiliados existem muitas campanhas** (diversas dentro do mesmo nicho) o afiliado possui uma grande oferta de campanhas, isto obriga os anunciantes a oferecer comissões que sejam competitivas, se comparado com as comissões dos concorrentes, afinal você naturalmente irá promover apenas as campanhas que sejam de seu interesse (e que **ofereçam maior lucro**).

Na Netaffiliation, por exemplo, existem muitas campanhas disponíveis, e a cada semana entram mais anunciantes com novas propostas e ótimas condições. Isto faz com que os anunciantes mais antigos tenham que manter boas comissões para continuarem sendo divulgados. No final, quem ganha nesta competição somos nós os publishers!

Talvez você já tenha notado que na verdade existem muitos outros ótimos motivos para se cadastrar em grandes redes de afiliados. Mas caso ainda não tenha notado todas estas vantagens, recomendo que [conheça algumas redes](#) e faça seu cadastro. Ao estar navegando dentro delas você poderá notar quantas vantagens terá enquanto afiliado de uma grande rede!



## Redes de Afiliados VS Afiliados de Nicho

Todo blogueiro que decide entrar no mundo da **afiliação** a fim de monetizar seu blog tem uma dura decisão a ser tomada: trabalhar com [redes de afiliados](#) ou **afiliados de nicho**. Para poder tomar esta decisão nada melhor do que conhecer algumas características de ambos, desta forma poderá optar pelo que é adequado ao seu site.

Anteriormente você acompanhou o artigo [o que são redes de afiliados](#). Um afiliado de nicho nada mais é do que apenas uma campanha disponível na rede ou apenas uma empresa promovendo seus produtos e serviços. Em uma primeira análise esses programas são específicos de uma só instituição e podem ser mais interessantes por ter uma **campanha focada em um nicho específico**, ao invés de várias campanhas misturadas.

Vamos supor que você participa da [Public Idées](#) e promove a campanha de uma empresa de hospedagem que paga 100 reais por conversão. Parte dos lucros da empresa de hospedagem de sites vai para a rede, outra parte vem para nós e o resto fica com a própria empresa.

Agora imagine que você se [inscreve no programa da Hostgator](#), que paga 175 reais por venda. A Hostgator não precisará pagar uma porcentagem para a rede de afiliação. Por esse motivo o lucro será maior se comparado com a campanha da Public Idées.

Veja outro exemplo tomando como base o site [Cursos 24 Horas](#). Nesse caso você pode promover a empresa diretamente pelo site (nicho) ou através da Netaffiliation (rede). Note que a empresa é a mesma, Cursos 24 Horas, mas a maneira de promover é diferente.

**Cursos 24 Horas é melhor na rede ou no afiliado de nicho?**



Isso na verdade será relativo a seu público e também a sua experiência como blogueiro para gerar conversões, se é mais experiente poderá optar por ser afiliado de nicho diretamente no Cursos 24 Horas que paga 25% sobre cada conversão feita a partir de suas publicidades. Se você ainda está começando e não sabe ao certo [como gerar uma conversão por venda](#) aconselho realmente a optar pela campanha da mesma empresa na Netaffiliation, isto pelo fato de que esta campanha é do tipo CPL (cadastro), onde você [receberá por cada cadastro feito](#) a partir de suas publicidades.



Através da rede, seu papel será gerar cadastros. Após seus leitores se cadastrarem o trabalho de gerar as conversões por vendas será da equipe do Cursos 24 Horas e não seu.

Outro fator que pode ser determinante é a compatibilidade entre o seu nicho e o nicho da campanha que está na rede. Mesmo que uma campanha tenha comissão maior do que outra, **se os nichos de mercado não forem compatíveis dificilmente você terá sucesso.**


## Valores das comissões são melhores em redes ou em nichos?

A busca do publisher é sempre pelo lucro, sendo assim é muito importante observar quais são os valores pagos nas redes e também nos nichos. É importante sempre fazer um comparativo dos valores por tipo de conversão, pois é natural que uma conversão por venda (CPA) tenha um pagamento maior



do que uma conversão por cadastro (CPL). Mesmo que não tenha como comparar de forma exata, procure fazer uma estimativa. Por exemplo:

Considerando que em “X” dias você obterá 1 conversão CPA, observe quantas conversões CPL seu site é capaz de gerar neste mesmo período. Aquele que der mais lucro representa a melhor opção. Essa simples comparação pode fazer a diferença entre o lucro e o “prejuízo”.



Mais Concorrência = Mais Ofertas  
=  
Maiores comissões

Quem tem a melhor comissão?  
<http://www.programa-de-afiliados.net/tudo-sobre-afiliados>

Programa de AFILIADOS

De um modo geral você encontrará [pagamentos mais atrativos](#) nas grandes redes por existir uma certa concorrência entre os anunciantes. Eles sabem que os publishers irão comparar os valores oferecidos e **quem estiver pagando abaixo da média certamente estará fadado a não ser anunciado pelos blogueiros e webmasters**. Já em afiliados de nicho não há concorrência interna, pois eles sabem que uma vez ali dentro o publisher não estará vendo o valor pago por outra empresa.

## Posso trabalhar com redes de afiliados e com algum afiliado de nicho no mesmo blog?

Esta é uma dúvida que talvez tenha surgido. Digamos que a campanha de nicho tenha sido mais atrativa para você, mas que ao observar as grandes redes como Zanox, Lomadee e Public Idées tenha notado que são de fato grandes oportunidades de [ganhar bastante dinheiro](#). Sim, você pode trabalhar com elas em conjunto. As redes não exigem nenhum tipo de exclusividade (pelo menos as mais conhecidas), isto é ótimo pois lhe permite traçar as mais variadas [estratégias para monetizar seu blog](#).



Apenas é importante lembrar que se você criar concorrência entre as campanhas que está veiculando em seu blog corre o risco de ter seus ganhos espalhados em diversas redes, isso pode não ser tão interessante. Busque focar cada rede de afiliação para determinados segmentos, por exemplo:

- Todas campanhas de “A” produtos são da Netaffiliation
- Todas campanhas de “Y” produtos são da Lomadee
- Todas as campanhas de “Z” produtos são Public Idées
- Todas as campanhas “W” produtos são da Hostgator
- Todas as campanhas “X” produtos são de outros nichos

Desta forma você estará segmentando seus ganhos por tipos de ofertas para cada uma das redes com que você trabalha. É possível até mesmo organizar seu blog de forma que as redes não apareçam juntas em uma mesma página, isto pode ser facilmente feito utilizando um template com múltiplas barras laterais!

Como você pode ver, de um modo geral, as grandes redes são mais interessantes para se trabalhar, mas sempre vale a pena observar caso a caso levando em consideração as preferências de seus leitores. Se você possui um blog de nicho bem específico e com poucas campanhas, o melhor é trabalhar com uma empresa específica. Caso contrário opte por campanhas nas redes.



## Redes de Afiliados VS Google AdSense

A quantidade de formas que existem para [ganhar dinheiro na internet](#) é realmente grande. Entre elas, duas se destacam e são motivos de grande dúvida na internet. Afinal, é mais fácil monetizar um blog através de [redes de afiliados](#) ou através do [Google AdSense](#). Nesse artigo você terá uma boa análise de quais as formas de trabalhar dentro destas alternativas, quais são as vantagens das redes sobre o AdSense, quais as vantagens do AdSense sobre as redes e como trabalhar como cada um deles.

Inicialmente é importante observar quais são as principais **diferenças entre o Google AdSense e as Redes de Afiliado**. Ao conhecer estas diferenças você terá uma noção de o que funcionará melhor para seu blog e com qual terá mais facilidade de trabalhar. Veja, por exemplo, que uma grande facilidade que o Google AdSense apresenta é o fato de oferecer **publicidade contextualizada de forma automática**, isto ajuda bastante a quem ainda não possui muita experiência pois os anúncios se contextualizam sem que tenha que fazer nada além de redigir e publicar seus artigos no blog, basicamente os anúncios se contextualizam com base em dois fatores:

- Assunto do post em questão
- Buscas feitas por quem está acessando o post

Em contrapartida, as redes de afiliados oferecem ganhos mais atrativos quando pensamos em afiliação dos tipos CPA, CPL e CPM. Como você já viu em outros artigos publicados, sabendo [qual é o afiliado certo para seu site](#) suas chances de conversão são maiores do que no programa do Google. Mais abaixo você terá uma visão dos dois lados da história.

### Com redes de afiliados você terá mais liberdade!

Com as redes você não terá a facilidade de contextualização que o Analytics oferece. Embora isso pareça uma desvantagem, na verdade não é. Isso porque



you will have the freedom to choose the campaigns that best fit your niche instead of depending on Google's choice.

Another important point to be observed is that networks do not require exclusivity, so you will be able to work with campaigns from various companies at the same time. With Google AdSense this is not permitted. I need to be careful not to insert campaigns that have banners similar (mainly blocks of links).

## Com o AdSense você terá mais facilidade!

As mentioned earlier, Google AdSense has the advantage of being fully automatic. The only work we have is to get the code and place it on the site. Google takes care of showing the ads based on the content of the page. This is the reason why many people choose it as the main form of monetization.

## AdSense + Redes

[AdSense e as redes de afiliação](#) are completely compatible. It is possible to use banners and links from AdSense without any problem. In fact, it is recommended to increase the diversity of your earnings.

## Dicas para não perder dinheiro

Even though it is possible to work with Google AdSense and Affiliate Networks on the same blog, it is advisable to take certain precautions to get the best results. The first point to observe is that Google [paga por CPC](#) and networks generally [pagam por CPL](#) (registration) and [CPA](#) (action, sale, etc.), so the strategies must be different.

## Atenção ao número de visitas

**Para o AdSense algo fundamental é ter uma grande quantidade de visitas** pois você lucrará por cliques e o valor de cada clique é relativamente baixo,



sendo assim se deseja ter ganhos consideráveis com ele realmente precisa ter o máximo de visitas possível.

**Com redes de afiliados você terá ganhos maiores por conversão**, sendo assim é interessante ter o cuidado de trabalhar focado em segmentar o máximo possível seus visitantes, mesmo que tenha uma quantidade menor de visitas. Se forem visitas bem segmentadas poderá ter bons ganhos.

### **Atenção com os anunciantes concorrentes**

Algo importante de observar é que existem alguns anunciantes presentes tanto nas redes de afiliados (especialmente na Lomadee/Buscapé) que também anunciam no Google AdSense, neste caso se desejar trabalhar com esta campanha através da rede é importante bloquear este anunciante no AdSense. Dessa forma você não corre o risco de perder um cadastro em troca de um clique.

### **Atenção com as campanhas concorrentes**

Para que você tenha o máximo de resultado com suas campanhas de afiliação ao trabalhar com o Google AdSense no mesmo blog, observe não apenas as mesmas campanhas, mas também campanhas concorrentes. Por exemplo, você está promovendo um banner da [Hostgator](#) dentro do artigo mas possui um banner da **Locaweb** na sidebar. O banner da Hostgator pode ser ofuscado pela Locaweb e você poderá perder uma [conversão que poderia chegar a 175 reais](#).





## Qual é o melhor para monetizar meu blog?

Se a esta altura você está se perguntando com qual dos dois deve **monetizar seu blog**, Google AdSense ou Redes de Afiliados, recomendo que trabalhe com ambos, desta forma você aproveita ao máximo seu público. De uma maneira geral, podemos dizer que:

- Se o seu público vem através do Google e não é engajado (paraquedistas), é possível que o AdSense de mais lucro pra você. As pessoas que chegam a seu blog através dos buscadores acabam se interessando por algum anúncio do AdSense e saem do blog através dele.
- Se o seu público é bem segmentado, com seguidores assíduos do seu blog já a mais tempo, estes leitores têm uma maior propensão a fazer um cadastro ou mesmo uma compra. Dessa forma as campanhas de redes de afiliação se tornam mais lucrativas.

Como você pode observar, pelo que foi dito aqui, não há necessariamente um que seja melhor ou pior, mas sim um que seja mais indicado para determinado blog, ou determinada estratégia. Você poderá optar por trabalhar apenas com uma alternativa ou com ambas, desde que tenha os cuidados que passei aqui.

Claro que aqui o tema foi abordado de forma bastante superficial tendo em consideração que existem muitas informações além dessas sobre as redes de afiliado. Quando estiver escolhendo uma campanha, considere utilizar todas essas dicas para trabalhar com as redes. Procure sempre evitar a concorrência e lembre-se que o que vale é a compatibilidade entre os nichos.



## Situação do mercado de afiliação brasileiro

A situação do mercado de afiliação brasileiro atualmente não é das melhores, definitivamente ainda há muito o que evoluir, tanto por parte de nós (publishers) como [por parte das redes de afiliados](#). Não estou aqui querendo generalizar, claro que existem suas exceções, tanto há publishers de alto nível que sabem trabalhar e gerar conversões com as redes como também há redes da mais alta competência. Mas de um modo geral, atualmente a situação é triste e temos muito trabalho pela frente para mudar isto, ambos os lados precisam evoluir e isto só acontecerá com um trabalho conjunto.

É comum ver pela internet muitos webmasters e blogueiros reclamando das redes de afiliação. São as mais variadas reclamações, desde atrasos nos pagamentos, banners que não convertem, usuários banidos sem receber seu dinheiro e muito mais. Isto em parte é realmente culpa de redes de baixa qualidade, mas por outro lado é falta de o afiliado se informar sobre as redes antes de se cadastrar e começar a veicular suas campanhas, afinal informações não faltam!

A situação do mercado de afiliação brasileiro está problemática sim, porém evoluindo. Aos poucos estão chegando ao Brasil ótimas redes que já fizeram seus nomes na Europa, como por exemplo, a Netaffiliation e Zanox, o que melhora um pouco a situação. Mesmo com isso, o afiliado do Brasil precisa evoluir e pensar mais em conversão e menos em clique.

### Em que os afiliados brasileiros podem melhorar

Como afiliado não basta ficar reclamando das empresas de baixa qualidade, é preciso trabalhar na qualidade do próprio desempenho para aí sim poder se tornar mais exigente com relação às e campanhas que irá veicular em seu blog, afinal reclamar que uma rede não converte é fácil, mas **de que isso adianta se seu blog converte menos ainda?**



Uma grande verdade é que o **afiliado brasileiro está mau acostumado**. Se habituou a simplesmente **colocar os banners no blog e ficar esperando o dinheiro aparecer**, não está acostumado a gerar conversões através de estratégias diferentes de simplesmente criar artigos para satisfazer ao [Google AdSense ao invés das campanhas de afiliação](#) que podem gerar muito mais lucro.

Entre diversos aspectos a serem “lapidados” no afiliado brasileiro os que eu considero mais urgentes são:

- **Aprender a criar landing pages que convertem.** A maioria dos blogs nem mesmo possui este tipo de estratégia, alguns que possuem não tem boas páginas, a maior parte está com falhas que reduzem a conversão.
- **Fazer e-mail marketing.** O afiliado brasileiro praticamente não faz e-mail marketing e quando faz não obtém bons resultados por não estar sabendo utilizar listas de e-mail segmentadas, que levam tempo e dão trabalho para serem feitas. Isso porque é necessário utilizar formulários de subscrição mais detalhados onde além do e-mail as pessoas também adicionem informações como idade, preferência e demais informações que possam ser úteis. É possível que você pense: “mas utilizando mais de um campo o leitor não vai subscrever”. Porém, é através de informações detalhadas que se pode atingir o leitor em seu “ponto fraco”.
- **Passar a ver seu blog como um negócio online** também é algo que poderá ajudar bastante, pois desta forma notará a necessidade de fazer certos investimentos, afinal **qualquer negócio precisa de investimentos e seu blog não é diferente**. Se você quer resultados é preciso investir! E não estou falando apenas em dinheiro, mas em dedicação. No final das contas isso é o que mais conta.

Em que as redes de afiliação podem melhorar no Brasil



Como o assunto é **a situação do mercado de afiliação brasileiro** é fundamental observar também as redes de afiliados no Brasil, afinal há muito o que melhorar nelas também. Mesmo as que já são reconhecidas como de ótima qualidade poderiam fazer melhorias como por exemplo dar um maior suporte aos novos usuários, isto os ajudaria a converter mais enquanto que a própria rede lucraria. Assim, se o publisher lucra a rede também lucra!

Mais respeito para com os usuários é fundamental. Há redes que oferecem valores absurdos, com isto quem perde não é apenas o afiliado que se sujeita a receber tão pouco, mas a rede, pois os afiliados mais experientes (que converteriam muito mais) não aceitam pagamentos muito abaixo da média. Seria um trabalho onde as redes teriam que trabalhar junto aos anunciantes estipulando valores mínimos de comissão para garantir inclusive que o anunciante tenha bons retornos com sua campanha.

Outra questão séria nas **grandes e médias redes é o tempo de cookie**. Algumas campanhas possuem um prazo muito curto de cookie, desta forma o Publisher trabalha para divulgar as campanhas do anunciante, gera a conversão mas não recebe sua comissão pois o cookie já não é mais válido. Isto é um absurdo, pois todos sabemos que não é nada freqüente uma pessoa comprar de forma imediata. Há um tempo entre o primeiro contato e a compra, que deve ser observado. Parte da solução para isto também deve partir do **afiliado brasileiro** que precisa estar mais atento a isto antes de veicular campanhas.

Um bom exemplo disso pode ser visto no [programa de afiliados](#) da Amazon que possui cookies de 40 dias. Quem sabe com a **chegada da Amazon ao Brasil** não teremos aí um novo programa de afiliação para fazer frente a outros com cookies menores?



## Anunciantes VS Afiliados (uma verdade que dói)

As [grandes redes de afiliação](#) exercem um importante papel que é de fazer a mediação entre anunciantes e afiliados, sempre buscando obter os melhores resultados possíveis para os dois lados. Muito da mentalidade de ambos os lados ainda precisa melhorar, pois um sem o outro não evolui. Anunciantes precisam de publishers para divulgar suas marcas e publishers precisam de anunciantes para [ganhar dinheiro](#), entre eles estão as redes de afiliação, que por sua vez necessita dos dois para ganhar e gerar dinheiro. Este é um complexo sistema de interdependência que se for quebrado por um só dos elementos causa prejuízo a todos.

Um bom exemplo de como um só elemento quebrando este equilíbrio prejudica a todos é o que ocorreu por volta de 2008/2009 com o programa de afiliados do Buscapé, que não ficou muito claro o porque, mas chegou a atrasar os pagamentos por quase um ano! Isto resultou em problemas para os usuários (publishers) que dependiam do dinheiro, para empresas que foram perdendo visibilidade devido ao desinteresse dos publishers e afeta a imagem da Lomadee até hoje. Isso porque a Lomadee é uma rede de afiliação pertencente ao grupo Buscapé e carrega o fardo desse erro. Atualmente a empresa mudou, se modernizou, mas muitos usuários ainda têm receio de promovê-la.

Utilizei este ocorrido como um exemplo, pois foi um grande problema e que teve muita repercussão na internet. Até hoje não é muito difícil encontrar alguém que tenha passado por este problema. Temos também outros casos, geralmente menores mas nem por isso deixam de ser problemas. Boa parte dessa pendência está realmente na deficiência da relação entre **anunciantes VS afiliados**, que em muitos casos parecem estar em lados opostos, sendo que o ideal é trabalhar em conjunto, todos focados no mesmo objetivo, ou seja, gerar conversões!



## O que os anunciantes podem fazer para melhorar a relação?

Não há como negar que os anunciantes querem melhores resultados ao fazer uma campanha nas redes de afiliação, porém para que isso aconteça é preciso, na maioria dos casos, ficar atento a alguns fatores importantes:

- **Oferecer comissões justas.** Há campanhas que não dão bons resultados pois os publishers não se interessam pela baixa comissão oferecida.
- **Maiores janelas de comissão.** As pessoas também não se interessam por campanhas que possuem cookies muito curtos. É preciso valorizar o trabalho do Publisher oferecendo click views mais longos.
- **Oferecer material adequado para a divulgação.** É comum encontrar nas redes de afiliados algumas campanhas que oferecem uma quantidade muito pequena de banners, uma ou nenhuma peça de e-mail marketing e ainda impedem que o Publisher divulgue através de links personalizados. Isto também desestimula o usuário, afinal ele não terá elementos para trabalhar uma boa campanha.

É comum pensarmos que tudo isto é definido pelas redes, porém não é verdade. Uma rede de afiliação é um mero canal que liga Publisher e Advertiser (afiliado e anunciante). Quando um cliente deseja promover seu produto ele mesmo tem que enviar seu material de divulgação, escolher a comissão e a janela de comissão. Fica a critério das redes aceitar ou não o que foi solicitado. Algumas acatam o que o anunciante deseja, sem questionar, outras orientam e outras rejeitam.

Um exemplo disso é a Zanox, onde o cookie mínimo que a empresa exige dos anunciantes é de 30 dias. Se o anunciante não se adequar, não fica na rede. Outro exemplo é a antiga Ozonion, que exigia criatividades (banners, flash, etc.) de qualidade dos anunciantes. Caso não os entregassem ficavam de fora da rede. Essas são duas atitudes que fazem diferença entre o afiliado amar ou odiar uma rede.



## O que os afiliados podem fazer para melhorar a relação?

Até aqui foi dito o que seria bom de ser mudado por parte dos anunciantes, porém toda relação possui dois lados. Nós afiliados também temos que mudar a postura, a forma de trabalhar e mostrar resultados mais expressivos para os anunciantes. Além de ser um ponto positivo para a monetização, pode impressionar os anunciantes e forçá-los a aumentar as comissões.

Uma das principais mudanças que vejo como sendo algo necessário no afiliado brasileiro é o fato de não se posicionar como líder de uma campanha de marketing. As pessoas simplesmente colocam um banner em seus sites e sentam para esperar os resultados, como se isso adiantasse. E, para piorar, quando notam que os resultados não vêm voltam para o “tão sonhado” [AdSense](#), que suga toda a inteligência e grana do blogueiro!

Alguns conselhos para os afiliados melhorarem seus resultados:

- Não use as campanhas de redes de afiliação como “tapa buracos” ou uma segunda opção ao Google AdSense. Trabalhe com ambos tendo o mesmo empenho, talvez até mesmo com blogs exclusivos para cada um.
- Faça e-mail marketing segmentado! O **afiliado brasileiro** de um modo geral não faz e-mail marketing, quando o faz não é realmente segmentado, chega a ser quase SPAM (quando não o é de fato).
- Antes de iniciar novas campanhas tenha certeza de que pretende a levar adiante até obter bons resultados. Não estou dizendo para insistir em algo que não esteja dando certo, mas busque pelos resultados, trabalhe duro em suas campanhas e o retorno virá.

Seguindo estas dicas certamente você passará a ter melhores resultados e também ganhará experiência, o que tornará cada vez mais fácil para que consiga boas conversões em suas campanhas.



## Afiliado, por favor, entenda isso!

Vamos falar alguns fatos aqui:

- Ganhar dinheiro na internet é realmente muito difícil.
- **Ficar rico** ganhando pela internet é uma façanha.
- Para ganhar os primeiros reais é preciso empenho.
- Para manter os ganhos crescentes é preciso empenho e dedicação.
- Ganhar 100 reais na internet é fácil. Difícil é persistir para multiplicar esses ganhos.
- Você ganhará mais dinheiro com afiliados do que com AdSense desde que aprenda a promover as campanhas. Caso contrário, será apenas mais um a reclamar e não sair do lugar.
- Sites de nicho rendem muito bem com AdSense. Mas rendem muito mais se você souber utilizar campanhas de afiliação.
- Kits de ganhar dinheiro só rendem para quem é o criador do kit. Se você continuar com a ilusão de ganhar 20 mil reais promovendo o kit dos outros, esqueça, enquanto você ganha 500 reais os donos ganham 50 mil. É muito fácil promover um kit onde os comprovantes de ganhos vêm da venda do próprio kit.
- Toda a informação de que você precisa está disponível de graça na internet. Antes de comprar algum livro, pesquise e você se surpreenderá.

## As redes de afiliados podem melhorar a relação Anunciantes VS Afiliados!

Infelizmente, ou felizmente, a chave para melhorar a relação **anunciantes VS afiliados** está nas mãos das redes. Elas podem promover iniciativas visando melhorar as condições para ambos os lados, buscando não permitir abusos por parte dos anunciantes e dando maior suporte a novos publishers, os ajudando a ter resultados positivos com as campanhas. (Na teoria, todas as redes ajudam, mas na prática, poucas respondem sequer um email!)



Algo que é freqüente encontrar em grandes redes é um ranking dos anunciantes mais populares, que pagam melhores comissões, etc., uma coisa que talvez fosse interessante implementar é algo semelhante para os afiliados. Isso geraria uma maior competitividade saudável entre os participantes. Claro que para os mais destacados algo poderia ser oferecido, desde melhores comissões, campanhas exclusivas ou qualquer outro benefício que sirva de estímulo para que novos publishers busquem pelos melhores resultados.

Todo este processo é algo que leva tempo para ser feito e ainda mais tempo para mostrar resultados expressivos, mas que certamente colocaria esta rede muita a frente de suas concorrentes, atraindo mais anunciantes e também mais publishers.



## O que os anunciantes esperam dos afiliados

Para se tornar um blogueiro ou webmaster de sucesso e ganhar uma boa grana todos os meses trabalhando com afiliação em seu blog é importante conhecer bem os anunciantes e saber o que eles esperam de seu blog. Com isso você terá condições de elaborar estratégias para promover campanhas de forma a atingir os resultados esperados. Isto beneficia não apenas ao anunciante e à rede de afiliados, mas também a você mesmo que lucrará mais!

Basicamente o que os anunciantes esperam dos publishers é o óbvio, resultados! Assim como nós [queremos ganhar um dinheiro](#), eles querem lucrar através da venda de seus produtos/serviços. Para chegar até seu público os anunciantes necessitam de nós blogueiros e webmasters que estamos no dia a dia gerando conteúdo para blogs e divulgando estes conteúdos nos mais diversos meios. O grande ponto chave é que entre este desejo de ambos por resultados **há um longo caminho a ser traçado**.

Para tornar este caminho um pouco mais claro vou separar o que os anunciantes esperam dos afiliados em itens, mas sempre lembrando que o objetivo final deve ser um só, a conversão (**um clique, um cadastro ou uma venda efetuada com sucesso**).

### Os anunciantes esperam que os afiliados utilizem os materiais publicitários fornecidos!

Ao entrar em [grandes redes de afiliado](#) como a [Netaffiliation](#), por exemplo, você encontrará uma enorme quantidade de campanhas de anunciantes. Cada uma destas campanhas possui uma série de materiais publicitários (que chamamos de criatividades) que devem ser utilizados pelos publishers a fim de promover os produtos/serviços e gerar conversões.

O grande [problema dos afiliados brasileiros](#) é que geralmente utilizam apenas banners, e o pior nunca variam os tamanhos para testar a eficácia. Em outras



palavras, escolhem um único banner e o deixam no blog por longos períodos esperando que algo diferente aconteça. Agindo desta forma o usuário estará perdendo a oportunidade de gerar muitas conversões, o que seria bom tanto para o anunciante como para o próprio usuário.

Em redes como a DGMAX Interactive, por exemplo, há campanhas com inúmeras possibilidades de divulgação. Uma boa estratégia sendo utilizada com boas ferramentas certamente irá gerar conversões, sejam estas cadastros ou vendas.

Entre as peças publicitárias que costumo ver disponíveis e que raramente vejo sendo utilizadas vale citar as peças de [e-mail marketing](#), os [popups e popunders](#), nos blogs geralmente o que se vê são apenas [links em artigos e banners](#).

## Os anunciantes desejam conversões REAIS!

Este é um fator sério, como muito bem dito por Ixan Russi (Responsável pela [Netaffiliation do Brasil](#)) durante um debate no [eShow 2012 em São Paulo](#). O afiliado brasileiro é extremamente criativo, porém infelizmente ainda tenta buscar alguma forma de gerar conversões falsas, principalmente nas [campanhas CPL](#). Infelizmente isso é verdade e alguns afiliados ficam tentando gerar cadastros apenas para receber sua comissão, o que é um grande erro! Além do mais não funciona, pois:

- Redes de Afiliados como a Netaffiliation possuem competentes equipes que verificam a veracidade dos cadastros.
- Ainda que funcionasse, em pouco tempo o anunciante notaria não estar tendo resultados e cancelaria a campanha, o que levaria o afiliado a ficar sem ter como ganhar dinheiro com a campanha.
- O tempo e esforço que se perde tentando encontrar um “jeitinho brasileiro” seria muito mais rentável empregado em um trabalho sério e focado em resultados!



Note que essa é a opinião do autor e retrata a real [situação do mercado de afiliação do Brasil](#). Estamos compartilhando essa opinião, pois desejamos melhorar essa situação abrindo os olhos de cada pessoa. É possível ganhar dinheiro sem usar de criatividade maliciosa. É possível, por exemplo, utilizar sites de download para lucrar de forma legal. Tudo é questão de ser **legalmente criativo**.

## Os anunciantes esperam ter uma campanha desenvolvida e não apenas um banner exibido!

Mesmo que pareça clichê o que vou falar, é necessário entender qual é o real objetivo de uma campanha. Um tipo [CPL](#) paga pelo cadastro, um tipo [CPA](#) paga pela venda, um tipo [CPC](#) paga pelo clique, etc. Não adianta promover uma campanha de CPA com o mesmo esforço utilizado para promover uma do tipo CPL. Não adianta promover uma campanha de CPL com o mesmo esforço utilizado para promover uma do tipo CPC.

Uma campanha CPA exige maior organização e mais trabalho do que uma campanha CPL. É preciso desenvolver um método de trabalho utilizando diversos tipos de propaganda para que apareçam as primeiras vendas. Não estou dizendo que precisa bombardear o leitor de banners e links, basta utilizar os recursos na hora certa, na posição certa e pelo tempo certo. O mesmo não precisa ser feito para uma campanha do tipo CPC, que exige apenas a exibição de banners nos locais adequados.

Note que quanto maior é o valor da comissão, maior é o esforço que você terá que empregar. E isso é totalmente justo, visto que você será muito bem pago. Lembre-se que o esforço é proporcional à comissão. Por exemplo, se você tem 500 artigos não precisa fazer nenhum esforço para lucrar uns 200 reais no mês com [AdSense](#). Em compensação, utilizando um programa de afiliação você poderia lucrar cerca de 100 reais por cada venda, ou seja, com apenas 10 conversões teria 1000 reais. Porém seria necessário organizar seu conteúdo e [criar um plano de conversão](#), o que demanda tempo e é realmente difícil. Esse é o preço para ganhar 800 reais a mais.



Crie realmente uma campanha focada em divulgar seu anunciante, é isto que eles buscam através das redes. Utilize landing pages eficientes, divulgue tanto dentro como fora do blog (especialmente nas redes sociais), faça campanhas de e-mail marketing, crie posts com objetivo de atrair leitores com o perfil que você quer para o tipo de campanha que estiver promovendo, considere utilizar o **AdWords** e o **Facebook Ads** (é necessário verificar se a rede autoriza). Em pouco tempo você notará que seus resultados serão muito bons!

Vale lembrar que uma das chaves para ter mais conversões é a motivação, apresente argumentos que mostrem a seus leitores os benefícios de algo que pretenda promover e naturalmente estará motivando seus leitores a terem uma ação efetiva!

De um modo geral podemos concluir que os anunciantes buscam grandes redes e oferecem uma série de recursos e desejam que estes recursos sejam utilizados da melhor forma possível nos espaços publicitários (blogs), gerando uma boa quantia de conversões e fazendo com que o usuário e a rede também lucrem!

Algo que nós, publishers, deveríamos fazer ao iniciar uma campanha de um anunciante é estudar detalhadamente a proposta apresentada, o site do anunciante, seus objetivos e principalmente qual o público que tem interesse neste tipo de produto/serviço. Desta forma você estará em condições de ter os melhores resultados com suas campanhas.



## O que os afiliados esperam das redes de afiliação

Recentemente escrevi sobre [o que os anunciantes esperam dos afiliados](#), agora é o momento de fazer uma análise do [mercado de afiliados brasileiro](#) sob um novo ponto de vista, que é **o que o afiliado espera das redes de afiliação**, que são as intermediadoras entre publishers e anunciantes. Há diversos pontos a serem observados nas necessidades dos usuários para que estes tenham como desenvolver um bom trabalho.

Entre muitas questões que poderiam ser abordadas sobre o que os publishers esperam das redes uma abordagem inicial e bastante interessante é que os novos afiliados esperam antes de qualquer coisa informações de fácil compreensão e transparentes, isso certamente ajuda a quem está começando.

As redes de afiliação de um modo geral se especializam em algumas áreas, umas possuem **ferramentas fantásticas** e pouca informação, outras possuem **informações incrivelmente detalhadas**, entretanto oferecem ferramentas ineficientes. A situação chega a ser triste, mas é esta a [realidade das redes no Brasil](#). Se o afiliado não correr atrás de informações suas chances de sucesso estarão seriamente afetadas.

### Toda rede de afiliado deveria ter um blog oficial!

Publishers são em sua grande maioria blogueiros, portanto habituados a este mundo de internet todos os dias. Para um blogueiro, algo extremamente intuitivo é buscar por informações em um blog. Se forem informações sobre uma rede é praticamente automático ir ao site oficial e procurar por seu blog. Neste exato momento fiz isso no site da Netaffiliation e, apesar de ser uma das minhas redes de afiliação preferidas por inúmeros motivos, fiquei impressionado por não encontrar!

Utilizei a Netaffiliation como exemplo por se tratar de uma rede que disponibiliza muitos recursos aos publishers, porém isso se aplica a



praticamente todas as grandes redes, como Zanox, CPA Brasil ou [Public idées](#). Ter um blog é, além de ser um grande refúgio para o leitor, é uma ótima estratégia para preparar melhor os publishers do país alvo (nesse caso o Brasil ou Portugal). Isso se resumiria em mais conversões; [mais dinheiro entrando](#) para ambos os lados.

## Uma newsletter cairia bem (mas sem spam)

Juntamente com a necessidade de um blog, particularmente, acrescentaria uma newsletter que mantivesse os usuários a par das campanhas que se iniciam e que estão pausadas, e uma newsletter com informações úteis para aprimorar o trabalho dos publishers com dicas de marketing, SEO, email marketing, AdWords, Facebook Ads, etc. Tudo isto estaria contribuindo para uma gama de novos afiliados ainda mais preparados, o que certamente faria desta plataforma uma das mais buscadas pelos anunciantes.

## Afiliados necessitam de comissões justas!

Uma das realidades das [plataformas de afiliação brasileiras](#) é que ainda estão de certa forma à sombra do [Google AdSense](#). Com isso acabam ficando com os usuários que **ou** estão fazendo testes para “ver se talvez conseguem ganhar algo” **ou** tiveram suas contas do AdSense canceladas. Isto em grande parte se deve a uma questão que ainda gera muito incômodo entre os **publishers**, que são os pagamentos.

**Pagamentos por conversões do tipo CPL:** as campanhas desse tipo, em sua maioria, oferecem bons valores de comissão e representam oportunidades claras de ganho desde que sejam promovidas de maneira adequada. Como se sabe, um simples cadastro nesse caso pode render mais de 10 reais. Porém, dois pontos se destacam. Altas comissões podem atrair um público maior e mais qualificado; menores comissões podem atrair um público menor, mais especulativo e menos qualificado. As comissões do tipo CPL são relativamente rápidas de serem disponibilizadas devido à facilidade na validação.



**Pagamentos por conversões do tipo CPA:** as campanhas desse tipo, de um modo geral, têm bons valores e podem gerar ganhos maiores do que as CPL, porém exigem um trabalho maior, envolvendo a ação efetiva do leitor (normalmente uma compra). As comissões variam de % a \$, sendo que na maioria das vezes é bastante justa se comparada com o produto que está sendo vendido. Nesse caso, especificamente, o maior problema é a janela de comissão extremamente pequena. Os cookies (click views) expiram mais rapidamente do que o tempo necessário para que o leitor compre alguma coisa. Isso afeta e muito a comissões de maneira secundária.

Para entender melhor, imagine que você colocou o banner da Americanas.com ([Lomadee](#)) em seu site. Essa é uma campanha que não oferece nenhuma janela, portanto a comissão é gerada somente se o seu leitor comprar na hora. O leitor visita seu blog, clica no banner e se interessa pelo produto. Mas por algum motivo o navegador apresenta um erro e é fechado. Se o leitor entrar no site da Americanas.com para comprar o produto que tinha visto anteriormente (vindo de sua indicação) a sua comissão não será gerada. Em longo prazo isso dá mais prejuízo do que lucro fazendo com que o afiliado migre para outra plataforma.

**O maior incômodo nos filiados** é com relação ao fato de que uma campanha CPA ou CPL, mesmo que não converta, estará utilizando o espaço publicitário e contribuindo para o fortalecimento da marca do anunciante (mesmo que não a exiba no banner). Em contrapartida, [afiliados CPM](#), que são ideais para o branding, são escassos no Brasil fazendo com que o publisher tenha poucas opções. As mais justas são as campanhas mistas, que oferecem dois tipos de comissão ao mesmo tempo: CPL + CPA, CPL + CPM, CPC + CPA, etc. O grande “porém” é que essas combinações praticamente não existem. Temos quase 100% das campanhas mistas representadas apenas por CPL + CPA.

Transparência para com os publishers é fundamental!



Toda plataformas de afiliação possui uma área onde o publisher pode acessar as estatísticas de suas campanhas, porém nem todas têm estatísticas em tempo real, ou ao menos com diversas atualizações ao longo do dia. Isto gera um grande desconforto nos usuários que chegam a uma rede (até então desconhecida). Os afiliados mais antigos se acostumam com os horários da atualização, porém quanto mais próximo do tempo real, melhor e mais credível.

Além de maior transparência, é importante não tratar os publishers com descaso. Já vi situações em que os afiliados entram em contato com determinadas redes e nem mesmo uma resposta obtém. É um absurdo! Se a idéia é fazer uma rede crescer cada vez mais, logicamente é necessário tratar seus membros com respeito. Desta forma certamente terá afiliados, e parceiros, por longos anos!

De um modo geral o que nós, publishers, buscamos é uma rede mais humana. Recursos tecnológicos e campanhas existem em todas as redes, mas o que é um diferencial realmente buscado por nós é uma [relação mais humana entre rede e afiliado](#).



## Qual é a maior rede de afiliação do Brasil

Algo natural é que o afiliado e o anunciante tenham o desejo de trabalhar com a **maior rede de afiliados do Brasil**, afinal se é a maior naturalmente já se imagina que promove campanhas com êxito, oferecendo os melhores resultados tanto para quem está anunciando quanto para quem está [monetizando um blog ou site](#). Mas, no Brasil, existe uma [grande rede de afiliação](#) que possa dizer “somos a melhor” atualmente? Nesse artigo você terá a resposta para essa importante pergunta e verá [o que a experiência pode render](#).

Seria ótimo poder dizer que a rede XYZ é a maior do Brasil, porém no novo mercado de afiliação brasileiro isso seria “abrir a boca grande demais”. Sugerimos a leitura desses artigos para entender melhor o por quê:

- [As boas redes de afiliados que me perdoem, a coisa tá feia!](#)
- [O que os afiliados esperam das redes de afiliação](#)
- [Redes de Afiliados VS Google AdSense](#)
- [Situação do mercado de afiliação brasileiro](#)
- [Anunciantes VS Afiliados](#)

Baseado no que já falamos ao longo de vários artigos, podemos dizer que nenhuma rede é efetivamente boa aqui no Brasil. O que temos são várias empresas novas entrando em um mercado desconhecido. Embora algumas recebam premiações ou sejam taxadas de “a melhor”, a verdade é que isso não é verdade. Em tempo, é possível fazer uma boa análise de como estão as principais redes neste momento e tentar prever qual será a que realmente se tornará em um futuro próximo a maior do Brasil.

O mercado brasileiro afiliação possui características únicas, como o fato de algumas redes já atuarem há anos nesse mercado juntamente com redes que chegaram há pouco tempo. Em contrapartida, muitas redes novas em nosso



país já atuam ativamente em diversos outros países. Alguns exemplos bastante conhecidos são Zanox, Netaffiliation, [Public Idées](#), Click Magic, DGMAX Interactive, etc.

## Redes de Afiliados em Destaque no Brasil

Nesse momento quero falar um pouco sobre as principais redes de afiliados que buscam destaque no Brasil, mostrando como estão no mercado neste momento (à partir do nosso ponto de vista, de afiliado) e como este cenário ficará dentro de algum tempo no mercado brasileiro de afiliação.

Claro que aqui o espaço é muito curto para citar todas as redes que estão lutando por espaço na internet brasileira, mas seguem alguns fatos sobre as maiores. Para essa análise selecionamos a Zanox, Afilio, Lomadee e Netaffiliation, que são redes que estão com várias campanhas nos mesmos segmentos, sendo assim disputam os mesmos espaços de mercado.

**ZANOX** é uma grande rede que chegou ao Brasil há pouco mais de um ano e está lutando para chegar ao topo. Atualmente é a maior empresa de afiliação da Europa, porém ainda pouco utilizada por aqui. Sua interface ainda não é amigável como a de outras empresas, precisando melhorar bastante. O suporte é um ponto que se destaca, mas não é algo tão extraordinário ainda sendo que não foi colocada à prova, assim como a Lomadee, por exemplo.

**AFILIO** é uma rede bastante conhecida no Brasil, mas que não se destaca atualmente. Apesar de ter grandes anunciantes, não possui uma grande visibilidade ou expectativa de crescer em nosso país. O que vemos é outras empresas entrando e a Afilio se mantendo. Pelo que conhecemos, o suporte não é tão bom quanto ao das outras redes e não procura por novos parceiros de negócio.

**LOMADEE** é uma das redes mais antigas do Brasil e conta com uma das maiores bases de afiliados. O que podemos notar claramente é que a Lomadee é bastante presente nos eventos que acontecem e promove muito bem a



marca, porém não se destaca como uma das melhores mas como aquela que sabe fazer o próprio marketing. Apesar de ter parcerias fortes, ainda deixa o afiliado na mão e sem resposta quando menos se espera. Não possui uma política clara de cookies, o que prejudica e deixa o Publisher descontente. O que podemos perceber é que a Lomadee foi uma espécie de “tapa buracos” do antigo sistema de afiliação do Buscapé que acabou crescendo e se tornando independente. Esperamos que melhore, mas a situação é essa.

**NETAFFILIATION** é uma rede que está no Brasil há bastante tempo e crescendo em um nível muito bom graças à sua campanha de recrutamento de afiliados. O que podemos notar é que a Netaffiliation não possui um suporte presente para atender às demandas dos publishers, porém isso se deve ao pequeno pessoal da equipe. A empresa demonstra interesse em atualizar a plataforma, melhorar o atendimento e se manter mais presente em nosso país, o que é um ponto forte visto que já conta com mais de 50 campanhas e não tem problemas com pagamentos ou contas bloqueadas injustamente. O ponto mais interessante talvez seja o fato de a Netaffiliation estar sempre disposta a negociar antes de tomar uma atitude mais drástica.

## Vantagens de trabalhar com uma rede em crescimento!

Redes já mais antigas no Brasil trabalham geralmente com anunciantes antigos em divulgação na internet, isto de certa forma dificulta o trabalho do afiliado por alguns fatores:

- Dificilmente o Publisher estará apresentando alguma novidade nas publicidades
- Dificilmente o Publisher estará melhor posicionado do que o próprio site do anunciante
- Como são anunciantes já muito famosos todos sabem ir diretamente ao site e fazer a compra por lá

Em contrapartida os anunciantes antigos:



- Tendem a ser mais confiáveis aos olhos do comprador
- Oferecem produtos de alto valor que resultam em altas comissões
- Estão presentes em mais de uma rede de afiliação

Com este cenário você pode tirar suas próprias conclusões sobre se é lucrativo promover uma rede com anunciantes famosos ou com anunciantes desconhecidos. Ao optar por uma rede que está em crescimento você se beneficiará com anunciantes recém captados para divulgação na web, ou seja, sempre terá novidades a mostrar em seu blog e campanhas que podem [ultrapassar os 100 reais](#) facilmente. Isto aumenta consideravelmente suas chances de gerar conversões através de suas publicidades.

Redes em grande crescimento como algumas citadas acima estão em busca não apenas de mais anunciantes, mas também de mais afiliados. Para isso mantém uma política de indicações muito interessante com sua campanha de indicação que [paga ótimas comissões por cadastro](#), e claro que para ser realmente indicada e apontada como a melhor alternativa oferece pagamentos em diversas moedas, inclusive Euros.

## Mesmo sabendo qual a maior rede do Brasil, devo trabalhar com outras redes?

Esta talvez seja sua dúvida neste momento. Mesmo tendo notando o grande crescimento de uma rede, deveria trabalhar também com campanhas de outra? De um modo geral não há nada que o impeça de fazer isso, pois as redes de afiliados não exigem exclusividade. Mas vale a pena observar alguns fatores importantes:

- Ao trabalhar com mais de uma rede estará repartindo seus ganhos entre elas? Se você ainda está começando, isto não é uma boa idéia, pois cada empresa possui seu valor mínimo para saque dos ganhos. Se você espalhar muito que está ganhando corre o risco de demorar mais tempo para receber.



- Se você pretende mesmo trabalhar com mais de uma rede para diversificar seus ganhos recomendo que o faça em blogs diferentes ou que tome o cuidado de não gerar concorrência entre as campanhas que você mesmo está veiculando. Isto poderia atrapalhar o desempenho de uma das campanhas.

Em linhas gerais podemos afirmar que o mercado de afiliados no Brasil ainda é novo e tem muito a evoluir, fique sempre atento às novidades que certamente ainda serão muitas. O que podemos afirmar é que você é quem faz uma rede crescer. Escolha a que mais se adapta a suas necessidades. Algumas dicas são justamente as redes que comentamos acima, mas temos uma [lista mais completa](#) pra você escolher.



## O que diferencia uma rede de afiliados da outra

[Redes de afiliados existem muitas por ai](#), mesmo o [mercado de afiliação no Brasil](#) ainda sendo relativamente novo a oferta é bastante grande e o novo publisher muitas vezes fica com uma série de dúvidas no momento de [escolher o programa de afiliados certo](#) para trabalhar. Aqui vou mostrar as principais diferenças entra as redes de forma que isso possa ajudar o novo afiliado a começar nesse mundo com o pé direito.

Antes de qualquer coisa é importante deixar claro que do ponto de vista tecnológico praticamente não há diferenças. A tecnologia utilizada pelas [grandes redes de afiliados](#) é praticamente a mesma, portanto o que as diferencia é sem dúvida o fator humano. É como cada rede é gerenciada, como são escolhidas as campanhas, como acontece o suporte ao afiliado, etc. Tudo isso tem uma grande influência em seu dia a dia **trabalhando com seu site ou blog**. Existem também algumas diferenças no pagamento e na burocracia em geral, mas é importante observar com atenção, pois nem sempre algo que em um primeiro momento parece a melhor alternativa realmente será. Entenda o porquê ao longo desse post.

### Flexibilidade da rede de afiliados é algo importante!

Para uma rede ser realmente atrativa aos olhos do Publisher é importante ter sempre uma boa quantidade de anunciantes e também muitas novas empresas interessadas em anunciar. É imprescindível ser flexível para o anunciante, se adaptando às duas necessidades, sem prejudicar os afiliados com imposições feitas pelas empresas. Porém é ainda mais interessante ser flexível com os afiliados oferecendo sempre várias opções em anúncios e formas de manter contato com a rede.

Algumas redes são flexíveis em nível de campanhas, ou seja, conseguem atrair diversas empresas de setores variados e oferecer muitas opções ao



webmaster ou blogueiro. Em contrapartida, algumas redes permanecem com as mesmas campanhas e esperam ter resultados diferentes. A questão aqui não é aceitar que qualquer empresa anuncie, mas sim que os publishers tenham uma rotatividade boa de campanhas para que possam testar cada uma delas.

O afiliado por sua vez também deve ser flexível e se adaptar a uma rede. Muitas vezes o resultado demora a aparecer, mas efetivamente aparece. Um bom exemplo de flexibilidade entre nós, publishers, é quando falta uma criatividade (banner, flash, etc.) que deseja. Imagine que você procura por um banner de 300x250, mas não encontra. O que você faz, vai para outra rede de afiliação ou testa um banner em outro tamanho, como 768x90? Se você simplesmente pula de uma rede para outra é provável que não terá muito sucesso devido ao fato de não se adaptar facilmente (ou não procurar se adaptar).

- Busque ferramentas para [fazer e-mail marketing](#)
- Adapte o layout de seu blog para suportar um banner com esta medida
- Crie artigos para incluir links de texto

Claro que este foi apenas um exemplo, porém é importante para ambos os lados ser flexível. Muitas vezes o simples ato de esperar um pouco pode fazer a diferença entre [ganhar um dinheiro](#) ou não ganhar nada.

## Meios de pagamento das redes

Outro fator que diferencia uma rede da outra são os meios de pagamento e o valor mínimo para resgate, principalmente para quem está começando. Veja os dois exemplos a seguir:

- Netaffiliation: mínimo para resgate 50 Euros
- Lomadee: mínimo para resgate 30 reais
- Public Idées: mínimo para resgate 100 Euros



Baseado nos valores acima, qual rede de afiliação você escolheria? Acredito que a maioria respondeu a segunda, Lomadee. Em um primeiro momento, e para quem deseja [ganhar um dinheiro rápido](#), essa seria uma boa escolha. Mas é preciso analisar um pouco mais. Qual das redes oferece as campanhas que no seu nicho podem render mais? Qual delas oferece o melhor meio de pagamento para você? Baseado nisso, veja o seguinte:

- Netaffiliation: oferece campanhas que podem chegar a mais de 100 reais e paga via PayPal
- Lomadee: oferece campanhas que podem chegar a mais de 100 reais e paga via transferência bancária
- Public Idées: oferece campanhas que podem chegar a mais de 30 reais e paga via transferência bancária internacional

Se a campanha que paga mais de 100 reais está na Netaffiliation, está relacionada ao seu nicho e você prefere receber via Paypal, então essa é a melhor opção. Se a campanha está na Lomadee e você prefere receber por transferência bancária, então essa é a melhor opção. Mas se você encontrou a campanha certa na Public Idées e não tem problema em aguardar até acumular o valor mínimo, essa é a melhor opção.

Um quarto exemplo é a UpRise40, que tem uma proposta diferenciada, que é oferecer pagamento imediato, ou seja, assim que atinge o valor mínimo já poderá fazer o resgate de seu saldo antes mesmo de aguardar a rede receber do anunciante. Claro que é um serviço pago, afinal a UpRise40 estará assumindo integralmente o risco caso o anunciante não pague.

## Humanismo acima de tudo

O [Humanismo](#) coloca a pessoa (ser humano) acima de qualquer coisa. Melhor do que receber um pagamento sempre em dia é poder contar com uma rede de afiliado sempre que precisar. Melhor do que ter ótimas campanhas é ter um gerente de contas que ajude o Publisher a atingir seus objetivos. Melhor da flexibilidade é ter uma rede flexível ao dispor de nós blogueiros e webmasters.



Se você estava em busca de escolher uma rede com base em dados como tecnologia mais avançada ou algo do tipo agora já sabe que isto definitivamente não é o mais importante, mas sim o fator humano. Este é o fator que fará toda a diferença, trabalhe junto com equipes competentes e terá melhores resultados!



## Remarketing, Retargeting, Geo Localização, etc. entenda e lucre mais

Já tratei aqui de vários temas relacionados com redes de afiliação, desde os mais básicos sobre [o que são elas](#), como também falei sobre as principais [diferenças entre as várias existentes](#) e os [programas de afiliados de nicho](#). Em alguns dos artigos houve a inter-relação entre anunciantes, rede de afiliados e afiliados, e agora é o momento de iniciar um estudo sobre alguns aspectos mais detalhados das avançadas tecnologias que são utilizadas nas [maiores redes](#).

Aqui não será abordado nada técnico sobre as tecnologias, entretanto você aprenderá algo que não encontra em qualquer lugar. Nesse artigo você entenderá o que de fato as redes utilizam para ganhar os clientes e fazê-los comprar cada vez mais:

- [Remarketing](#), recuperação de carrinho abandonado
- [Retargeting](#), fim da amnésia dos clientes
- [Geo Localização](#), campanhas direcionadas por região
- [Tracking](#), rastreamento e tecnologia anti-fraude
- [Fluxo XML e RSS](#), tecnologias para aumentar os ganhos

Antes de continuar com a leitura, entenda que essas tecnologias são utilizadas em grande parte das redes. Cada uma delas aumenta as chances de o leitor clicar em um anúncio e comprar um produto. Isso significa que quanto mais tecnologias em uma rede, maiores são as chances de você [ganhar dinheiro](#).

### Remarketing – Recuperação de carrinho de compras abandonado

Esta é uma tecnologia relativamente nova, mais utilizada pela rede de afiliados Zanox, e funciona exatamente como na descrição. Basicamente ela serve para



recuperar os compradores que por algum motivo **abandonaram um carrinho de compras**.

**Exemplo:** Imagine que você está promovendo a campanha das lojas Americanas e colocou um banner de Notebook em seu site. Ao visualizar esse banner um leitor se interessa pelo modelo e clica no banner. Quando ele chega na loja, faz o cadastro, escolhe a forma de pagamento, mas por algum motivo desiste da compra. É nesse momento que entra o **remarketing**. Depois de algum tempo (5 minutos, 30 minutos, 2 horas, etc.), o cliente recebe um email informando que sua compra não foi finalizada e que ele pode continuar a compra sem ter que digitar tudo novamente.

No exemplo acima as chances de o cliente retornar ao site e comprar o produto aumentaram em pelo menos 20%. Ou seja, se você estivesse promovendo essa campanha suas chances de ganhar dinheiro seriam maiores.

Para entender ainda melhor, digamos que o cliente estava no Submarino com alguns itens no carrinho de compras e o abandona. Já sabemos que este cliente possui a intenção de compra e digitou um email, a [rede de afiliados](#) através de sua tecnologia de **remarketing** tentará atrair o cliente de volta enviando um email.

## Retargeting – Relembra os compradores qual seu objeto de desejo

O **Retargeting** é praticamente um Remarketing com uma estratégia diferente. O que ele faz é exibir seus banners mesmo depois que o leitor já saiu da loja em que estava pensando em comprar.

**Exemplo:** Imagine que você está promovendo a campanha das lojas Americanas e colocou um banner de Notebook em seu site. Ao visualizar esse banner um leitor se interessa pelo modelo e



clica no banner. Quando ele chega na loja, se distrai por algum e sai do site sem comprar o produto. É nesse momento que entra o **retargeting**. No momento em que ele visita o outro site, essa tecnologia tem o “poder” de mostrar o mesmo banner que você estava mostrando anteriormente. Assim, o cliente poderá clicar no banner a qualquer momento para comprar o produto e a comissão vai para você.

Outro ponto interessante está no fato de que o anúncio a ser exibido por Retargeting será em formato de [fluxo XML](#) (catálogo de produtos), desta forma seu cliente não verá apenas uma propaganda da loja em que esteve, mas dos produtos que estava interessado em comprar. Isto aumenta bastante as chances de compra.

Vale lembrar que uma estratégia não invalida a outra, muito pelo contrário, pesquisas apontam que lojas que utilizam ambas as estratégias em conjunto estão tendo ótimos resultados.

## Geo Localização – A campanha correta de acordo com o local

Não há como negar que nem sempre é simples saber qual campanha oferecer, principalmente quando se trata de um anunciante com algum negócio offline, pois neste caso o fator local da loja é muito importante. Não adianta exibir anúncios de uma loja mineira para leitores paulistas.

**Exemplo:** Imagine que você se interessou por uma campanha que tem [CPA de 180 reais](#), mas trata-se de uma loja disponível somente em Curitiba e Salvador. A Geo Localização é responsável por mostrar essa campanha para Curitiba e Salvador e outra campanha para as demais localidades. Muitas redes oferecem campanhas genéricas onde para cada cidade é apresentado um anúncio diferente.



Com as tecnologias de **Geo Localização** esse tipo de anúncio de fica muito mais simples de ser feito, pois assim que o leitor entra em seu site sua localização é identificada e após isto será selecionada uma campanha que possa ser de seu interesse com base em sua localização geográfica.

Esta é uma tecnologia muito utilizada por sites de namoro onde assim que você entra aparece um banner do tipo "1234 pessoas online em *sua cidade*". Esta é uma estratégia bastante impactante, afinal o anúncio é sempre de algo que foi marcado como perto do leitor.

## Tracking – Rastreamento e tecnologias antifraude

O termo **tracking**, em inglês, significa rastreamento e é algo importante não apenas para a **rede de afiliado**, mas principalmente para o afiliado em si, pois é justamente isto que faz com que se saiba de onde vieram os cliques, cadastros ou vendas.

**Exemplo:** imagine que você se inscreveu em uma campanha de [hospedagem de sites](#) que paga [por venda \(CPA\)](#) e colocou um banner em seu site. Em um mês 30 mil leitores visitaram seu site e o banner recebeu 15 mil cliques. É à partir da tecnologia de tracking que a rede poderá contabilizar todos os cliques recebidos e gerar uma comissão para você.

O sistema de tracking utilizado pelas redes é relativamente simples. A cada link de publicidade que você gera, seja um banner, flash ou link de texto, é acrescentado um código que identifica você. Sempre que houver uma ação sobre esse link a rede poderá contabilizar e gerar uma comissão.

Além desta tecnologia de tracking, as redes possuem diversos outros recursos internos que funcionam como antifraude e são muito importantes para garantir aos anunciantes resultados concretos em sua campanha.

**Exemplo:** imagine que um webmaster se inscreve em uma campanha que paga [por cadastro \(CPL\)](#) . Numa tentativa de bular



o sistema ele cria um programa que gera cadastros automáticos. Com a tecnologia antifraude a rede identifica o IP de onde vieram os cadastros, valida os cookies, o mac address (número da placa de rede), se não houve hard incentive (forçou o leitor a se cadastrar) e diversos outros fatores para verificar se cada cadastro é válido. Caso não seja ela não dá a comissão e o afiliado corre o risco de perder a conta.

## Fluxo XML e RSS, aumente seus ganhos

Estes são dois tipos de fluxos [utilizados pelas grandes redes](#) para apresentar produtos aleatoriamente ou baseado em [geo localização](#). Eles são utilizados por quem deseja uma forma mais prática de anúncio ou não tem tempo de ficar testando vários banners. Entenda melhor:

**Fluxo XML:** geralmente utiliza-se um banner, porém não se trata de um banner “único” sempre com a mesma propaganda, este banner está ligado a uma galeria de banners (como produtos, por exemplo) e para cada cliente mostrará determinadas publicidades. O fluxo XML é bastante utilizado juntamente com tecnologias de [Remarketing](#) e [Retargeting](#).

**Fluxo RSS:** aqui a estratégia consiste em utilizar espaços de seu fluxo RSS (feed) para exibir publicidades. Isso é interessante pois muitos leitores ao assinar o feed deixam de visitar o blog e passam a consumir o conteúdo diretamente por email.

Como pode ver tecnologia definitivamente não falta para que você ganhe um bom dinheiro trabalhando com [programa de afiliados](#), o importante é não deixar tudo isso apenas em teoria, é preciso colocar em prática. Antes de simplesmente colocar um banner em seu site, verifique se a rede em que você está inscrito possui algumas dessas tecnologias. Quanto mais, melhor!



## O que é uma janela de comissão, vantagens e desvantagens

Quando um novo publisher entra para uma [rede de afiliação](#) e ainda está acostumado a trabalhar apenas com o [Google Adsense](#) ou [afiliados de nicho](#) é natural que tenha diversas dúvidas sobre como funciona cada sistema de pagamento. Muitas pessoas se sentem inseguras por não saber como as redes identificam a ação que foi feita pelo cliente e como a comissão será contabilizada. Aqui vamos abordar um tema específico bastante utilizado em campanhas [CPL \(cadastro\)](#) e [CPA \(venda\)](#), que são as **janelas de comissão (cookies)**.

### O que é uma janela de comissão?

**Janela de comissão** é o período em que seu **link de afiliado é válido**. Ou seja, em quanto tempo o seu leitor terá que comprar para que a comissão seja sua.

**Exemplo:** digamos que você esteja promovendo uma campanha com janela de comissão de 30 dias. Agora imagine que você colocou um banner dessa campanha em seu site e um leitor clicou. Ele terá 30 dias para comprar o produto. Se ele finalizar a compra dentro desse prazo a comissão é sua.

O que torna possível esta tecnologia de janelas de comissão são os chamados **cookies**, arquivos temporários armazenados no computador do seu leitor. Praticamente todos os sites armazenam algum tipo de cookie e as redes de afiliação não são diferentes. Nesse exato momento seu computador está repleto de cookies utilizados pelos sites para gravar alguma coisa a seu respeito. Veja mais um exemplo.

**Exemplo 1:** digamos que você fez login no Gmail, Yahoo ou Hotmail. Nesse momento são armazenados alguns cookies em seu computador garantindo que *você é realmente você*. Dessa



forma, caso feche a janela de seu navegador poderá abri-la novamente e entrar em seu email sem ter que fazer o login (pois já está tudo gravado no cookie).

**Exemplo 2:** imagine que você está promovendo a campanha da Dell ([Lomadee](#)), que tem janela de comissão de 30 dias. No momento em que seu leitor clicar no banner será gravado um novo cookie na máquina dele dizendo:

1. Que você é o afiliado que o recomendou
2. O dia e hora em que ele clicou
3. Qualquer outra informação relevante

Dessa forma, quando o leitor comprar alguma coisa a Lomadee saberá quem indicou a Dell para aquele cliente.

Note que **Janela de Comissão é um benefício indispensável para nós, publishers**. Quanto maior é a janela, maior é a chance de [ganhar dinheiro](#).

## Cookies possuem vantagens e desvantagens

Quando se fala em cookies existem basicamente um ponto negativo e outro positivo. A vantagem inegável dos cookies é que você não precisa vender um produto na hora para ganhar dinheiro, basta que seu leitor compre dentro da janela de comissão. Já o ponto negativo é que talvez o leitor possa ter configurado o navegador para não aceitar cookies. Dessa forma a venda não poderá ser rastreada a não ser que ele compre na hora. Isso também pode acontecer caso o leitor exclua os cookies por algum motivo. Essas são possibilidades remotas, mas não deixam de ser pontos negativos.

Uma outra coisa que pode acontecer (muito raro) é o leitor chegar ao site do anunciante através de seu site ou blog, ter o cookie armazenado normalmente, mas por algum motivo fazer a compra a partir de outro computador. Neste caso também não há como saber que foi uma indicação sua.



Mesmo possuindo desvantagens, trabalhar com campanhas com uma boa janela de comissão é sempre uma alternativa interessante e que pode ajudar a aumentar seus [ganhos com a rede de afiliados](#).

## Cookies temporários VS Cookies permanentes

Todos os cookies a que nos referimos anteriormente são temporários. Quando se fala em janela de comissão normalmente o mais freqüente é pensar em um período específico em que o cookie será válido. Porém, existem campanhas que trabalham com **cookies permanentes**, como por a campanha de indicação de novos publishers do [Cursos 24 Horas](#). Esse tipo de janela na verdade não trata de um cookie, mas sim de um cadastro que armazena todas as compras de seus indicados onde você recebe comissões vitalícias.

Exemplo: imagine que você se cadastrou no Cursos 24 Horas e recomendou 10 novos estudantes. Sempre que eles comprarem um curso você receberá uma comissão, pois a empresa identificará que eles foram recomendados à partir do seu usuário que está armazenado no banco de dados.

## Tipos de cookies temporários

Em termos de cookies temporários ainda temos algumas diferenças, principalmente com relação a o que indica o início do cookie. Existem dois tipos de cookies temporários:

**Click view:** esta é a forma utilizada por praticamente todas as redes de afiliados. Nesse tipo, o cookie é gravado somente quando o leitor clicar no seu banner ou link.

Exemplo: você colocou um banner da Dell em seu site e um leitor clicou. É à partir daí que o cookie começa a contar.

**Post view:** este é um outro sistema, que atualmente é mais utilizado pela rede [Public Idées no Brasil](#), em que o cookie se torna válido a partir do momento em



que sua publicidade é visualizada, ou seja, mesmo que seu leitor não tenha nenhuma ação direta o cookie será gravado.

Exemplo: você colocou um banner da Dell em seu site e um leitor o visualizou. É a partir daí que o cookie começa a contar.

Também vale lembrar que as janelas de comissão oferecidas pelas campanhas são as mais variadas. Normalmente não é a rede que estipula o período de cookie, mas sim os anunciantes. Portanto você poderá encontrar diversas janelas de comissão diferentes dentro de um mesmo programa.



## Como fazer propaganda de uma campanha através de incentivo

O incentivo nas campanhas de [redes de afiliados](#) é uma das práticas menos compreendidas pelos publishers brasileiros. Justamente por isso não costumamos encontrar campanhas com algum tipo de incentivo legal. Geralmente a prática de incentivo não é feita ou quando é acaba sendo promovida de forma errada. Em alguns casos funciona para o afiliado, mas não para o anunciante, e vice versa. Na maioria das vezes o melhor é não fazer do que fazer de maneira errada.

Antes de começarmos efetivamente com esse artigo é importante entender que o incentivo trata-se de uma **prática sensível**. Isso significa que toda ação tomada deve ser com total responsabilidade e com extrema cautela. Uma prática sensível pode gerar [muito lucro](#) e estar fora do que um anunciante espera. Em contrapartida, pode estar dentro do que o anunciante espera mas [não gerar comissão para o afiliado](#). Os tipos mais comuns de práticas sensíveis são: incentivo, **compra de keywords** e coregistro.

Existem basicamente duas formas de se fazer o incentivo a uma ação: soft incentive e hard incentive. O soft incentive significa incentivo suave, ou legal. O hard incentive significa incentivo duro, ou ilegal.

**Exemplo:** imagine que você entra em um site de download para baixar um filme “paralelo”. Quando clica no link, você é redirecionado para um tal de “protetor de links” que lhe obriga a baixar um programa ou fazer um cadastro. Essa é uma prática Hard Incentive.

**Exemplo:** imagine que você entra em um site de vídeos, se cadastra e começa a assistir a vídeos de humor exclusivos desse site. Antes de cada vídeo tem uma propaganda de 2 minutos sobre o lançamento de um carro no Brasil. Você pode pular essa



propaganda a qualquer momento, mas se você assistir a ela inteira receberá 2 reais por isso. Essa é uma prática Soft Incentive.

De um modo geral, [no Brasil](#) é mais freqüente encontrarmos o **Hard Incentive**.

## Como fazer propaganda através de Soft Incentive

Fazer propaganda de campanhas de afiliados através de **soft incentive** é uma forma de motivar seus leitores a uma ação (cadastro ou venda), porém sempre dando total liberdade de escolha para seu leitor. Ele não deixará de ter acesso a nada por não ter uma ação, mas terá algum benefício se a tiver. O processo consiste basicamente em “presentear” os leitores que tomarem uma ação. O prêmio depende muito de dois fatores:

- **Público alvo:** você deve oferecer algo que seja reluzente aos olhos do leitor. No momento de escolher, leve em consideração o nicho de seu blog e também a segmentação (sexo e idade) para definir o que poderá ou não ser interessante para ele.
- **Valor da comissão:** dependendo do valor da comissão, você pode oferecer parte disso como prêmio. Porém se for muito baixo convém fazer algum tipo de promoção.
- **Tipo de comissão:** esse talvez seja o fator mais importante. Promover um cadastro ([CPL](#)) com comissão de 4 reais é muito mais fácil do que uma venda ([CPA](#)) de 40 reais. Isso porque é muito mais fácil parar o que está fazendo para se cadastrar em algo, sem gastar dinheiro, do que pegar o cartão de crédito e comprar.

Algo importante de lembrar é que geralmente quando a rede de afiliados permite a **prática de incentivo** sua comissão acabará sendo menor do que a normal. Isso porque o incentivo por si só gera maiores conversões. Portanto, um benefício vai de encontro ao outro.



Exemplo: imagine que você possui um site sobre carros com 2 mil emails cadastrados. Uma rede de afiliação qualquer disponibiliza a campanha da Hyundai onde os leitores têm que se cadastrar para concorrer a um carro zero quilometro. A comissão é de 4 Euros, mas você não pode fazer nenhum tipo de incentivo. Enviando um email para a rede, você conseguiu esse benefício porém sua comissão foi baixada para 3 Euros. Mesmo com um Euro a menos você pode oferecer um bônus para as pessoas que se cadastrarem e isso aumenta as chances de conversão.

Fazer o **incentivo para cadastros** é mais simples do que para vendas. No caso dos cadastros é possível redirecionar seu leitor para a página do bônus assim que terminar o cadastro. Essa é uma forma de ter certeza de que houve a conversão antes de dar a bonificação. Quando se trata de uma **venda** o processo é um pouco mais complexo, pois, pelo menos no Brasil, o leitor pode imprimir um boleto e dizer que pagou com o objetivo de requerer o bônus, mesmo não tendo pago nada. Devido à falta de integração entre os bancos, que levam até 48 horas para identificar o pagamento de um boleto, pode ser que a pessoa esteja agindo de má fé.

## Como fazer propaganda através de Hard Incentive

Embora este não seja o método mais indicado de promover uma campanha, porque você obriga o leitor a fazer algo, algumas coisas podem ser feitas nesse sentido para melhorar os ganhos de maneira que o visitante não seja muito pressionado. Se sua promoção tende mais para o lado do Hard Incentive, considere fazer o seguinte:

1. Ofereça um produto que o cliente possa comprar, não um cadastro.
2. Se você quer que o leitor faça um download ou cadastro, considere incluir uma observação informando que não se trata de algo obrigatório.
3. Não obrigue o leitor a nada.



A idéia nesse caso é sempre tender para o lado do Soft Incentive com permissão da rede de afiliados. Em qualquer situação o leitor tem que decidir por baixar ou não, se cadastrar ou não, comprar ou não. Se você está impondo algo, é Hard Incentive e em pouco tempo seu site ou blog estará banido do [Google AdSense](#) e das [principais redes de afiliação](#).



## Práticas sensíveis: cadastro e venda

[Grandes redes de afiliados](#) são bastante conhecidas por oferecerem uma enorme quantidade de ferramentas e meios para que seus afiliados trabalhem as campanhas de forma a ter os melhores retornos possíveis. Entre estas práticas há o que chamamos de práticas sensíveis, das quais já falamos em outros artigos, que entre todas as ferramentas disponibilizadas são certamente as menos utilizadas, ou são usadas de forma incorreta pelos afiliados.

Ao notar que se trata de um tema realmente delicado farei este artigo exclusivamente tratando sobre práticas sensíveis, observando isto tanto do ponto de vista de como fazer como também porque muitos não o fazem aqui no [mercado de afiliados brasileiro](#).

De um modo geral as práticas sensíveis sempre [envolvem um incentivo direto](#) ao leitor para que este tenha uma determinada ação, seja um cadastro, clique ou mesmo uma compra. Os mais utilizados são para cadastros e compras devido aos valores de comissão que são consideravelmente mais altos.

### Fique atento na hora de promover

Quando se fala em práticas sensíveis, o mais importante de tudo antes de colocar alguma prática em curso é ter a autorização do [anunciante por meio da rede de afiliados](#). Existe anunciantes que não permitem nenhum tipo de prática de incentivo, já outros possuem certas restrições, sendo assim é importante ter esta autorização para evitar problemas que podem afetar sua conta de afiliado.

Outro fator a considerar é que geralmente, quando se negocia alguma prática de incentivo com o anunciante, a sua comissão pelo cadastro ou venda será menor do que dos outros afiliados. Isto pode não parecer vantagem em um primeiro momento, mas mesmo tendo um percentual menor seus ganhos acabam sendo maiores pelo fato de seus leitores terem um benefício a mais. O resultado é mais cadastros e vendas. É justamente pelo fato da comissão ser menor que muitos afiliados acabam nem mesmo tentando trabalhar com



práticas sensíveis. Muitos sequer lembram que [é possível ganhar mais dinheiro](#) com elas do que com promoção tradicional.

## Entenda melhor as práticas sensíveis

Basicamente todas as formas de práticas sensíveis são relacionadas a oferecer algo para o leitor. Podemos dividir estas práticas em dois grandes grupos: **hard incentive** e **soft incentive**.

### **Soft incentive – Oferecer algo em troca de uma ação**

Nesta prática o leitor/cliente terá algum benefício ao realizar uma ação, seja um cadastro ou uma compra. Pode ser oferecido um brinde, uma parte da comissão ou algo que chame a atenção de maneira positiva. Neste tipo de prática o leitor é tentado a tomar uma atitude, pois receberá um “prêmio” em troca disso.

### **Hard incentive – Obrigar uma ação em troca de algo**

Esta é uma prática mais pesada e nem sempre bem vista tanto por anunciantes quanto por leitores. Isso porque ela obriga que o leitor tome uma atitude para somente depois ter direito a algo. Por exemplo, o leitor só poder baixar um vídeo após fazer um cadastro. A pessoa é obrigada a tomar uma ação, senão ela não pode baixar o vídeo. Outro exemplo, muito prático, é o incentivo a views. Alguns vídeos o leitor poderá acompanhar na íntegra somente após assistir a um comercial. Ao mesmo tempo em que essa prática é **hard ela pode ser soft** de acordo com a forma com que é tratada. O Youtube, por exemplo, exige que o leitor fique 5 segundos vendo o vídeo, mas depois disso pode fechar a propaganda.

### **Dificuldades para as práticas sensíveis no Brasil**

As práticas sensíveis são muito utilizadas em outros países em que tanto os pagamentos online são mais simplificados como também as pessoas os utilizam melhor, isto torna todo o processo mais simples.



Imagine que você queira oferecer cashback se uma pessoa comprar um produto. Aquele cara que é “espertinho” vai imprimir o boleto e falar que fez o pagamento para ter seu bônus. O grande problema é que os boletos são compensados em até 48 horas, então dificilmente teremos certeza do pagamento da pessoa. Em grande parte do mundo isso não acontece porque muitas coisas acontecem em tempo real.

Para o Brasil, neste momento, vejo as **práticas de incentivo por cadastro** mais simples de serem controladas (redes de afiliados com estatísticas em tempo real e detalhadas facilitam este controle) por parte do afiliado.

Estas são estratégias ainda pouco utilizadas no Brasil, porém muito eficientes. Vale a pena entrar em contato com sua [rede de afiliados](#) para estudar melhor as possibilidades.



## Práticas sensíveis: Compra de keywords

Entre as diversas [práticas sensíveis](#), uma que mostra resultados bastante interessantes para quem trabalha com **afiliação** são as relacionadas à compra de keywords. Vale lembrar que estas não são as únicas práticas sensíveis no desenvolvimento de campanhas, há várias outras referentes a cadastros e vendas com incentivos e ainda as práticas de coregistro. Mas neste artigo vamos focar somente na **compra de keywords** como forma de [ganhar dinheiro](#) com as [grandes redes de afiliado](#). *É importante, antes de mais nada, que você entenda que essa prática está diretamente ligada com [SEO](#) e pode afetar o posicionamento do seu site.*

Antes de fazer uma análise mais detalhada sobre a **compra de keywords** é importante que você saiba o que significa esse termo. A compra de keywords é, como o nome descreve, a “compra” de palavras-chave com o intuito de receber “visitas pagas”. Algumas das mais conhecidas são do Google Adwords e Facebook Ads, mas há quem faça isso em sites e blogs de grande tráfego (o que é uma prática perigosa e que requer muitos cuidados). Assim como outras práticas sensíveis, a compra de keywords deve ser feita apenas com autorização da rede de afiliados com as quais se está trabalhando. Muitas das redes mais conhecidas aceitam esse tipo de prática, como a Netaffiliation, [Public Idées](#), Zanox, etc.

### Como avaliar a possibilidade de promover uma campanha com compra de keywords

Antes de avaliar se vai valer ou não a pena é importante ter em mente que de fato esta é uma prática que traz grandes resultados, tanto se for feita através do **Google AdWords** como pelo **Facebook Ads**.

Uma das coisas com a qual se deve ter certa atenção é a escolha de boas keywords. Elas devem ser muito bem segmentadas, já ter um público



interessado e ter uma boa taxa de conversão. Tudo isso pode ser observado no momento da compra para que o dinheiro não seja simplesmente perdido.

Como estará promovendo uma campanha de afiliado, você deve calcular seu orçamento para compra de keywords com base em sua comissão, seja esta para cadastros ou para vendas. O fato é que a taxa de conversões terá que ser grande o suficiente para que mesmo investindo em publicidade você tenha lucro.

**Exemplo incorreto:** Você possui um blog, coloca banners de uma empresa que paga 15 centavos por clique e compra keywords no Google AdWords por até 50 centavos. Mesmo que cada visitante clicar em seus banners você ainda terá um prejuízo de 35 centavos por clique.

**Exemplo correto:** Você possui um blog, escreve artigos e coloca banners de uma empresa que paga até 80 reais por venda, compra keywords no Google AdWords por até 50 centavos. Na pior das hipóteses, se a cada 158 pessoas, uma comprar o produto você terá um lucro líquido de 10 reais.

Entre muitas dicas que existem em blogs pela internet e que são discutidas em fóruns e debates por especialistas em SEO, as keywords que mais convertem não são genéricas, mas sim as mais específicas, isto sem falar que keywords genéricas tendem a ser mais caras do que as específicas!

## Ao comprar uma Keyword, para onde devo apontar o link?

O ponto mais importante, quando o assunto é compra de keywords, é para onde apontar o link. É essencial entender que existem basicamente dois lugares para onde direcionar o leitor que clicar em seu link. O primeiro é diretamente para a landing page do anunciante. O segundo é para uma landing page próprio, que você cria. Veja algumas considerações:



- Promova a landing page do anunciante quando ela tiver um bom padrão e chame a atenção do leitor para a compra.
- Promova sua landing page quando a do anunciante não for tão chamativa ou você tiver um certo renome online a ponto de influenciar os compradores.

Trabalhar com uma própria landing page própria também é uma estratégia interessante para se utilizar com coregistro (assunto do próximo artigo desta série), que basicamente funciona como um registro duplo onde você acaba “ganhando” o contato da pessoa que se cadastrou no serviço do anunciante.

## Compra de Keywords em sites e blogs

A compra de palavras-chave em sites e blogs do mesmo nicho, quando o assunto é promoção de afiliados, não tem como objetivo ganhar posições nos buscadores. Por isso, essa é uma prática bastante aceita desde que tenha somente esse foco. Vale lembrar que comprar links é uma prática NÃO recomendada pelo Google, portanto todos os links comprados devem ser a título de publicidade e com o atributo “**nofollow**”. Desta forma você estará agindo de acordo com as **boas práticas de SEO**.

Comprar keywords em grandes sites e blogs de nicho é, talvez, uma das melhores formas de ganhar visitas e visibilidade, porém apenas escolher algumas palavras e linkar não basta. Para ter um retorno sensível é preciso ter atenção a alguns pontos:

- Já que pretende gastar dinheiro com apenas algumas palavras, trabalhe com sites de médio e grande porte. Do contrário você não verá um retorno muito bom.
- Prefira blogs com nichos relacionados ao seu. É fácil garantir visitas de pessoas que já estão por dentro de seu assunto.
- Fique atento ao atributo “nofollow”. Embora pareça que todas as pessoas o incluam nos links, a verdade é que alguns blogueiros simplesmente não se preocupam com isso. Se você estiver comprando



links de um blog de pequeno porte, preste muita atenção para não ser penalizado no futuro.

Por fim, vale lembrar que sempre que iniciar uma campanha com keywords evite ser muito agressivo. Faça testes com a palavra para observar sua taxa de conversão. Isto pode evitar prejuízos.



## Práticas sensíveis: Coregistro

Aqui vou tratar de outro tema também importante quando o assunto é práticas sensíveis, o coregistro, que se bem elaborado pode trazer ótimos ganhos para o afiliado e também para os anunciantes por aumentar consideravelmente seus cadastros.

Antes mesmo de tratar de como fazer coregistro e observar suas possíveis vantagens e desvantagens é importante notar que essa não é uma prática interessante a todos os anunciantes, portanto antes de o fazer é preciso entrar em contato com sua **rede de afiliados** para se certificar de como fazer e implementar em seu site ou blog. Algumas redes, como a Netaffiliation e a [Public Idées](#) informam isso no momento do cadastro nas campanhas. Já a [Hostgator](#), uma empresa de hospedagem de sites com afiliação, por exemplo, permite essa prática desde que seja implementada pelo próprio afiliado.

### O que é o coregistro?

Todo afiliado que se preocupa em [fazer e-mail marketing](#) precisa ter páginas de captura de e-mails tanto em seu blog como fora dele, afinal, antes de disparar mensagens é preciso ter uma lista de emails cadastrados. Normalmente a grande maioria dos blogueiros utiliza o Feedburner para oferecer serviços de newsletter e eventualmente oferecer seus produtos. Sabendo disso, o coregistro nada mais é do que **compartilhar os seus emails com os anunciantes** de uma determinada rede de afiliação.

Exemplo: Você já deve conhecer o coregistro, não está lembrado. Quando você acessa o site ABC, faz seu cadastro e ao final vê uma opção que diz “Você gostaria de receber informações dos produtos da empresa XYZ?” Se você marcar essa opção, a empresa XYZ passa a lhe enviar informações de seus produtos. Isso é coregistro. A empresa XYZ utiliza as informações do site ABC para fazer propaganda.



Como falado no exemplo acima, isto é algo bastante freqüente de ser visto após os formulários de cadastro onde há um campo “desejo receber e-mails dos anunciantes parceiros”. Ao marcar isto o leitor está autorizando que seus dados sejam compartilhados com os anunciantes.

Algo interessante de lembrar é que se você possui mais de um blog poderá também trabalhar com coregistro e compartilhar estes dados para ambas as bases de emails, desta forma seu segundo blog entra como anunciante parceiro. É uma prática simples mas que pode ajudar a ter melhores resultados por ter uma maior base de dados.

## É importante ter uma página de captura para o coregistro?

Talvez agora você esteja pensando em utilizar o coregistro em algum campo do seu blog como a área de comentários, por exemplo, porém esta não é uma boa idéia devido ao fato de que irá capturar apenas o e-mail, o nome e o site de uma pessoa. Apenas essas informações não são suficientes para criar uma boa segmentação. Isto faria você ter uma base de dados de baixa qualidade.

O correto é realmente ter um formulário em que possa ter todos os campos com informações que sejam relevantes para as campanhas que pretende trabalhar através de [e-mail marketing](#), mesmo que um campo não seja diretamente útil a você mas que seja útil a um dos seus parceiros deverá o manter.

Outro fator que é interessante de observar na página de captura é que você poderá oferecer um coregistro mais específico, dando a seus leitores a possibilidade inclusive de escolher que anunciantes são de seu interesse. Isto por um lado é ruim pois reduz um pouco a quantidade de e-mails capturados, mas por outro é bom, pois você saberá que aquelas pessoas que marcaram o coregistro realmente estão interessados, isto ajuda muito a ter mais conversões!



## Vantagens do coregistro para seus leitores!

Talvez até este ponto esteja pensando que a prática de coregistro seja interessante apenas para anunciantes e afiliados, o que realmente é, porém seus leitores também estarão se beneficiando, principalmente nestes pontos:

- Maior acesso a ofertas
- Ofertas de acordo com seus interesses
- Não precisa refazer cadastros, um só cadastro será compartilhado

O fator tempo é muito importante em internet, seja qual for sua estratégia lembre sempre de não tomar o tempo de seus leitores sem necessidade. Se for pedir ao leitor para fazer três cadastros certamente ele acabará não fazendo nenhum, já por outro lado se ele fizer um só cadastro para ter acesso a ofertas de três anunciantes a proposta já será certamente mais bem aceita por seu leitor.

## Trabalhando com coregistro você ganhará mais dinheiro!

Normalmente estamos habituados a promover páginas de captura dos anunciantes nas campanhas de [afiliados CPL](#) (cadastro). Fazemos a divulgação, temos conversões somos pagos por estas conversões, porém não temos a base de dados, que é algo muito valioso! Ao trabalhar com coregistro você estará lidando com sua própria página de captura, desta forma aumentará também sua base de dados, e isto aumenta consideravelmente suas chances de [ganhar mais dinheiro](#) em campanhas futuras.

Exemplo: Imagine que seu leitor se cadastrou em uma campanha sem coregistro, diretamente na página de captura do anunciante, e você ganhou sua comissão. Você não terá mais o email informado e apenas o anunciante poderá lucrar em longo prazo. Agora, imagine que você utiliza coregistro e um leitor faz um cadastro através de seu formulário. Você ganha sua comissão, o



anunciante ganha os dados do leitor e você também. Dessa forma, futuramente, você poderá ganhar ainda mais com esse mesmo visitante.

O mais importante em campanhas de coregistro é deixar claro para o leitor que ele poderá se cadastrar também para seus anunciantes parceiros, desta forma não estará fazendo SPAM ao lhe enviar algumas campanhas.

Vale lembrar também que uma página de captura bem elaborada, com um visual interessante pode ajudar muito a fazer com que seus leitores se cadastrem, isso sem falar que você deve manter o formulário de registro o mais simples possível, deixar seu leitor em dúvida durante o registro pode tirá-lo da página antes de finalizar o cadastro.

Há muitas possibilidades para se trabalhar com coregistro, vale utilizar a imaginação e ganhar dinheiro!



## Amor e Ódio: Blogueiros VS Afiliados

Ao navegar um pouco pela blogosfera é muito fácil ver que apesar de ambos os lados estarem muito presentes na internet há uma relação de **amor e ódio** entre **blogueiros** (que não utilizam qualquer forma de monetização) e **afiliados** (que também são blogueiros e monetizam seus blogs). O mais freqüente é encontrarmos blogueiros que criticam outros blogueiros simplesmente pelo fato de se utilizar de algumas [formas de monetização](#) para obterem lucros com seus visitantes. Essa disputa descabida acontece a algum tempo e podemos dizer, a principio, que o Brasil é de certa forma campeão nisso.

Não pretendo aqui dizer quem está certo ou errado, mas sim fazer uma análise de por que isto acontece e quais são os pontos de vista de ambos os lados, assim tentando buscar um meio para que você possa ser um afiliado que tenha uma boa relação com blogueiros, ou vice-versa. Nesse caso, estou considerando AFILIADO uma pessoa comum que ganha dinheiro com blog, e BLOGUEIRO uma pessoa comum que bloga sem pensar no dinheiro.

Em um primeiro momento o que parece é que os blogueiros vêem algo de errado em ganhar dinheiro com o blog, mas na verdade a reclamação mais freqüente não é esta, mas sim com relação a falta de transparência com os leitores, onde alguns afiliados acabam tentando induzir os visitantes a terem uma ação ([cadastro ou compra](#)) sobre os produtos de anunciantes sem deixar claro que se trata de um anúncio publicitário.

### Onde os Afiliados Erram?

A falta de transparência para com os leitores é realmente um erro, mas ganhar dinheiro com blogs é algo correto. Existem várias formas de fazer isso como utilizando banners, links de afiliado, e-mail marketing, resenhas patrocinadas e muito mais. Todas essas formas de anúncio deixam claro para o leitor que se trata de uma publicidade, porém um dos pontos mais delicados nesta relação



de **amor e ódio** é quando o assunto é resenha patrocinada. Muitos blogueiros aceitam fazer resenhas patrocinadas mas as fazem da forma errada, e erram basicamente em dois pontos:

- Não fazem nenhum tipo de aviso de que aquele post se trata de uma propaganda.
- Na resenha ainda erram novamente afirmando inverdades como “comprei este produto”, “vou comprar este produto”, “vejam o que ganhei de aniversário, natal, etc.” simplesmente com o objetivo de divulgar uma marca.

Este tipo de problema geralmente acontece pela falta de uma [boa rede de afiliados](#) que faça o meio campo entre o afiliado e o anunciante. Grandes redes como a Netaffiliation, [Public Idées](#) e Zanox já possuem muita experiência e saberão orientar ambos os lados para fazer campanhas eficientes e sem correr o risco de enganar alguém por acaso.

## Onde os Blogueiros Erram?

É verdade que muitos afiliados agem de forma incorreta, o que naturalmente acaba de certa forma ofendendo blogueiros que visitam seus blogs. Mas os blogueiros que tanto criticam as atitudes erradas também erram em alguns pontos:

- Fazer duras críticas citando o blog e a marca com falsos testemunhos, isto é até mesmo crime de difamação. Não há motivos para criticar o erro dos outros publicamente. Não gostou de algo que viu em um blog? Ok, é um direito seu. Quer fazer uma dura crítica? Ótimo, o faça por e-mail diretamente ao dono do blog. Desta forma teremos menos textos nitidamente publicitários de baixo nível e também teremos **menos lavação de roupa suja na blogosfera**.
- Alguns afirmam que blogs não são feitos para ganhar dinheiro e criticam quem o faz. Aqui é um ponto de vista muito subjetivo (pessoal). Não faz sentido criticar, afinal uns acham justo receber por seu trabalho no blog,



outros escrevem por pura diversão. Se você acha que não se deve ganhar dinheiro com blogs, ok, não há problema com isso, mas respeite quem o faz! O mesmo vale para quem ganha dinheiro com blog, respeite que prefere ter um blog apenas por prazer.

## Onde os Anunciantes Erram?

Em meio a este cenário onde temos lados bastante divergentes em suas opiniões, também é importante observar a atitude dos anunciantes, que em muitos casos acabam gerando este tipo de problemas sem mesmo ter a intenção. Algo freqüente de encontrarmos é anunciantes que buscam por blogs com muitas visitas, porém que os blogueiros são extremamente inexperientes. Alguns chegam ao cúmulo de pedir ao afiliado para colocar anúncios sem que ele informe que se trata de publicidade. O correto seria o blogueiro se negar, porém não é o que acontece.

Para fazer campanhas realmente eficientes é importante que o anunciante busque por uma [grande rede de afiliados](#), como as [já conhecidas por aqui](#) para colocar seus anúncios diretamente. Isto imediatamente torna a campanha disponível para muitos afiliados já experientes que certamente saberão como gerar boas conversões.

Como você pode notar o que gera todo este **problema entre blogueiros e afiliados** é a questão do bom senso. Querer ganhar dinheiro com blogs é um problema? Não! Querer blogar por hobby é um problema? Também não!



## Programas de afiliados funcionam, o que não funciona é seu blog!

Uma das coisas mais fáceis de encontrar são blogs dizendo que este ou aquele **programa de afiliados** não funciona, isto inclusive citando grandes redes como Netaffiliation, [Public Idées](#) e Zanox. Porém, da mesma maneira, é fácil encontrar outros tantos blogs falando bem a respeito de ótimas redes de afiliados. Então, o que será que realmente está acontecendo?

Algo que normalmente é apontado por quem fala que [grandes redes de afiliação](#) não funcionam é que quem fala bem só o faz porque está ganhando para isso. OPA! Mas a rede que ele acabou de dizer que NÃO funciona então na verdade funciona! Afinal se não funcionasse não estaria pagando.

Esta é uma situação bastante freqüente e que tem como base apenas uma coisa, que é infelizmente a falta de preparo do afiliado. Ele entra na rede, não estuda nada sobre [como promover campanhas de afiliados](#) e apenas deixa um banners (quase escondidos) em seu blog. Ao final do mês nota que não ganhou nada e logo faz um artigo dizendo que “X” programa não funciona porque ele não ganhou nada.

É verdade que alguns blogs não geram nenhuma conversão, porém não se pode simplesmente culpar a rede de afiliados (que está funcionando muito bem em diversos blogs há muito tempo), até mesmo porque culpar a rede não vai mudar a situação em nada.

### A rede de afiliados é boa, ruim é seu blog!

Esta é uma verdade que muitos não lhe dirão, justamente não ter problemas, mas como não estou me dirigindo especificamente a ninguém posso dizer com total tranqüilidade, se uma campanha de [redes de afiliados](#) que é utilizada com sucesso em outros blogs e no seu foi um fracasso, é hora de encarar os fatos, seu blog é de baixa qualidade!



Encarar esta realidade é o primeiro e mais importante passo para algum dia de fato ganhar dinheiro com redes de afiliação, pois se não aceitar que há muito que melhorar nunca irá mudar nada e continuará apenas reclamando.

Testou uma campanha que sabe ser utilizada em outros blogs e que nestes blogs está convertendo e no seu não converteu. Isto é um grande sinal de alerta, o conselho a ser seu próprio crítico e avaliar com sinceridade a qualidade e também a credibilidade de seu blog.

Também é importante observar se está sabendo escolher as campanhas para seu blog, pois se escolher campanhas que sejam muito fora do nicho do blog as chances de gerar uma conversão são realmente mínimas, pode-se dizer que seria pura sorte.

## O que avaliar na qualidade do blog quando as campanhas não convertem?

Este talvez seja o ponto mais difícil, saber exatamente o que está tirando a qualidade de seu blog, afinal se já soubesse disso certamente não estaria tendo este tipo de problema. Uma primeira dica é que além de você mesmo avaliar seu blog, peça para seus amigos também olharem e darem suas verdadeiras opiniões (principalmente referente a coisas que os incomodem).

Com esta ajuda inicial dos amigos você certamente já encontrará algumas coisas que podem ser alteradas para melhorar a qualidade de seu blog. A seguir vou dar algumas dicas que costumam ser os problemas mais freqüentes que levam a não gerar conversões.

### **Posicionamento inadequado ou excesso de banners**

Este é um problema bastante freqüente, quando se trata de **banners de redes de afiliados** o blogueiro o utiliza praticamente para “tapar buracos” do layout de seu blog. O resultado disso é que os banners ficam nas piores posições possíveis. Se o banner não está bem posicionado, não será visto, nem clicado e muito menos irá gerar qualquer tipo de conversão.



O excesso de banners também é um problema. Isto torna o layout do blog muito poluído, fazendo com que seus leitores queiram rapidamente sair do blog. Na melhor das hipóteses os leitores apenas vão ignorar a existência deles.

### **Conteúdo de muito baixa qualidade**

Geralmente os leitores começam a ler o artigo antes de interagir com algum objeto da página. Se seu conteúdo tiver uma qualidade muito baixa, fará com que seu leitor se desinteresse pelo blog e clique no botão voltar do navegador, diminuindo drasticamente sua chance de conversão.

Se você notar que este é o problema, busque se dedicar mais no momento de criar seus conteúdos, mesmo que produza em uma quantidade menor, se for com maior qualidade certamente terá melhores resultados.

### **Campanhas não servem para seu Nicho**

A escolha errada das campanhas na rede de afiliados também é um dos principais fatores. No momento em que você olha para a campanha, não deve pensar se acha aquilo interessante ou não, mas sim o quanto aquilo será interessante ou não para seus leitores, afinal é a atenção deles que pretende chamar.

Sempre que adicionar uma nova campanha em seu blog busque observar ela por no mínimo 30 dias para saber se irá ou não valer a pena mantê-la. Menos que isso não é tempo suficiente para observar, mais do que isto é pura perda de tempo. Se não está funcionando em 30 dias algo deve ser mudado, a campanha ou o blog!

Estas foram apenas algumas dicas para que paremos de reclamar das redes de afiliados e passemos a trabalhar mais na qualidade de nosso blog. A reclamação não ajudará em nada, por outro lado um blog com mais qualidade certamente terá bons resultados!



## O que é e como funciona uma campanha de afiliação

Hoje falaremos sobre como funciona uma campanha de afiliação. Se você é um blogueiro que está acostumado a simplesmente **escolher campanhas nas redes de afiliados** e colocar banners em seu blog sem fazer mais nada, este artigo definitivamente lhe será útil para que passe a trabalhar com campanhas de afiliação e não simplesmente exibir simples banners.

Há todo um processo a ser compreendido, desde o momento em que o anunciante busca uma rede de afiliados, como a Netaffiliation, por exemplo, até o momento em que seu blog é aceito pelo anunciante. Em campanhas de afiliação, tudo o que for interessante para seu blog será também para o anunciante, uma vez que ambos ganham dinheiro através de resultados. Quanto mais conversões você tiver, maiores serão seus lucros. Quanto mais afiliados que convertam bem um publisher tiver, maiores serão seus lucros.

### O que é uma campanha de afiliação?

Imagine que uma empresa deseja promover seu mais novo produto. Se fosse fazer isso tradicionalmente, teria que anunciar no Google AdWords e pagar pelos cliques recebidos, sem a garantia de resultado. As campanhas de afiliação são disponibilizadas pelas [redes de afiliados](#) e consistem em uma espécie de pacote onde você, afiliado, pode se beneficiar oferecendo os produtos da empresa em troca de uma comissão. Campanhas de afiliação são, falando superficialmente, compostas de materiais promocionais, especificação do tipo de campanha e distribuição de comissões. Ao tomar a decisão de criar uma campanha, a empresa tem suporte especializado das redes de afiliação a fim de atingir seu maior objetivo: a conversão.

### Como escolher uma boa campanha de afiliação?

A escolha de uma boa campanha de afiliação é o primeiro passo para ter bons resultados. Há basicamente dois fatores que você deverá observar no



momento da escolha de uma campanha. Para entender melhor, vamos utilizar a Netaffiliation. Faça seu login, vá em Campanha, Seleção e depois clique em Pesquisar. Observe os dois pontos básicos abaixo.

### **Quais são as campanhas que oferecem algo que será do interesse de seus leitores?**

Este é um passo básico para verificar se uma campanha é boa para você. Mesmo que lhe pareça financeiramente atrativa ela não servirá de nada se não for interessante para seus leitores. É fundamental ofertar algo que realmente atraia os leitores. Mesmo que seja uma comissão mais baixa, se for interessante a seus leitores terá uma maior taxa de conversão!

Da mesma forma que o anunciante avalia seu blog para ver se irá autorizar ou não a campanha, você deve avaliar o site do anunciante, afinal é preciso lembrar que ao indicar algo estará utilizando sua credibilidade. Se um anunciante tiver um site que não esteja de acordo com padrões mínimos de qualidade, **não aceite a campanha!** Na Netaffiliation, [Public Idées](#) e Zanox, por exemplo, de um modo geral os anunciantes possuem sites bem selecionados, mas algumas redes pecam nesse sentido.

### **Olhe a janela de comissão antes de aceitar a campanha**

Dependendo do tipo de campanha é importante buscar por [janelas de comissão](#) mais altas. Assim, mesmo que seu leitor não tenha uma ação na hora, você terá direito a receber sua comissão.

### **ATENÇÃO:**

Existem campanhas sem janela de comissão, ou seja, são aplicadas as comissões apenas no momento do clique, este tipo de campanha pode ser interessante em alguns casos de campanhas CPL (cadastro) ou para vendas de produtos/serviços de baixo valor, mas no geral **evite as campanhas que não tenham cookies de pelo menos 30 dias.**

### **Como promover uma campanha de afiliação?**



Somente após ter escolhido a campanha de afiliação e ter sido aceito pelo anunciante é que você poderá iniciar o trabalho de divulgação, que vai além de simplesmente ter um banner na barra lateral de seu blog. Atraia o público que terá interesse nesta campanha através de posts! Com a criação de artigos dentro de temas que sejam próximos ao que você está promovendo, terá maiores chances de ter conversão. Faça artigos e crie uma página de captura de e-mails específica para esta campanha. Como sugestão, faça o seguinte:

Crie uma página de captura, porém não distribua nenhum acesso a esta página pelo menu. O acesso é exclusivamente controlado através de links nos posts. Desta forma terá como criar uma base de dados segmentada de pessoas que realmente tem interesse neste tipo de produto.

Com esta base de dados você poderá fazer campanhas de e-mails marketing para este produto específico (e também para outros produtos que sejam interessantes para estas pessoas). Isto também pode ser feito de forma muito eficiente ao [trabalhar com coregistro](#), mas vale lembrar que coregistro é uma das práticas sensíveis e deve ser feita **apenas com a autorização da rede de afiliados**.

## Como criar muitos posts promovendo um produto sem incomodar seus leitores habituais?

Este é certamente um ponto delicado, pois por um lado é preciso fazer uma forte campanha para ter um retorno financeiro bom, por outro lado se ficar a todo instante falando sobre um mesmo produto da campanha que está promovendo acabará perdendo leitores.

A solução na verdade é extremamente simples. Seus leitores fiéis estão acostumados a acompanhar a página inicial do blog, o feed e a página do Facebook, sendo assim basta publicar os artigos em sua maioria com datas anteriores às datas que aparecem na página inicial do blog, o que fará com que atraia visitantes do Google, mas sem importunar seus leitores, que caso



queiram poderão acessar estes artigos através dos links internos e também dos posts relacionados!

O importante para promover campanhas de afiliação é que você deve realmente divulgar o que está promovendo e não apenas colocar um banner!



## Como escolher uma campanha de afiliado

No Brasil, embora não tenham muitas redes de afiliados, existem muitas campanhas dos mais variados anunciantes. Algumas delas podem ser encontradas em mais de uma rede inclusive, ou também há anunciantes que possuem o próprio programa de afiliados e também anunciam através das redes de afiliação. Um exemplo é o [Cursos 24 Horas](#), que possui seu programa de afiliados que paga por CPA (comissão sobre vendas) e também é anunciante da Netaffiliation em uma campanha que paga por CPL (cadastro). Como escolher as campanhas é o que pode fazer uma grande diferença em sua performance como afiliado, veja algumas dicas.

Antes de escolher diretamente as [campanhas de afiliados](#) é importante ter uma noção mais exata de como está seu blog, qual o perfil de seus leitores e quais são seus recursos para promover a campanha, isto certamente ajudará a escolher campanhas que tem [mais chances de conversão](#).

### O que avaliar no blog antes de escolher uma campanha de afiliado?

Não há nada de complicado, são coisas simples que você deve observar atentamente no blog para determinar que tipo de campanhas deve buscar em sua rede de afiliados. Entre diversos fatores que deverá considerar observe:

- Qual o número de visitantes únicos seu blog recebe por mês
- Qual a principal segmentação de seu público (idade, sexo, idioma etc).
- Quais os temas abordados no blog
- Quais as palavras-chave que mais trazem visitantes
- Pode investir dinheiro na divulgação? ([e-mail marketing](#), compra de keywords, etc)



Ao fazer esta análise você terá uma visão clara sobre seus leitores e desta forma já saberá quais são os tipos de **campanhas de afiliados** que podem ter mais conversões ao serem divulgadas por você.

Outro fator que pode ser observado é o quanto de interatividade costuma ter com seus leitores. Quanto maior é a interatividade, mais interessantes se tornam campanhas [CPL \(por cadastro\)](#) e [CPA \(por vendas\)](#), pois seus leitores já estão habituados a ter uma ação ao visitar seu blog. Isto representa maior facilidade para conseguir um cadastro ou mesmo uma venda.

Seu blog possui muitas visitas? Ótimo, para blogs com muitas visitas campanhas [CPC \(por clique\)](#) ou até mesmo [CPM \(por mil impressões\)](#) podem ser interessantes pois ainda que o pagamento por clique ou por mil impressões seja baixo terá seu ganho devido a quantidade de visitantes. Se ainda não possui muitos visitantes o ideal mesmo é buscar por campanhas CPL ou CPA que pagam valores maiores por conversão.

Recomendo fortemente que leia o artigo abaixo, ele poderá o ajudar a ter mais lucro com seu blog:

- [Qual é o afiliado certo para seu site](#)

## O que avaliar na campanha antes de selecioná-la?

Diversos elementos da campanha de afiliados devem ser observados antes de começar a promovê-la. Inicialmente deve levar em consideração se a campanha é adequada a seu público de acordo com a segmentação. Você poderá levar em consideração qualquer um dos dois fatores que vou listar adiante, mas o ideal é que a campanha de afiliado atenda a ambos os elementos.

- **Segmentação por sexo, idade, etc:** avalie de um modo geral se a campanha que você está pensando em promover é interessante para o público de seu site, mesmo que não seja algo especificamente do tema



do blog. Por exemplo, se os leitores do seu blog forem pessoas de 30 a 40 anos, provavelmente não se interessarão por jogos de videogame.

- **Segmentação por interesses:** verifique se o seu público se interessaria pelo produto ou serviço disponibilizado pela campanha. Por exemplo, se você fala sobre moda feminina, provavelmente seu público não estará interessado em futebol.

## Palavras-chave podem ser realmente a chave para mais conversões!

Este é um ponto que poucos (ou praticamente nenhum) blogueiro utiliza para avaliar se uma campanha [renderá um bom dinheiro](#) ou não para seu blog, pois se já possui determinadas palavras-chave que estão bem posicionadas nos resultados orgânicos algo natural é buscar por campanhas que de alguma forma combinem com estas palavras-chave.

Tendo campanhas que combinem com as palavras para as quais já esta bem posicionado, tudo o que tem que fazer é trabalhar esta campanha dentro dos posts que já existem! Isto pode ser feito, por exemplo, com links internos nestes artigos apontando para uma página exclusiva da campanha (ou mesmo diretamente para o anunciante).

Exemplo: digamos que seu blog já está bem posicionado para o termo “emagrecer com saúde”, a campanha de emagrecimento disponível na [Netaffiliation](#) será perfeita, pois você estará oferecendo a seus leitores exatamente o que eles buscam, com a vantagem de já estar bem posicionado nas buscas. Certamente assim que adicionar a campanha a seu blog, você passará a ver o dinheiro entrando tendo um esforço realmente muito pequeno!

Algo que todo [afiliado](#) precisa entender é que o esforço diante do blog para promover campanhas de afiliação não é um esforço do tipo “força bruta” com dezenas de banners para todos os lados, mas sim um esforço estratégico, que



se inicia na verdade antes mesmo de escolher quais campanhas irá veicular em seu blog.

Há outros fatores a serem observados, como [janelas de comissão](#), valores das comissões, etc., mas isto de um modo geral é muito simples de ser fazer. Não há motivos para explicar que janelas de comissão maiores são melhores nem mesmo que os valores são relativos. Nem sempre uma comissão alta quer dizer ganhos altos, em alguns casos ganhar pouco muitas vezes pode ser mais vantajoso!



## Como fazer propaganda de uma campanha através de banners

Uma das formas mais utilizadas por afiliados para promover as campanhas de redes de afiliação é através de banners, porém em muitos casos até mesmo este recurso que é simples não está sendo completamente aproveitado em seu blog. É possível utilizar algumas estratégias para maximizar as conversões através de banners em [grandes redes de afiliação](#). Aqui vou passar diversas dicas que o ajudarão a ter os melhores resultados com esse tipo de recurso.

Um primeiro passo muito importante após a escolha da campanha a ser promovida em seu blog é a escolha dos banners que irá utilizar, e principalmente quando e onde os irá utilizar. Vamos avaliar todas estas questões em detalhes aqui, iniciando por qual banner escolher.

A escolha do banner é algo importante, principalmente quando o anunciante oferece diversos tipos de banners. É imprescindível optar por uma criatividade da própria rede, isso porque atualmente qualquer um consegue um **banner para site grátis**, porém os criados especificamente para a campanha convertem mais e são extremamente profissionais.

### Escolhendo os banners da campanha de afiliado

Além da questão visual em si há fatores relacionados a otimização de seu blog que deverá observar, a iniciar pelo “peso” do arquivo do banner a ser carregado. Se você notar que se trata de um banner de baixa qualidade não o coloque em seu blog, pois isto tornaria o carregamento de sua página mais lento e conseqüentemente o prejudicaria nos resultados do Google. Caso queira, muitas empresas oferecem **banner online grátis**, bastando que você os personalize. Algumas vezes são mais leves do que os banners das campanhas.

Caso o banner seja pesado porém visualmente atrativo, tente otimizá-lo. Salve a imagem dele em seu computador, otimize a imagem em um bom editor de



imagens e o hospede em seu próprio blog, isto tende a tornar o carregamento do banner mais rápido.

Com relação ao tamanho do banner isto irá depender muito das áreas disponíveis em seu blog. Vale lembrar que deve sempre utilizar banners com o maior tamanho possível para que este realmente chame a atenção de seu leitor. Entre os tamanhos que costumam ser mais utilizados com bons resultados, vale citar:

- 300 x 250 (geralmente próximo ao texto ou na barra lateral do blog acima da dobra)
- 768 x 90 (ideal para inserir entre o menu e o conteúdo do blog)
- 468 x 60 (ótimos resultados diretamente no meio do corpo do texto nos artigos)
- 125 x 125 (exibidos em conjuntos de no mínimo 4 banners chamam bastante a atenção)

Estes não são os únicos tamanhos de banners, entretanto são os tamanhos mais utilizados e que mostram ótimos resultados.

## Como usar os banners de campanhas de afiliados!

O posicionamento dos banners é um fator fundamental para ter sucesso. Se colocar o banner em uma região que não chame muito a atenção do leitor ele dificilmente irá clicar no banner para ver do que se trata. Busque posicionar os banners sempre acima da dobra (área que aparece na tela antes de rolar a página do blog).

Você também pode aproveitar áreas em que saiba que seu leitor necessariamente terá que olhar. Próximo a botões e logo ao final do texto são áreas em que o leitor olha e está em busca de mais informação.

Cores de contraste também ajudam bastante. Quando se trabalha com banners o princípio é inverso aos links do Google AdSense, aqui você terá que deixar as



cores do banner diferentes das cores do blog, enquanto que com os links do Adsense o ideal é integrar o anúncio.

Um ótimo exemplo de banner de contraste é o da Netaffiliation, que possui a cor rosa em um tom que dificilmente será encontrado no layout da grande maioria dos blogs. Isto de fato funciona. Este banner converte muito bem!

Se por acaso o banner possuir cores muito semelhantes às cores de seu blog, considere a possibilidade de inserir o banner dentro de um “div” com padding de 3px com um background em uma cor de contraste. Isso certamente chamará a atenção de seu leitor. Mas, atenção, jamais use vermelho, esta cor é fortemente associada a um “pare”. Como comentei acima, existem muitos serviços de banner para site grátis. Se você não deseja ter trabalho com edição de imagens, eles são ótimas opções.

## Contextualize os banners de campanhas de afiliados!

Este é certamente um dos pontos mais importantes para ter bons resultados ao trabalhar com banners de campanhas de afiliados, é preciso contextualizar manualmente cada um dos banners com o artigo em questão.

Tanto os banners a serem exibidos diretamente no texto como os banners da barra lateral devem ser contextualizados. No texto você poderá os colocar manualmente, o que não há segredo algum, agora vou te dar a dica de como contextualizar os banners da barra lateral de seu blog. Há um plugin para Wordpress chamado Adrotate, com o qual poderá rotacionar os banners em sua barra lateral e também escolher que banner será exibido em cada post. Isto facilita bastante para contextualizar as publicidades e ter melhores resultados.



## Como fazer propaganda de uma campanha através de artigos

Recentemente falei sobre como promover uma campanha de afiliados [através de banners](#), que é inclusive a estratégia mais utilizada pela grande maioria dos blogueiros, porém não é a única estratégia possível para [ganhar dinheiro com afiliados](#). Aqui vou falar um pouco sobre como fazer propaganda de uma campanha através de artigos.

Antes de iniciar esse artigo em si, vale lembrar que além dos artigos, há outras formas de propaganda:

- Campanha através de [e-mail marketing](#)
- Campanha através de popup e popunder
- Campanha através de incentivo
- Campanha através de mini-loja

Todos estes meios de desenvolver uma campanha de afiliados são bastante eficientes, mas praticamente todas estas formas de propaganda terão algum artigo escrito como base, nem que seja puramente para atrair seus leitores dos motores de busca (Google). É verdade que você poderia conseguir mais leitores através da [prática sensível de compra de keywords](#), entretanto é importante notar que nem todas as campanhas aceitam essa estratégia e as que aceitam não valem o investimento. Isso porque o valor gasto se iguala ao valor da comissão.

### Escrever para promover uma marca ou para informar o leitor?

Este é certamente o ponto mais delicado de todo o processo, pois para que você consiga boas conversões divulgar a campanha será fundamental. Por outro lado, se a todo instante você estiver apenas escrevendo sobre as vantagens de um produto/marca certamente perderá leitores fiéis de seu blog.



Com isso, você já tem um dado fundamental, que é: escreva sempre para seu leitor. Mesmo quando for promover uma campanha em um artigo o faça tendo seu leitor em mente, quais são as informações sobre “x” campanha que serão do interesse do leitor?

Exemplo: digamos que eu decida promover uma campanha de emagrecimento da [Netaffiliation](#). Devo buscar quais são as informações úteis para o leitor baseando-se nessa campanha. Se for uma campanha de óleo de coco, é melhor escrever um artigo sensacional sobre os 10 benefícios do óleo de coco do que oferecer o produto diretamente sem nada de útil.

Agir desta forma faz com que seu leitor se sinta com “a faca e o queijo” na mão, e de certa forma realmente está. Para ele, passar a acreditar nos 10 benefícios do óleo de coco é melhor do que acreditar que o produto é bom. No final de tantas informações legais, com certeza ele comprará o produto.

## Promovendo uma marca de forma mais sutil!

Não é todo blog que comporta artigos promocionais de uma forma mais direta. Dependendo do nicho e de seu público, talvez a melhor estratégia seja o merchandising, que é uma propaganda mais sutil e não estará se referindo de forma direta ao produto ou serviço, apenas o citando como um exemplo para algo que esteja falando.

Um bom exemplo de merchandising em um artigo é o que acabou de ver aqui quando citei a Netaffiliation de uma forma harmoniosa no contexto. Não precisei criar um artigo focado nesta [rede de afiliados](#) e nem mesmo sobre redes de afiliação. Estou falando sobre como promover campanhas nos artigos e aproveitei para utilizar isto como um exemplo. O merchandising pode ser feito de muitas formas, mas para campanhas de afiliados a mais eficiente é realmente citar a marca/produto e linkar para a página do anunciante ou mesmo para uma página sua.



## Séries de artigos, muita informação ajuda a vender!

Um dos fatores que faz com que as pessoas não comprem algo é por não se sentirem seguras com relação ao produto/serviço, portanto uma boa estratégia é justamente informar seus leitores da melhor forma possível através de séries de artigos. Uma série deve ser inteiramente escrita antes de ter seus artigos publicados, pois isto permite uma boa linkagem interna entre os artigos de forma a oferecer ainda mais informações para seu leitor. Após terminar de escrever toda a série deve lembrar de fazer duas coisas antes de os publicar:

- Se certificar de que possui link de afiliado (ou banner) do produto que está promovendo em todos os artigos da série.
- Criar um artigo sumário para a série de artigos: neste último artigo deverá fazer um breve (breve mesmo) resumo de cada um dos artigos e apontar links para os artigos inteiros. Em cada um dos artigos deve haver um link para o sumário da série. Outra estratégia interessante ao fazer o índice é que não precisará ir publicando um a um dos artigos ao longo de dias, poderá publicar toda a série de uma só vez com data antiga e apenas o índice para aparecer na página inicial, assim otimizando todo o processo e dando a seus leitores uma boa quantidade de conteúdo de uma só vez!



## Como fazer propaganda de uma campanha através de email marketing

**E-mail marketing** é uma poderosa forma de gerar conversões, porém muitos afiliados brasileiros não fazem campanhas desse tipo e quando fazem acabam não tendo bons resultados justamente por fazer da forma menos aconselhável possível, que é a prática de SPAM. Aqui vou falar [um pouco sobre o e-mail marketing](#), como deve ser feito, quais as principais diferenças entre os tipos de base de dados e também algumas dicas úteis no momento de elaborar uma boa campanha.

O primeiro e possivelmente um dos passos mais importantes é abandonar completamente qualquer idéia de tentar fazer SPAM. Esta prática, além de NÃO funcionar, irá prejudicar a você, ao anunciante e também a [rede de afiliados](#) com a qual trabalha (quando utiliza uma peça de e-mail marketing da rede).

**Você se prejudica com SPAM:** além de estar perdendo seu tempo e deixando de [ganhar dinheiro](#) acabará fazendo com que o domínio de onde parte o disparo dos e-mails acabe sendo marcado como SPAM e caindo em uma blacklist dos servidores de e-mail. Isto acontecendo, seu domínio já não serve mais para e-mail marketing.

**O anunciante se prejudica:** a sua credibilidade irá diminuir ao fazer SPAM, e a das marcas “anunciadas” também, afinal algumas pessoas não sabem que o e-mail foi enviado por um afiliado, simplesmente associam a prática diretamente à marca.

**A rede de afiliados se prejudica:** se estiver utilizando uma peça de e-mail marketing oferecida na rede de afiliados acabará prejudicando a reputação do domínio (da mesma forma que fez com o seu), embora a peça de e-mail



marketing seja feita pelo anunciante ela tende a ficar hospedada na rede de afiliados.

## O Início do e-mail Marketing está na captura de e-mails!

Antes de pensar em como elaborar uma boa peça de e-mail marketing (pouco necessário pois grandes redes como a [Confilio](#) já possui este material pronto), como evitar que seu e-mail vá para a caixa de SPAM (mesmo não sendo SPAM isto pode acontecer), como fazer para seus clientes abrirem o e-mail, e se abrirem como saber se abriram entre tantos outros detalhes, seu foco deve ser exclusivamente na captação de e-mails!

A captação de e-mails é geralmente feita através de páginas de captura, ou seja, páginas em que seus leitores terão algum motivo para cadastrar o e-mail em seu formulário. Nesse sentido, você poderá oferecer algo em troca do cadastro, poderá conceder acesso a determinadas áreas do blog, enfim, dar um motivo forte o suficiente para que seus leitores sintam o desejo de se cadastrar.

De um modo geral há dois tipos de segmentação que são os mais utilizados, um é chamado de comum (qualquer e-mail que seja cadastrado espontaneamente por seu leitor). O outro é o segmentado, neste caso além do e-mail terá informações como idade, sexo, região, etc.

A efetividade de campanhas de e-mail feitas com base de dados segmentada é de fato maior do que com uma base de dados comum, uma base mista só não chega a ser SPAM porque a pessoa se cadastrou e fez a confirmação do cadastro (Double opt-in – quando seu leitor recebe um email de confirmação e tem que clicar em um link para que seja válido).

Para criar uma base de dados segmentada você precisará não apenas de mais tempo, mas também acabará tendo que investir dinheiro para a criação de



diversas páginas de captura, promover campanhas de opt-in (cadastros) entre outras formas de construir uma base de dados segmentada.

Para iniciar suas campanhas talvez não queira fazer este trabalho de segmentação no início, poderá trabalhar com uma base de dados comum, mas lembre-se de com o passar do tempo ir construindo uma base de e-mails com mais qualidade para ter cada vez melhores resultados.

## Qualidade do e-mail a ser enviado, isto faz muita diferença!

Lembre-se de que seu objetivo é a conversão, seja esta um cadastro ou venda. Para que isto ocorra através do e-mail marketing, além dos cuidados que já citei, é fundamental ter uma peça de e-mail de alta qualidade e também saber escolher um título que seja chamativo o suficiente para fazer com que seu leitor abra o e-mail.

Com relação a qualidade da peça é realmente complicado explicar isto em apenas um post, há tantos fatores envolvidos nisto que se não é um profissional habituado a elaborar este tipo de peça o ideal é utilizar a que foi disponibilizada pela rede de afiliados que certamente será de boa qualidade.

Se mesmo assim decidir você mesmo fazer sua peça lembre de antes de a enviar para sua base de dados fazer um envio de teste para a rede de afiliados ver e aprovar o modelo, isto ajuda a garantir que estará trabalhando com algo que realmente dará resultados.

O e-mail marketing é um trabalho que embora pareça ser algo que traz retornos rápidos, não é. Traz sim ótimos resultados, mas para que isto aconteça é importante que trabalhe da melhor forma possível a segmentação de sua base de dados.



## Como fazer propaganda de uma campanha através de popup e popunder

Recentemente comecei a falar sobre como fazer campanhas utilizando algumas ferramentas específicas oferecidas pelas [grandes redes de afiliados](#) para que assim ao se afiliar a empresas como a [Confilio](#) ou [Public Idées](#) tenha como aproveitar ao máximo todas as ferramentas que estarão a sua disposição para promover as campanhas. As principais ferramentas para promover estão em artigos onde explico como as utilizar. Aqui falarei sobre **como fazer propaganda utilizando popup e popunder**.

Alguns artigos relacionados podem complementar esse assunto:

- [Como Fazer Propaganda através de Banners](#)
- [Como Fazer Propagandas através de Artigos](#)
- [Como Fazer Propaganda através de e-mail marketing](#)

Como pode ver estas são as principais ferramentas, ou ao menos as que encontrará com mais frequência em seu dia a dia como afiliado, portanto é importante que tenha condições de as utilizar da melhor forma possível, assim certamente terá mais conversões.

### Diferença entre popup e popunder

O popup já é extremamente conhecido dos blogueiros, a grande maioria já o utiliza através de [plugins no Wordpress](#) para promover suas páginas do Facebook e Feed. Assim que o blog está sendo carregado na tela se abre uma tela sobre o blog com aquilo que deseja promover, ou seja, o popup mostra algo antes que seu blog seja visto pelo leitor.

O popunder é uma espécie de popup que se abre atrás da janela e é visto depois que se fecha o navegador. É um pouco menos conhecido e não tão freqüente em blogs. Seu uso se popularizou mais em sites de conteúdo adulto



aqui no Brasil, entretanto vale lembrar que se pode utilizar o popunder em qualquer tipo de site ou blog.

Estrategicamente o popup é mais intrusivo do que o popunder que seria algo mais como um convite a que veja algo. Isso porque no popup o leitor acabará vendo antes que veja seu conteúdo e, de certa forma, seu leitor estará sendo “obrigando” a ver a publicidade.

O popunder funciona mais como um convite pelo fato de que seu leitor entrará normalmente em seu blog e navegará por suas páginas, talvez até mesmo por diversos blogs sem notar que por baixo de sua janela atual do navegador se abriu uma segunda janela que é o popunder. Além de não atrapalhar a leitura de seu leitor, ele ainda será visto quando a janela principal do navegador for fechada.

## Como inserir o popup ou popunder no blog?

Este tipo de recurso é algo oferecido pelas redes de afiliados e para utilizá-lo deverá estar aceito na campanha que pretende promover e pegar o código em seu painel de controle.

Vou usar como exemplo a Netaffiliation, que inclusive possui um sistema muito bom para gerar o código de popups e popunders. Vá em seu painel da Netaffiliation e entre em “Campanha” >> “Gestão”, selecione a campanha em que pretende utilizar o recurso de popup ou popunder. Antes de selecionar o banner específico que pretende utilizar é importante que observe na descrição da campanha se o anunciante permite a utilização destes recursos, se permitir basta continuar seguindo os passos aqui descritos. Clique na aba “Imagens”, selecione o banner que deseja exibir e então verá uma pequena janela em que poderá escolher algumas coisas sobre o comportamento do banner, entre elas o “tipo de colocação” que são três:

- **Simples:** banner simples para ser colocado no post, barra lateral ou mesmo no rodapé do blog



- **Popup:** abrirá uma nova janela antes do blog
- **Popunder:** abrirá uma nova janela abaixo do blog, geralmente vista apenas após fechar (ou minimizar) o navegador.

Após selecionar qual o tipo de colocação que deseja fazer basta copiar o código que estará em um Box logo abaixo da área de seleção de "tipo de colocação" e o colar em seu blog em alguma área que será carregada pelo navegador, desta forma toda vez que o leitor carregar sua página o popup ou popunder será carregado.

## Trabalhar com popup e popunder pode ser um problema

Embora estas sejam ferramentas muito interessantes para promover campanhas das redes de afiliados é importante saber que nem sempre tudo funcionará exatamente como deseja, é importante saber disto para que possa ter alternativas ao popup e popunder.

Qualquer navegador que estiver com o bloqueador de popups ativado certamente irá bloquear seu popup, ou seja seu leitor não irá nem mesmo ver a publicidade e muito menos interagir com ela, saber disto é importante para que mesmo tendo uma campanha sendo veiculada em popup é importante que tenha esta mesma campanha em uma colocação simples, como um banner comum. Desta forma, caso o navegador bloqueie o popup, seu leitor ainda verá o banner diretamente no blog.

Também vale lembrar que você poderá utilizar popups com HTML feito por você mesmo para promover campanhas com banners ou até já ter um formulário diretamente no popup, o que ideal para quem trabalha com coregistro, desta forma já oferecendo o formulário diretamente no popunder.



## Como fazer propaganda de uma campanha através de mini-lojas

A quantidade de recursos que [grandes redes de afiliados](#) colocam a disposição de seus afiliados é grande, mas nem todos estes recursos são completamente compreendidos e utilizados pelos afiliados. Um destes recursos é o de implementar mini-lojas dos anunciantes no blog. Justamente por não ser um recurso muito utilizado pelos afiliados é que algumas **redes de afiliados** acabaram não fornecendo mais as mini-lojas juntamente com as ferramentas para divulgar suas campanhas.

Algo que é importante lembrar apenas é que nem em todos os blogs fica bom implementar uma mini-loja, pois este tipo de divulgação é direta aos produtos de seu anunciante. Isto pode funcionar muito bem em determinados nichos, já em outros além de ficar completamente fora de contexto acabará, justamente por isso, não gerando conversões.

Um dos [programas de afiliados](#) que é mais conhecido por utilizar mini-lojas e ter bons resultados em suas campanhas é o Mercado Livre, mas não é o único, há diversos outros que utilizam essa facilidade.

### Como funciona uma mini-loja de redes de afiliados?

As **mini-lojas** são "**arquivos XML**" que tornam possível contextualizar os produtos mostrados na publicidade de acordo com o conteúdo de determinado post. Isto torna este tipo de publicidade bastante efetiva para gerar conversões, afinal serão exibidos exatamente produtos que sejam interessantes para o público alvo de cada post.

Algo importante a ser observado é que esta contextualização dos produtos das mini-lojas não acontece de forma automática como a contextualização dos [anúncios do Google AdSense](#), mas sim através de palavras-chave escolhidas pelo afiliado.



Algumas mini-lojas precisam ser configuradas manualmente e acabam exibindo os mesmos tipos de produtos em qualquer post do blog. Isto não é interessante, pois nem sempre se fala sobre o mesmo tema. Já algumas outras **mini-lojas** conseguem ler quais são as tags inseridas no post como palavras-chave, assim se tornando mais flexíveis e gerando mais conversões. Este tipo de mini loja geralmente é feita em forma de [plugin para Wordpress](#) como o utilizado pela Lomadee.

## Que tipos de campanhas rodam em mini-lojas?

As campanhas mais comuns de serem oferecidas com recurso de **mini-lojas** são do tipo **CPA**. Nesse caso ocorre uma junção de diversas campanhas CPA ao mesmo tempo com seus respectivos banners. Imagine que você se cadastra em uma campanha para vender um produto. Essa campanha tem um banner relativo a esse produto. Uma mini-loja é um aglomerado de campanhas de [afiliados CPA](#) juntas.

Um pouco mais raro, mas ainda possível de encontrar são campanha DC (duplo clique) com mini-lojas, como por exemplo, campanha Buscapé/Bondfaro veiculada na rede de afiliados Lomadee através de um interessante plugin, que inclusive possui diversas opções de configuração.

## Ao promover mini-lojas devo deixar o valor aparente ou não?

Como dito antes, as **tecnologias utilizadas nas mini-lojas** estão evoluindo e algumas permitem fazer uma série de alterações como cores e tamanho da mini-loja, entre estas alterações possíveis algumas permitem que se escolha por mostrar ou não os preços dos produtos, o que pode ser algo utilizado a seu favor enquanto afiliado!

Um fator que deve ser levado em consideração é se a campanha é **uma campanha CPA** ou não, pois se for o ideal é que deixe o preço visível, assim



fazendo com que seus leitores só cliquem já com a intenção de comprar (principalmente para [janelas de comissão](#) relativas apenas a sessão).

Para outros tipos de campanhas poderá optar deixar sem o preço. Desta forma estará aumentando as chances de que seus leitores interajam com a mini-loja.

Com relação ao **posicionamento das mini-lojas** não há muita diferença do que se deve fazer com banners, até mesmo pelo fato de que elas geralmente são disponibilizadas nos mesmos tamanhos que os banners mais utilizados, que são:

- 300 x 250
- 160 x 600
- 768 x 90

Também existem mini-lojas com muitos outros tipos de medidas, algumas até mesmo podem ser configuradas pelo afiliado com uma medida exata, mas neste caso vale lembrar que nem sempre fica bom devido ao tamanho das miniaturas dos produtos que não são tão flexíveis, assim podendo ficar algum espaço em branco, por exemplo.

Em linhas gerais, mini-lojas são boas para se trabalhar, mas como dito antes não é em todos os tipos de blogs que funcionarão bem sob um ponto de vista financeiro. Faça testes em seu blog para verificar se vale à pena utilizar ou não!



## Como criar uma base de emails comum

Ao longo desta série de artigos você já teve a oportunidade de [conhecer um pouco mais sobre e-mail marketing](#), seus tipos de bases de dados e diversas outras dicas. Hoje vou tratar especificamente de **como criar uma base de dados comum** (sem segmentação). Este tipo de base é tida como genérica e de um modo geral não terá um nível de conversão tão alto quanto uma base de dados segmentada, porém pode ser interessante para fazer campanhas de anunciantes de produtos de uso geral, como por exemplo vestuário, eletrônicos, sapatos, etc.

Uma **base de dados é uma lista de e-mails**, porém não uma lista qualquer que possa ter tido acesso através de outra pessoa, mas sim uma lista de e-mails conseguidos através de opt-in, ou seja, as pessoas se cadastraram para receber informações. Esta é a diferença entre uma base de dados comum e SPAM.

Para construir sua base de dados comum você terá basicamente três obstáculos a ultrapassar, que são:

- Criar páginas de captura e divulgar.
- Fazer com que seus leitores queiram se cadastrar em sua base de dados.
- Tornar esta base organizada e fácil de transferir de um servidor para outro e até mesmo fazer backup.

Aqui você verá como superar cada um destes obstáculos de forma simples e muito eficiente, assim tendo como construir sua base de dados comum sem maiores problemas.

### Como criar páginas de captura e divulgar?



A captura de e-mails para uma base de dados comum pode ser feita em diversos pontos simultaneamente, sem a necessidade de seguir um nicho em específico. Pode-se utilizar pequenos formulários na barra lateral do blog, popups e ainda páginas de captura exclusivas, chamadas de **landing pages** ou **squeeze pages**.

A página de captura leva uma grande vantagem por ser **inteiramente direcionada para a conseguir e-mails**, deve ser estruturada com o objetivo de manter a atenção do leitor em algo, não necessariamente em fazer o cadastro. Mais adiante você entenderá o porquê.

Encontre mais sobre [landing pages aqui](#).

Se focar a atenção do leitor em fazer o cadastro, ficará difícil fazer com que eles vejam isto como algo bom para eles. Já se mudar o foco da atenção para alguma vantagem e o cadastro ser apenas um passo necessário para usufruir deste benefício certamente terá resultados melhores.

Para entender melhor, imagine que você visitou um site de notícias e na barra lateral encontrou uma caixa dizendo: "receba dicas direto em seu email". Agora imagine que em outro site de notícias você encontra uma caixa dizendo: "receba dicas em seu email e levem um livro grátis". Supondo que os sites têm o mesmo conteúdo, em qual dos dois você se cadastraria?

Divulgar suas páginas de captura é parte vital para a construção de sua base de dados, para isso você deverá utilizar todos os meios disponíveis, desde os gratuitos até pagos como, por exemplo, o **Facebook Ads** ou **Google Adwords**. Dessa forma estará investindo dinheiro para construir uma base de dados que lhe rederá dinheiro por muitas campanhas!

Como fazer com que seus leitores queiram se cadastrar?



Este é certamente um dos pontos mais complexos nas páginas de captura, pois sem um “call to action” que seja realmente efetivo não terá um volume de cadastros satisfatório, mesmo que anuncie acabará tendo uma taxa de conversão baixa. A página precisa ter ao menos três elementos para se tornar eficiente:

- Deve ser visualmente bonita e passar uma imagem de sucesso
- Precisa oferecer algum benefício para quem se cadastrar ([soft incentive](#))
- Formulário simples e que chame a atenção

Para tornar sua página de captura visualmente atrativa além de utilizar um bom template (existem templates especialmente desenvolvidos para isso), também deve apostar em imagens impactantes que estejam de alguma forma relacionadas com o benefício oferecido a quem estiver se cadastrando.

Algo deverá ser dado a seus leitores que se cadastrarem, pois é justamente isso que os levará ao cadastro. Pode ser praticamente qualquer coisa, o ideal é utilizar algo que possa ser entregue online, assim facilitando para a entrega e garantindo que seu usuário fará a confirmação do cadastro no e-mail para receber seu brinde!

Para construir uma base de dados comum a única coisa de que precisa é um e-mail no cadastro. Para uma base comum não precisa capturar informações como nome, telefone, endereço etc., pois isso faria com que seu leitor abandonasse o cadastro.

## Como tornar esta base de dados organizada e fácil de transferir?

Isto em um primeiro momento pode parecer complexo, porém não é. De todas as etapas para construir uma base de dados comum esta é a mais simples de todas. Pois sua base de dados já será feita com uma lista simples e fácil de ser transferida.



Para fazer a captura dos e-mails poderá utilizar o [feedburner](#), que é um serviço gratuito do Google e de ótima qualidade, que inclusive já lhe fornece o código para o formulário de captura que poderá facilmente ser estilizado com CSS.

Quando estiver fazendo a captura dos e-mails com o formulário do feedburner todos os e-mails de sua lista serão armazenados no próprio servidor do Google, com a facilidade de poder exportar sua lista em formato CSV para Excel e importá-la em qualquer lugar.



## Como criar uma base de emails segmentada

Já falei sobre **como fazer uma base de dados comum**, que é muito simples de ser feita, porém não apresenta os mesmos resultados que uma **campanha de e-mail marketing** feita com uma base de dados segmentada, justamente por isso vou mostrar aqui algumas dicas de como fazer isso.

As dicas gerais apresentadas no artigo sobre como criar uma base de dados comum também se aplicam normalmente para a base de dados segmentada, o que muda são algumas questões referentes ao formulário e também com relação a suas páginas de captura de e-mails, que serão **páginas diferentes visando atingir públicos diferentes**.

Existem diversas formas de criar bases segmentadas, inclusive algumas utilizando ferramentas oferecidas já pelos serviços de envio de e-mail. Aqui vou mostrar como fazer isto de forma “manual”, pois aprendendo a fazer da forma mais difícil quando o fizer com outras ferramentas isto ficará muito simples!

### Preparando as páginas de captura para uma base de dados segmentada

Assim como para fazer a base de emails comum, para fazer a base segmentada o ideal é criar **diversas páginas de captura**. Cada uma destas páginas deve ser inteiramente construída de forma a ser agradável a seu público alvo.

**Exemplo:** Se você pretende criar uma base de dados com e-mails de homens de 30 a 40 anos com interesse em empreendedorismo o ideal é criar páginas de captura com cores mais sóbrias, textos com maiores informações, uma linguagem mais formal e oferecer algum brinde que seja interessante para este público. Já se o que deseja é criar uma base de e-mails de mulheres de 20 a 25 anos interessadas em moda recomendo que



aposte em cores mais vivas, textos mais concisos e objetivos e com algum brinde voltado a este segmento.

Tornar a página interessante ao público alvo é fundamental para ter sucesso ao segmentar emails. Esta segmentação não deve ser restrita apenas a **página de captura** em si, mas também a toda campanha, a começar pelo mais importante que é na divulgação.

Da mesma forma que para construir uma base de dados comum é preciso divulgar suas páginas de captura, para **fazer uma base de emails segmentada** também é. Quando se fala em segmentação de uma base de dados fica ainda mais clara a necessidade de utilizar publicidade paga como o Facebook Ads e o Google Adwords, pois estas ferramentas já permitem iniciar a segmentação diretamente pelos anúncios, o que torna possível utilizar também um formulário simples para a captura apenas do e-mail, afinal sabe que as pessoas que acessam determinada página terão em sua grande maioria exatamente a segmentação que deseja.

## Criando bases de dados segmentadas com o Feedburner

O feedburner se torna muito atrativo para **criar bases de emails por ser gratuito**, sendo assim poderá criar diversos agregadores de emails diferentes. Um para cada banco de emails já com a segmentação. Ainda seguindo o exemplo anterior, teríamos:

- Homens executivos de 30 a 40 anos
- Mulheres com interesse em moda de 20 a 25 anos

Com estes dois feeds você terá dois formulários diferentes, onde o cadastro feito em cada um destes será direcionado para uma determinada base de emails que já estará segmentada. Da mesma forma que pode ser feito com a base de dados comum poderá posteriormente exportar esta base segmentada para fazer o envio das **campanhas de e-mail marketing**.



Aqui utilizei apenas dois como exemplo, mas você poderá fazer quantas bases de emails achar necessário para promover suas [campanhas de redes de afiliados](#), lembrando sempre que quanto mais segmentada for sua base melhores serão seus resultados!

## Outra forma manual de criar bases de emails segmentadas

Talvez você queira ter apenas uma página de captura e centralizar toda a sua campanha de divulgação nesta página. Neste caso o formulário não poderá conter apenas o campo de e-mail, afinal precisará ter outros dados para fazer a segmentação.

Crie a página com o formulário feito em HTML e direcione o envio dos dados para um e-mail seu. Assim todas as informações deste formulário estarão neste e-mail e você poderá fazer a segmentação manualmente.

Para quem trabalha com Wordpress, criar este tipo de formulário será extremamente simples, pois existem plugins específicos para a criação de formulários, em questão de minutos seu formulário estará pronto para uso.

Vale lembrar que ao trabalhar com um formulário maior e mais detalhado será um pouco mais difícil fazer com que seus leitores se cadastrem. Sendo assim, o ideal é que busque oferecer algum benefício ([soft incentive](#)) que seja mais atrativo. Isto certamente aumentará as chances de que seus leitores decidam usar seu tempo preenchendo o formulário.



## Fazendo email marketing comum e por segmento

Recentemente falei nesta série de artigos sobre como criar uma base de emails comum e segmentada, aqui vou abordar mais algumas das diferenças na forma de trabalhar com estas bases de emails e também questões práticas do **envio de e-mail marketing**.

A maior diferença entre ambos os tipos de base é realmente na escolha das campanhas a serem enviadas, sendo que com a base de dados segmentada terá como fazer a escolha das melhores campanhas. Já com a base de dados comum terá que buscar por campanhas mais genéricas ou mesmo tentar a sorte com campanhas específicas, o que **reduz muito a taxa de conversão**.

Ainda falando em base de emails, há uma prática importante a ser feita de tempos em tempos, que é a chamada higienização das bases, que vou explicar detalhadamente a seguir, é uma prática que até reduz o número total de e-mails cadastrados, mas só tem a acrescentar para seus negócios!

### Higienização da base de emails, para bases comuns e segmentadas

Algo que é natural que aconteça é que parte de sua base de emails venha a nunca abrir nenhum de seus e-mails. Esta parte da base de dados estará apenas contribuindo para que seus e-mails passem a ser enviados para a caixa de SPAM, portanto devem ser removidos.

Os servidores que trabalham com **envio de e-mail marketing** possuem diversas ferramentas de monitoramento, entre estas uma das mais comuns é a que verifica se seus e-mail foram ao menos abertos. Alguns servidores indicam até mesmo se houve clique e em que área do e-mail foi clicada!

Veja alguns artigos já publicados sobre [email marketing aqui](#).



De tempos em tempos marque os e-mails que não estão abrindo nenhuma das mensagens enviadas e os elimine de sua base de dados, isto ajuda a manter uma alta taxa de abertura de e-mails, o que ajuda a indicar aos servidores que suas mensagens são relevantes.

## Dicas para evitar a caixa de SPAM

As técnicas para evitar a caixa de SPAM são realmente muitas, é um tema vasto e complexo que aconselho a estudar com atenção se pretende ganhar um bom dinheiro através de campanhas de e-mail marketing. Aqui vou dar algumas dicas que podem ser muito úteis para evitar a caixa de SPAM, mas são dicas básicas.

No DNS de seu domínio adicione as regras SPF, DKIM e CNAME: são protocolos de autenticação, é uma forma de identificar adequadamente seus e-mails.

Use um só domínio para imagens e contabilização de cliques: uma peça de e-mail marketing que possui tudo originado em um só domínio que seja devidamente identificado tende a ser “melhor tratado” pelos servidores de e-mail. São e-mails mais “consistentes”.

O e-mail “remetente” ou “responder para” deve ser um e-mail ativo e preferencialmente sem autoresponder: relevância é importante não apenas para buscadores, mas também para e-mail marketing. Estar atento a seus leitores e responder a suas solicitações ajuda a diminuir a taxa de rejeição, que para e-mail marketing chega a ser uma taxa tão importante quanto a “report SPAM” (se não for mais importante).

O servidor DNS deve estar fora das Blacklists: os servidores de e-mail possuem listagens de servidores marcados por SPAM, se seu servidor DNS estiver em uma Blacklist certamente terá problemas para fazer seus e-mail chegarem até a caixa de entrada de seus leitores.



## Empresas de envio de e-mails

A quantidade de empresas de envio de e-mail marketing é grande, há empresas que são focadas em grandes empresas com bases de emails realmente gigantescas e também existem empresas como a TeContato que possui planos até mesmo para 1000 envios mensais, o que representa uma base muito pequena.

Começar com uma empresa que permita envios em pequenas quantidades é uma boa estratégia para ganhar dinheiro através de e-mail marketing mesmo enquanto ainda possui poucos emails, o que é bom também para ir adquirindo cada vez mais experiência.

No momento de escolher com qual empresa irá trabalhar é importante que observe não apenas os valores dos planos, mas também o que é oferecido, principalmente com relação a ferramentas de monitoramento. São estas ferramentas que irão lhe mostrar o que está ou não funcionando em cada campanha. Por exemplo:

- Se os e-mails não são abertos o problema pode ser o título.
- Se os e-mails são abertos e não há clique talvez seja bom elaborar outra peça de e-mail.
- Se os emails são abertos, há uma boa taxa de cliques mas não gera conversão o e-mail está bom, o problema pode ser sua landing page.

Estes foram exemplos bastante superficiais, mas que já indicam o quanto este monitoramento pode ser algo importante para suas campanhas de e-mail marketing.



## Otimização do conteúdo, visitantes e resultados

Aqui não vou falar do SEO que pode ser feito no blog e em suas páginas, nem mesmo sobre como fazer a escolha das melhores palavras-chave, estes são temas muito complexos e abordar a todos em um único artigo seria realmente muito superficial. É preferível abordar como otimizar o conteúdo em si, tornar seus textos otimizados para os buscadores de forma independente de qualquer otimização feita no blog.

### Entendendo a estrutura de um post em otimização

Um post é constituído de alguns elementos que possuem maior ou menor relevância para os buscadores, é justamente aproveitando esta relevância que você deverá indicar para o Google qual sua palavra-chave, ou seja, para que termo de busca pretende estar bem posicionado nos resultados.

Os principais elementos de um post são:

- Título (H1)
- Texto (por todo o post)
- Subtítulos (H2, H3...)
- Imagens

Estes são os elementos que não devem faltar em seus artigos e podem ser muito bem aproveitados para que os posts estejam devidamente otimizados para os buscadores. Antes de falar da otimização propriamente dita, vale lembrar que quando o assunto é SEO não existem normas imutáveis ou que sejam 100% garantidas, este é um recurso que precisa ser constantemente trabalhado e estudado para que se mantenha atualizado.

Trabalhando sua palavra-chave na estrutura otimizada do artigo



Criar um post já otimizado na verdade é muito mais simples do que pode parecer. Existem algumas “regras”, mas a principal delas é que sua principal palavra-chave e suas variações devem estar nos principais elementos do post e não deve haver nem excesso nem falta ao longo do artigo.

As tags, H1, H2 e H3 são muito importantes, sendo que a H1 (título) é a que possui maior relevância para o Google, posteriormente a H2 e por fim as demais. Sempre que criar um artigo lembre-se de NÃO usar H1 no texto (ele já está presente no título e o usar no texto estaria repartindo sua importância).

Nas imagens você deve sempre lembrar de inserir o atributo alt com a palavra-chave ou uma variação dela, desta forma estará dando maior relevância também para a imagem do seu post. Isto não apenas indica ao Google uma maior organização como também uma maior qualidade do conteúdo apresentado.

Ainda trabalhando as palavras-chave também poderá utilizar recursos como sublinhar, negrito e itálico. Algumas pessoas questionam a eficácia desta técnica, porém diversos plugins de SEO utilizam isto até hoje como uma métrica de relevância. Além do mais, não há problema algum em fazer isto, pelo contrário, pode até ajudar na leitura e compreensão do artigo.

## Ferramentas que lhe ajudarão a trabalhar o SEO do conteúdo

Conhecer as técnicas é certamente importante, porém tendo as ferramentas adequadas para o trabalho de SEO certamente encontrará muito mais facilidade para fazer toda a otimização.

Embora a escolha das palavras-chave não sejam propriamente o foco deste artigo não há como negar que é uma parte fundamental da otimização. Sendo assim, recomendo uma ferramenta muito profissional para isso, a SEMRush. Lá você encontrará os recursos que precisa para achar as melhores palavras-chave no nicho desejado.



Já para a análise do texto em si você poderá utilizar plugins para Wordpress. Existem muitos, mas realmente muito poucos possuem a qualidade do SEOPressor e do WP SEO Yoast.

Por fim, é extremamente importante lembrar que você deve sempre escrever para humanos. Por mais otimizado que seja um artigo ele deve se manter com uma leitura simples e agradável. De nada vai adiantar muito SEO se os leitores não passarem do primeiro parágrafo.



## O que fazer com todas essas informações?

Separamos todas essas informações para que você entenda tudo o que acontece no mundo dos afiliados e possa começar a ganhar dinheiro na internet. Com o que você encontra por aqui, poderá escolher uma boa rede de afiliados, uma excelente campanha, promover de maneira correta e retirar seu dinheiro com tranquilidade.

Não utilize esse manual apenas uma vez. Sempre que surgirem dúvidas recorra a ele para garantir melhores resultados em seus negócios.

Lembre-se que aqui estão apenas algumas dicas. O mundo dos afiliados é muito maior do que isso e requer muito estudo e dedicação para entender como tudo funciona. Uma coisa é mais importante do que todas as outras: teste. Sem testar dificilmente você conseguirá ter resultados expressivos. Uma sugestão: no início, faça de seu site ou blog um campo de testes. Explore todas as posições e possibilidades com as diversas campanhas disponíveis. Quando você encontrar um método que renda mais dinheiro, fique com ele e aplique-o em seus outros projetos.

Se por acaso surgirem dúvidas, por favor, não deixe de visitar o blog [www.programa-de-afiliados.net](http://www.programa-de-afiliados.net) para saná-las. Lá você encontrará mais de 250 artigos sobre afiliados e poderá contar com muita informação útil que lhe auxiliará nesse mundo.