

افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش؛ شرایط، مراحل و مزایا

یکی از روش‌های تاثیرگذار بر افزایش فروش و درآمد کسب و کارها، این است که از همکاری دیگران بهره‌مند شوند. همکاری با افراد دیگر در تبلیغ و فروش محصولات، راهی تضمینی و کم‌خرج برای جلب اعتماد مشتریان و افزایش فروش است. این روش، همان چیزی است که در اصطلاح به آن افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش می‌گویند. در این مقاله، قصد داریم شرایط، مراحل و مزایای افیلیت مارکتینگ را برای فروشندگان و ناشران تبلیغات بررسی کنیم. همراه ما باشید تا با یکی دیگر از شیوه‌های نوین توسعه کسب و کار آشنا شوید.

افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش به چه معناست؟

افیلیت مارکتینگ یکی از بهترین روش‌های تبلیغات در اینترنت است که به معنای همکاری بین یک برند و افیلیت‌ها (ناشران) می‌باشد که در آن ناشران تبلیغات، محصولات یا خدمات برند را تبلیغ می‌کنند و در ازای هر خرید یا اقدام خاصی که از طریق لینک‌های آن‌ها انجام می‌شود، کمیسیون دریافت می‌کنند. این سیستم به برندها اجازه می‌دهد که با هزینه کمتر و بدون نیاز به سرمایه‌گذاری زیاد، محصولات خود را به بازار معرفی کنند. این مدل تجاری بر پایه اعتماد و ارتباط متقابل بین برند و افیلیت‌ها استوار است و می‌تواند به رشد قابل توجهی در فروش و اعتبار برند منجر شود.

نحوه انجام افیلیت مارکتینگ چگونه است؟

نحوه انجام افیلیت مارکتینگ شامل چند مرحله اصلی است. ابتدا، ناشران باید در برنامه همکاری در فروش یک برند ثبت‌نام کنند و لینک‌های اختصاصی خود را دریافت نمایند. سپس، آن‌ها می‌توانند با استفاده از این لینک‌ها، محصولات را در وبسایت‌ها یا شبکه‌های اجتماعی خود تبلیغ کنند. هنگامی که مشتریان بر روی این لینک‌ها کلیک کرده و خرید می‌کنند، سیستم به طور خودکار این اقدام را ثبت کرده و کمیسیون مربوطه را محاسبه می‌کند.

کسب و کارها برای استفاده از افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش، باید نسبت به طراحی سایت فروشگاهی اقدام کنند. در این صورت می‌توان میزان مشتریان جذب شده از طریق افیلیت‌ها را به دقت اندازه گیری کرد.

ناشران نیز درآمد خود را بر اساس تعداد فروش‌ها یا اقداماتی که از طریق لینک‌های آن‌ها انجام شده است، دریافت می‌کنند. این فرآیند به طور مداوم تکرار می‌شود و می‌تواند به ایجاد یک منبع درآمد پایدار برای ناشران منجر شود. از همین رو افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش می‌تواند یکی از دلایل داشتن سایت برای افرادی باشد که به دنبال کسب درآمد جانبی هستند.

از چه کانال‌هایی می‌توان افیلیت مارکتینگ را انجام داد؟

افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش را از طریق چندین کانال مختلف می‌توان انجام داد که هر کدام ویژگی‌ها و مزایای خاص خود را دارند.

بلاگرها و اینفلوئنسرها

بلاگرها افرادی هستند که با دارا بودن تخصص در زمینه بازاریابی محتوا، مخاطبان خوبی را جذب می‌کنند. این افراد با انتشار محتواهای به روز و معتبر، اعتبار خوبی به دست آورده‌اند و می‌توانند این اعتبار را به کسب و کار شما قرض دهند. به عنوان مثال، آن‌ها می‌توانند محصولات شما را در بین یک مقاله معرفی محصول به مخاطبان خود معرفی کنند. توجه داشته باشید که محتوای متشر شده توسط بلاگرها باید معتبر باشد. یکی از دلایل فروش نداشتن سایت‌های فروشگاهی، بک‌لینک‌های بی کیفیتی هستند که به سایت‌های فروشگاهی اشاره دارند. بهتر است تبلیغات خود را در سایت‌های معتبر و مرتبط بازرگاری کنید. اینفلوئنسرها نیز افراد محبوبی هستند که دنبال‌کنندگان بسیاری دارند. با تبلیغ محصولات شما توسط اینفلوئنسرها، مردم بیشتری به شما و برندتان اعتماد می‌کنند و تمایل آن‌ها به خرید محصولات افزایش می‌یابد.

سایت‌های پربازدید

وبسایت‌هایی که ترافیک بالایی دارند، می‌توانند بنرها یا لینک‌های صفحات شما را در صفحات خود منتشر کنند. با این کار، محصولات شما به طیف وسیعی از مخاطبان نمایش داده می‌شود و شانس بیشتری برای افزایش فروش پیدا می‌کنید. البته یکی از اشتباهات رایج در بازاریابی، قرار دادن تصاویر و

لینک تبلیغات در سایت‌ها نامربوط است. ترافیک بالا، یک امتیاز است، اما اگر محتوای سایت ارتباط چندانی به محصولات و خدمات شما نداشته باشد، مخاطبان مورد هدف شما را نیز به سمت سایت شما هدایت نخواهد کرد. در نتیجه، حتی در صورت بازدید زیاد، احتمال فروش شما چندان بالا نخواهد بود.

همکاران مکمل

شرکت‌هایی که محصولات مکمل یکدیگر دارند، می‌توانند با همکاری در فروش محصولات یکدیگر، به رشد فروش کمک کنند. این شیوه به‌ویژه برای کسب و کارها نیچ مارکت که هرکدام گوشه‌ای از نیازهای مردم را تامین می‌کنند مناسب است. فرض کنید شما در تجارت فروش برخی لوازم منزل مانند مبل و پرده و غیره فعال هستید. برای فروش بیشتر می‌توانید با یک فروشنده فرش همکاری کنید. با این روش، می‌توانید مشتریان خود را به یکدیگر معرفی کنید و هر دو طرف از این همکاری سود ببرید. این مسئله برای بازاریابی دیجیتال و سایر کسب و کارها نیز صادق است.

سایت‌های تحلیلی

محور محتوای برخی از سایت‌ها نقد و تحلیل محصولات و خدمات کسب و کارهای دیگر است. این سایت‌ها با ارائه تحلیل‌ها و بررسی‌های دقیق درباره محصولات، می‌توانند مخاطبان را ترغیب به خرید کنند و از این طریق درآمد کسب نمایند.

مراحل اجرای افیلیت مارکتینگ

اجرای موفق افیلیت مارکتینگ نیازمند رعایت چند مرحله اساسی است:

۱. تعیین اهداف: ابتدا باید اهداف مشخصی برای کمپین تعیین شود، مانند افزایش میزان فروش یا تعداد لیدهای جذب شده. اهداف مورد نظر باید دقیق، واقع‌بینانه و قابل اندازه‌گیری باشند تا بتوان نقاط ضعف و قوت افیلیت مارکتینگ را اندازه گرفت.

۲. تحلیل رقبا: اکنون باید نگاهی به رقابایی بیاندازید که اهدافی مشابه شما دارند. عملکرد آن‌ها در افیلیت مارکتینگ چگونه بوده است؟ با چه افراد و وب‌سایت‌هایی برای افزایش فروش همکاری کرده‌اند و تا چه اندازه موفق بوده‌اند؟ بررسی رقبا کمک می‌کند تا نقاط قوت و ضعف آن‌ها شناسایی شود و برنامه‌ای مناسب برای رقابت طراحی گردد.

۳. پیدا کردن ناشران مناسب: این مرحله شاید حساس‌ترین بخش در افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش باشد. ناشران شما، چه از لحاظ عملکرد و چه از لحاظ تولید محتوا باید با محصولات و خدمات شما ارتباط داشته باشند. به عنوان مثال، شما می‌توانید از یک اینفلوئنسر طنزپرداز برای تبلیغ محصولات آرایشی بهداشتی خود استفاده کنید. این کار احتمالاً ترافیک ورودی وبسایت شما را افزایش می‌دهد. اما این ترافیک، تضمینی بر افزایش فروش نیست.

۴. عقد قرارداد: پس از انتخاب ناشران، باید قراردادهایی برای تعیین شرایط همکاری و پرداخت کمیسیون منعقد شود. کمیسیون ناشران را می‌توان به چند شیوه مختلف پرداخت کرد. توصیه ما، ترکیب شیوه‌های پرداخت برای بازدهی بیشتر است. برای پیشگیری از هرگونه سوتفاهم در آینده، بهتر است شرایط تبلیغات و نحوه پرداخت با دقت و شفافیت تعیین شود.

۵. تحلیل داده‌ها: پس از اجرای کمپین، تجزیه و تحلیل داده‌ها برای ارزیابی عملکرد و بهبود استراتژی‌های آینده ضروری است. با این کار می‌توانید بفهمید که آیا تبلیغات و ناشران مناسبی داشته‌اید یا باید برخی موارد را تغییر دهید.

انواع روش‌های محاسبه و پرداخت کمیسیون در افیلیت مارکتینگ

در افیلیت مارکتینگ، روش‌های مختلفی برای محاسبه و پرداخت کمیسیون وجود دارد که شامل موارد زیر است:

پرداخت به ازای نمایش: در این روش، کمیسیون برای هر ۱۰۰۰ بار نمایش بنر یا لینک پرداخت می‌شود. این روش بیشتر برای برندسازی یا افزایش آگاهی از برند مناسب است.

پرداخت به ازای کلیک: در این حالت، هر کلیک که کاربران روی محتوای شما انجام دهند شمول هزینه می‌شود. مزیت این روش نسبت به روش قبلی، آگاهی بیشتر مردم از برند و جذب ترافیک به سایت شما است. با این کار سئو سایت شما به طور خودکار بهبود میابد.

پرداخت به ازای اقدام: در این شیوه، کمیسیون فقط زمانی پرداخت می‌شود که کاربر اقدام خاصی مانند ثبت‌نام یا دانلود انجام دهد. این روش، نرخ تبدیل بیشتری دارد و بهتر می‌توان نتایج آن را اندازه‌گیری کرد.

پرداخت به ازای فروش: این روش متداول‌ترین نوع پرداخت است که در آن کمیسیون تنها پس از خرید محصول توسط مشتری پرداخت می‌شود. پورسانت یا کمیسیون این روش نیز نسبت به موارد دیگر بیشتر است و بسته به توافق طرفین می‌تواند شامل ۴ تا ۱۰ درصد از قیمت فروش کل باشد.

پرداخت به ازای لید: لید یا سرخ، به مشتریان بالقوه‌ای گفته می‌شود که هنوز به مشتری بالفعل تبدیل نشده‌اند. در این حالت، کمیسیون برای هر لید معتبر که توسط افیلیت جذب شده باشد پرداخت می‌شود. این روش بیشتر برای مواقعی مناسب است که مشتریان برای خرید به زمان بیشتری نیاز دارند. به عنوان مثال، زمانی که هنوز برند به اندازه کافی معروف نشده و مشتریان، اطلاعات کافی درباره آن ندارند.

پرداخت ثابت: این روش ساده‌ترین میزان محاسبه را دارد. تنها کافیست صاحبان کسب و کار، مبلغی ثابت را به طور هفتگی یا ماهانه به ناشران خود بدهند. البته شیوه پرداخت ثابت + درصدی نیز وجود دارد که با ترکیب این شیوه با یکی دیگر از روش‌های گفته شده انجام می‌شود.

مزایای افیلیت مارکتینگ برای کسب و کارها

افیلیت مارکتینگ دارای مزایای متعددی است که شامل موارد زیر می‌شود:

- عملکرد محور بودن
- کمک به برندسازی و دیده شدن برند
- افزایش اعتبار برند
- مقرون به صرفه بودن
- جذب ترافیک بیشتر به سایت
- بازگشت سرمایه بالا
- جلب اعتماد بیشتر مخاطبان

مزایای افیلیت مارکتینگ برای ناشران

افیلیت مارکتینگ برای ناشران نیز مزایای خاص خود را دارد:

۱. کسب درآمد بیشتر: اگر به دنبال یک ایده برای شغل دوم می‌گردید، افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش می‌تواند به افزایش درآمد شما کمک کند.

۲. دسترسی به داده‌های تحلیلی رایگان: با بررسی نتایج افیلیت مارکتینگ، ناشران می‌تواند بینشی صحیح نسبت به محتوای خود نیز پیدا کنند. هرچه میزان فروش و درآمد از این طریق بیشتر باشد، به این معناست که آن‌ها نیز عملکرد خوبی در تولید و بازاریابی محتوا داشته‌اند.

۳. اختیار در تعیین شرایط همکاری: ناشران می‌توانند شرایط همکاری را بر اساس نیازهای خود تنظیم کنند و از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردار باشند.

سخن پایانی

افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش، یک روش مفید برای افزایش درآمد و گسترش بازار محصولات و خدمات است. این سیستم هم به برندها کمک می‌کند تا مخاطبان جدیدی جذب کنند و هم برای ناشران فرصت‌های زیادی برای کسب درآمد فراهم می‌آورد. با پیروی از مراحل درست اجرا و انتخاب کانال‌های مناسب، هر دو طرف می‌توانند از مزایای این مدل تجاری بهره‌مند شوند. اگر شما نیز به دنبال راهی برای افزایش درآمد خود هستید، همکاری در فروش می‌تواند یک مسیر جذاب باشد.

منبع

+

<https://www.yektanet.com/blog/۵۱۳۶/%D۸%A۷%D۹%۸۱%DB%۸C%D۹%۸۴%DB%۸C%D۸%AA-%D۹%۸۵%D۸%A۷%D۸%B۱%DA%A۹%D۸%AA%DB%۸C%D۹%۸۶%DA%AF-%DB%۸C%D۸%A۷-%D۹%۸۷%D۹%۸۵%DA%A۹%D۸%A۷%D۸%B۱%DB%۸C-%D۸%AF%D۸%B۱-%D۹%۸۱%D۸%B۱%D۹%۸۸%D۸%B۴-%DA%۸۶%DB%۸C%D۸%B۳%D۸%AA/>