

ЕВГЕНИЙ ПРУССАКОВ

Автор мирового бестселлера «Управление
партнерской программой в Интернете. Один час в день»

ПАРТНЕРСКИЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ «ЧАЙНИКОВ»



Номинант в категории
Маркетинг

Ответы на вопросы, которые
у вас обязательно возникнут



Евгений Игоревич Пруссаков Партнерский маркетинг для «чайников». Ответы на вопросы, которые у вас обязательно возникнут

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=22958872

*Партнерский маркетинг для «чайников». Ответы на вопросы, которые у вас обязательно возникнут: ДМК Пресс; Москва; 2014
ISBN 978-5-97060-100-6*

Аннотация

Признанный эксперт и один из самых влиятельных людей в области партнерского маркетинга, автор и спикер, известный своей образовательской деятельностью, знакомит читателя с ключевыми концепциями партнерского маркетинга, отвечая на самые важные вопросы и обеспечивая вас знаниями, необходимыми для начертания своей дорожной карты к успеху. В формате «вопрос-ответ» книга отвечает на 60 вопросов, закладывая надежный фундамент для построения успешных партнерских кампаний. Книга предназначена для интересующихся партнерским маркетингом и покрывает все его ключевые аспекты на базовом уровне.

Содержание

Посвящение	5
Вступление	6
Благодарности	7
Об авторе	8
Авторское предисловие к русскому изданию	11
Предисловие	13
Введение	16
I. Основы	18
Что такое партнерский маркетинг?	18
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Евгений Пруссаков

Парнерский маркетинг для «чайников». Ответы на вопросы, которые у вас обязательно возникнут

Все права защищены. Любая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Материал, изложенный в данной книге, многократно проверен. Но поскольку вероятность технических ошибок все равно существует, издательство не может гарантировать абсолютную точность и правильность приводимых сведений. В связи с этим издательство не несет ответственности за возможные ошибки, связанные с использованием книги.

© Пруссаков Е. И., 2014

© Оформление, ДМК Пресс, 2014

* * *

Посвящение

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

Моей бабушке, Лидии Безобразовой

Вступление

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

Благодарности

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

Об авторе

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

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

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

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

В 2007 году Евгений выпустил первую книгу о партнерском маркетинге, «Практическое руководство по партнерскому маркетингу: справочник для менеджеров программ и продавцов», которая стала (и по сей день остается) бестселлером в нише управления партнерской программой. В 2008 году вышла его книга «Онлайн-покупки глазами потребителей». В 2010 году большое количество его статей о лидерстве, мотивации и управлении партнерскими программами было включено в книгу «Интернет-маркетинг от настоящих экспертов». В 2011-ом он выпустил свой самый известный бестселлер «Управление партнерской программой в Интернете за один час в день» (опубликованный также издательством «ДМК Пресс» на русском языке в 2014 году).

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

тинг».

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

Авторское предисловие к русскому изданию

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

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

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

Важно подчеркнуть, что данное издание – перевод. За работу над ним, а также полезные комментарии, которые помогли сделать текст более понятным российскому читателю, учитывая российские реалии и опыт, выражаю отдельную благодарность Александру Полякову, коммерческому директору сети «Где Слон?». Также хочу поблагодарить Дмитрия Мовчана, генерального директора «ДМК Пресс» за оперативную публикацию книги, которая стала уже вторым нашим совместным проектом в течение одного года.

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

Предисловие

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

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

но создавая для себя источники доходов.

Мое агентство занималось ведением для клиентов крупномасштабных рекламных кампаний с оплатой за клики, как раз когда отрасль партнерского маркетинга начала развиваться взрывным темпом. За управление компанией мы обычно получали процент от потраченного медийного бюджета. К сожалению, нам не платили за всю ту ценность, которую мы на самом деле приносили клиентам. Однажды мы поняли, что можем зарабатывать больше, участвуя в партнерских программах. Мы начали приобретать на собственные деньги трафик с оплатой за клики и направлять его на партнерские программы с высокими выплатами – в надежде, что он окупится. Это заставило нас заниматься улучшением посадочных страниц, на которые мы направляли свой трафик, что привело к рождению SiteTuners. С тех пор SiteTuners стало лидирующим агентством в сфере оптимизации коэффициента конверсии (CRO, Conversion Rate Optimization) – помогающим большим и маленьким компаниям повысить эффективность своих сайтов и посадочных страниц.

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

ценных финансовых возможностей; к сожалению, такого человека не нашлось.

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

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

Тим Эш

CEO SiteTuners

*Основатель и председатель Conversion Conference Автор
бестселлера «Оптимизация посадочных страниц»
(Landing Page Optimization)*

Введение

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

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

Эта книга состоит из трех глав:

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

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

Также в книге есть приложение – *Глоссарий терминов и*

сокращений партнерского маркетинга, которые необходимо знать.

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

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

I. Основы

Что такое партнерский маркетинг?

Если просто, то партнерский маркетинг – это реклама с оплатой за результат, когда партнер занимается продвижением товара и (или) услуги рекламодателя, получая вознаграждение за каждую продажу, переход или подписку, привлеченную данному рекламодателю. Наиболее распространенные модели оплаты включают: оплату за продажу (PPS, Pay Per Sale), оплату за лид (PPL, Pay Per Lead) и оплату за переход (PPC, Pay Per Click); я расскажу о каждой из них подробнее далее по тексту.

Согласно Forrester Consulting, в 2013 году расходы на партнерский маркетинг в США составили почти 3 миллиарда долларов, а прогнозы на 2016 год обещают рост до 4,5 миллиарда. По данным исследования, проведенного в 2013 году PriceWaterhouseCoopers по заказу IAB UK в Великобритании, по каналу партнерского маркетинга привлекается около 100 миллионов транзакций и 70 миллионов лидов ежегодно, что составляет 7–9 % от рекламных бюджетов и 0,6 % ВВП страны (почти столько же, сколько сельское хозяйство).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.