

АЛЕКСЕЙ ЗЛОБИН

**YouTube и социальные сети
как источники трафика
для CPA-офферов**



Алексей Злобин
YouTube и социальные
сети как источники
трафика для CPA-офферов

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=28954400

ISBN 9785449028389

Аннотация

В данной книге планируем рассмотреть такие источники получения трафика для CPA-офферов, как YouTube и некоторые социальные сети (ВКонтакте, Twitter, Pinterest, Instagram). В ходе рассмотрения всех перечисленных систем необходимо будет обратить внимание, какие сервисы наиболее подходят для сбора игрового трафика, целевой аудитории покупателей электроники, одежды, авиабилетов и так далее.

Содержание

Введение	5
Трафик с YouTube для CPA офферов	6
Шаг 1. Определение тематики	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

YouTube и социальные сети как источники трафика для CPA-офферов

Алексей Злобин

© Алексей Злобин, 2018

ISBN 978-5-4490-2838-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Для CPA офферов приемлемы различные способы получения трафика: от поискового до дорвейного. Кроме этого, не следует забывать, что офферы очень приятны в плане получения прибыли. При правильном и грамотном использовании трафик можно монетизировать с большей выгодой, нежели используя, скажем, контекст или СРМ. Наиболее сложным этапом в таком виде заработка является сбор тематического трафика – целевых посетителей, которые в конечном итоге должны стать потребителями товаров и услуг.

В данной книге планируем рассмотреть такие источники получения трафика для CPA офферов, как YouTube и некоторые социальные сети (ВКонтакте, Twitter, Pinterest, Instagram). В ходе рассмотрения всех перечисленных систем, необходимо будет обратить внимание, какие сервисы наиболее подходят для сбора игрового трафика, целевой аудитории покупателей электроники, одежды, авиабилетов. Это связано с тем, что все выбранные источники трафика во многом отличаются друг от друга, но, тем не менее, некоторые их функциональные особенности являются характерными и для других сервисов. Таким образом, нас помимо обзора источников трафика для CPA, перечисленные системы будут интересовать и для выявления основных подходов при использовании социальных сетей.

Трафик с YouTube для CPA офферов

Речь пойдет о том, как при помощи самого популярного видеохостинга можно заработать, монетизировав трафик.

Необходимо отметить особенность заработка на CPA с помощью YouTube: не каждую тематику можно активно продвинуть при помощи рассматриваемого сервиса. Если Вы, к примеру, выберете тематику онлайн-игр или гаджетов, то у Вас не возникнет никаких проблем с продвижением видео в YouTube и получите дополнительных посетителей на ресурс. Если же выбранная Вами тема, скажем, брендовая одежда, то могут возникнуть проблемы с созданием видеороликов, которые будете заливать на свой канал в ютубе (признаться, смог придумать с ходу только десяток идей для видео по теме «Timberland», при этом все же верю, что нет ничего невозможного). Итак, предлагаю пошагово рассмотреть все действия, которые нам необходимо предпринять, чтобы заработать при помощи ютуб.

Шаг 1. Определение тематики

Итак, прежде всего, предлагаю определиться с тематикой блога. Для того, чтобы грамотно ее выбрать и начать зарабатывать как можно быстрее при помощи YouTube, мы должны использовать несколько инструментов.

Во первых, если Вы решили создавать коммерческий проект, на котором планируете зарабатывать, то предлагаю Вам ознакомиться с офферами, которые предлагает Вам выбранная партнерская программа. Это связано с тем, что если Вы решили создавать сайт о корме для рыбок, а повесите на него рекламу смартфонов HTC, CTR будет невероятно низок и отдачи Вы не получите, кроме этого, подобрать рекламу, которую получится размещать на сайте с максимальной отдачей с выбранной тематикой не получится.

После того, как Вы определились с CPA и выбрали офферы, которые будете использовать, необходимо определиться с контентом, продающими страницами, а как следствие и темами видеороликов, которые будем заливать на свой канал. Не стоит забывать про главное правило: видео должно максимально соответствовать странице на сайте, к которой оно привязано.

Допустим, что мы решили посвятить наш сайт смартфонам, планшетами и прочим гаджетам. Такой выбор мы сделали потому что рынок постоянно растет и обновляется и мы

можем работать как в очень узком направлении (скажем, будем продвигаться под запросами HTC One), так и в глобальном (аппараты на Android).

Далее предлагаю ознакомиться с трендами – темами, которые больше всего интересуют пользователей в последнее время.

Начать можно с Google Trends. После выбора настроек, мы получаем примерно следующие результаты за последние 7 дней.

Итак, мы наблюдаем довольно интересную картину: по заинтересовавшей нас теме гаджетов, за последнее время замечен рост интереса пользователей Интернета к Samsung Galaxy. Безусловно, мы можем изначально обратиться не к трендам Гугла, а, скажем, к вордстату Яндекс, однако нас на данном этапе не особо интересует определение точного вхождения низкочастотника со словом galaxy, так как мы не планируем продвигать наш сайт, используя поисковые системы. Куда важнее для нас на этом этапе определить интерес рядового пользователя рунета, чтобы начать паразитировать на нем.

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.