

Библиотека успешного партнера

Партнер-Инвестор

Секреты эффективного
продвижения партнерских продуктов
с помощью платной рекламы



 Dmitry
Pecherkin

Дмитрий Печеркин

www.biblioteka-partnera.ru

Партнер-Инвестор
Секреты эффективного продвижения
партнерских продуктов с помощью платной рекламы

Библиотека
успешного
партнера

Изучите этот бесплатный видеокурс прежде, чем читать книгу



*Посмотрите 3 часа видео, чтобы усвоить
информацию из этой книги в полном объеме!*

Нажмите сюда, чтобы получить
видеокурс бесплатно прямо сейчас

Оглавление

Коротко об авторе и книге	4
Важная информация о книге	5
Введение.....	6
Основные принципы дальнейшей работы.....	7
Как выбрать партнёрский продукт для платной рекламы?	10
Контекстная реклама.....	17
Основы работы с контекстной рекламой.....	20
10 фишек продвижения партнёрских продуктов в контекстной рекламе	22
Дополнительные обучающие материалы по заработку в партнёрских программах с помощью контекстной рекламы	35
Реклама в рассылках	36
Основы работы с тематическими рассылками	36
Где найти тематические рассылки?	37
Как договариваться о рекламе с авторами рассылок?.....	42
Виды рекламы в рассылках.....	44
Расценки на рекламу в рассылках.....	46
Ссылочная и баннерная реклама	48
Какие сайты вам подойдут?	48
Ссылочная реклама.....	49
Баннерная реклама.....	53
Заключение	57

Коротко об авторе и книге



Дмитрий Печёркин является специалистом по продаже информации в сети Интернет.

За его плечами не один десяток успешных релизов информационных продуктов, как своего изготовления, так и других авторов.

Основная деятельность - обучение построению информационного бизнеса на своих и чужих инфопродуктах.

Онлайн-предпринимательством занимается с 2009 года. Имеет опыт выступления в качестве спикера на конференции "Практика партнёрского маркетинга" в

Москве.

Владелец коммерческих онлайн-проектов:

- [«Секреты инфобизнеса от Дмитрия Печёркина»;](#)
- [«Все про партнерки \(партнерские программы\) инфопродуктов»;](#)
- [«Все о реселлинге \(бизнесе на правах перепродажи\) инфопродуктов»;](#)
- [«Бесплатные обучающие курсы в режиме онлайн!»;](#)
- [«Прием оплаты и партнерка за 57 минут!»;](#)
- [«10 шагов к прибыльному бизнесу на Google AdSense».](#)

Данная книга входит в состав его нового проекта под названием *«Библиотека успешного партнёра»*. В рамках этого проекта вы сможете получить серию книг по заработку в партнёрских программах. Одна из этих книг сейчас находится в ваших руках.

Если вы хотите получить остальные книги в рамках серии, нажмите на ссылку

[Нажмите сюда, чтобы получить серию книг](#)
[«Библиотека успешного партнёра»](#)

Важная информация о книге

Несколько важных моментов, прежде чем мы с Вами начнём.

Замечание #1. В книге отражено мнение автора и его личный опыт, которые могут не совпадать с мнением и опытом читателя.

Автор этой книги не несет ответственности за действия, которые будут выполнены читателем после её прочтения, а также за неверную интерпретацию её содержания. Читатель книги принимает ответственность за использование её материалов на себя.

Замечание #2. Ваши права на книгу

Данная книга является урезанной демо-версией полной книги, которую Вы сможете получить в комплекте [«Библиотека успешного партнёра»](#).

С этой демо-версией вам разрешается делать всё что угодно: читать, распечатывать на принтере, отправлять по почте своим друзьям и знакомым, выкладывать на своих сайтах и блогах, давать бонусом за подписку на вашу рассылку, раздавать подписчикам в очередном выпуске рассылки и т.д.

Единственное, что вам запрещено – это продавать извлекать из нее коммерческую выгоду (продавать за деньги и прикладывать бонусом к коммерческим предложениям).

Замечание #3. Вы можете не просто раздавать эту книгу, но еще и заработать деньги на её распространении. Все подробности [смотрите на этой странице >>](#)

Замечание #4. Данная книга предназначена для тех людей, которые уже имеют некоторое понятие о заработке в партнёрских программах. Если вы впервые слышите об этом виде онлайн-предпринимательства, то многие моменты из книги вам будут просто-напросто непонятны!

Поэтому в обязательном порядке перед прочтением книги изучите бесплатный видеокурс [«3 базовых стратегии заработка в партнёрских программах инфопродуктов»](#).

Там вы получите все вводные сведения по теме и сможете полноценно усвоить информацию из этой книги.

Введение

В своей серии книг [«Библиотека успешного партнёра»](#) я тщательно обходил тему заработка на партнёрках с помощью платной рекламы по одной простой причине. И причина эта тесно связана с понятием «инвестор». Вот оно:

***Инвестор** — лицо или организация, совершающее связанные с риском вложения капитала, направленные на последующее получение прибыли (инвестиции). Если проект будет убыточным, то капитал будет утрачен полностью или частично.*

В данном определении речь идет о вложении денег в бизнес, акции, фондовый рынок, недвижимость и другие финансовые инструменты, которыми пользуются для приумножения своих средств профессиональные инвесторы. И все эти инструменты связаны с риском потери денег.

Если инвестор обладает хорошими знаниями и навыками, то эти риски он способен минимизировать. Но всё равно, любая инвестиция, которая сулит возможность получить хорошие прибыли, связана с риском. И 100% гарантии того, что инвестор не потеряет на ней все вложенные деньги или их часть, нет (если не брать в расчет банковские вклады и тому подобные инвестиции с заранее известной процентной ставкой).

То же самое можно сказать и о заработке в партнёрских программах с помощью платной рекламы.

Партнёр, который захочет зарабатывать с помощью методик, изложенных в этой книге, точно так же должен вложить свои деньги (капитал) в платную рекламу (инвестиции). И точно так же, если вложения в рекламу не окупятся полученными комиссионными, что не исключено, то его капитал будет утрачен полностью.

Поэтому книга и называется «Партнёр-Инвестор». Из неё вы узнаете, какие виды инвестиций в платную рекламу партнёрских продуктов вы можете сделать, а также каким образом можно уменьшить риски потери денег в тех или иных видах инвестиций.

Однако вы должны всегда помнить, что риски существуют и четко следовать правилу профессиональных инвесторов:

Рискуйте только теми деньгами, которые вы можете без проблем потерять!

Желаю вам удачи в партнёрском инвестировании!

*С уважением, автор книги,
Дмитрий Печёркин*

Основные принципы дальнейшей работы

Прежде, чем мы начнем двигаться дальше, вам нужно будет понять основные принципы вашей дальнейшей работы, чтобы не наделать ошибок в будущем.

Принцип #1. Не инвестируйте последние и чужие деньги

Еще раз повторю основное правило профессиональных инвесторов:

Рискуйте только теми деньгами, которые вы можете без проблем потерять!

На самом деле, если имеющихся у вас денег хватает только на бытовые нужды, не играйте ими в игру под названием «инвестиции».

Да, вы потенциально сможете заработать на партнёрах с помощью платной рекламы и приумножить свои деньги. Но с точно такой же вероятностью вы можете их и потерять!

Как вы тогда будете покупать продукты, оплачивать жилье, транспорт и так далее? Прискорбно будет, если вы потратите все деньги на рекламу какой-нибудь партнёрки, а потом пару недель будете жить впроголодь. Уверен, что после этого вы полностью разочаруетесь в партнёрском маркетинге 😊

То же самое касается и денег, взятых в долг. Не нужно брать кредитов с целью вложения их в рекламу партнёрских продуктов, чтобы по-быстрому «поднять бабла», вернуть кредит и прибыль забрать себе. А вдруг вы всё потеряете? Как вы потом будете возвращать этот долг?

Поэтому вкладывайте в платную рекламу партнёрских продуктов только излишки ваших денег, которые не жалко будет потерять. Заработаете на этом – прекрасно! Не заработаете – не смертельно, на ваш уровень жизни это особо не повлияет.

Вполне возможно, что со временем вы приобретёте огромный опыт по части этого вида инвестирования и сможете позволить себе больше риска. Но когда вы только начинаете, будьте максимально осторожны!

Принцип #2. 7 раз подумай, 1 раз прорекламируй

На сегодняшний день партнёрских продуктов в Рунете – море! На моём сайте-каталоге [«Все о партнёрах инфопродуктов»](#) размещено описание сотен партнёрских продуктов в различных тематических нишах. И каждый день этот сайт пополняется описаниями все новых и новых продуктов.

Но вы должны понять одну вещь. Далеко не все эти продукты хорошо продаются. И даже не половина. В каких-то нишах люди неохотно платят за информацию, у каких-то

продуктов неудачно выбрана тема или плохо написан продающий текст, а у каких-то - клиентам предоставляются неудобные способы оплаты.

В итоге многие продукты продаются далеко не так хорошо, как хотелось бы их авторам и участникам их партнёрских программ.

Вложившись в рекламу такого продукта, вы рискуете потерять свои деньги просто потому, что продукт не будут покупать (или будут покупать очень редко).

Поэтому прежде, чем регистрироваться в партнёрской программе первого попавшегося продукта и отдавать деньги за его платную рекламу, вам нужно сначала очень хорошо всё продумать, просчитать и протестировать.

В следующей главе я дам несколько советов по выбору продуктов для платной рекламы. Больше советов вы сможете найти в книге [«Та самая партнёрка!»](#), которая целиком посвящена выбору партнёрских программ и продуктов для работы.

Принцип #3. Ещё раз о рисках...

На протяжении всей этой книги я ещё не раз буду повторять, что существуют определенные риски потери своих вложений в рекламу, чтобы вы этого не забывали 😊

Но сейчас речь немного не об этом...

Давайте взглянем на процесс инвестирования ваших денег с двух противоположных сторон – со стороны партнера (вас) и со стороны автора продукта, который вы будете рекламировать по своей партнёрской ссылке.

Итак, вы как партнер:

- получаете процент с продажи продукта (в среднем - 25-50%);
- тратите своё время на поиск оптимальных методов рекламы;
- рискуете своими деньгами, вкладывая их в платную рекламу;
- зато вы не тратитесь на создание продукта, его отправку клиентам и т.д.

Автор продукта, в свою очередь:

- имеет большую часть прибыли с ваших продаж(50-75%);
- получает эту прибыль «на автомате», не затрачивая времени и денег;

- зато он изначально вложился в создание продукта, тратит деньги на его отправку клиентам (если продукт записан на физические носители), осуществляет техподдержку клиентов и так далее.

Как вы думаете, справедлив ли такой расклад?

С одной стороны, вроде бы да. Ведь автор вложил свои усилия и время в создание продукта, а вы после регистрации в партнёрке получаете всё уже в готовом виде.

Но, с другой стороны, автор не рискует ни временем, ни деньгами ради того, чтобы получить деньги за свой интеллектуальный труд:

- если у вас всё получится, и вы окупите свои вложения, он заработает деньги;
- если ваши комиссионные будут равны вложенным средствам, и вы «выйдете в ноль», он заработает деньги;
- если вы потратите деньги на рекламу, не получите продаж и потеряете свои вложения, он ничего не заработает. Но и не потеряет тоже!

В итоге получается, что автор продукта не рискует вообще ничем. Будут у вас продажи - хорошо. Не будет - тоже ничего страшного ☺

В данном случае вы работаете на бренд, популярность и продаваемость данного продукта и автора. Пока вы его рекламируете, вы можете заработать деньги. Когда перестанете давать рекламу, ваш источник прибыли иссякнет. Но автору продукта от этого не будет ни горячо, ни холодно. Ведь кроме вас у него есть ещё и другие партнёры...

Если вы не хотите мириться с такой ситуацией, рекомендую вам в обязательном порядке прочитать книгу [«Рассылка успешного партнёра»](#).

Из неё вы узнаете о том, как с помощью простых инструментов создать собственный бренд в виде почтовой рассылки и использовать платную рекламу для набора подписной базы. А уже потом этой подписной базе предлагать партнёрские продукты.

Выгода такого подхода очевидна! В этом случае вы работаете уже на себя. Платная реклама в любом случае будет приносить вам новых подписчиков (в отличие от прямой рекламы партнёрок).

А своим подписчикам вы уже сможете предлагать различные партнёрские продукты, причем это не будет отнимать у вас много времени и денег. Именно этим приёмом пользуются самые успешные партнёры, которые зачастую зарабатывают больше всех комиссионных в любой партнёрской программе.

Как выбрать партнёрский продукт для платной рекламы?

Еще раз повторюсь, что полноценную информацию по грамотному подбору партнёрских продуктов вы найдете в книге [«Та самая партнёрка!»](#). В этой же главе я обращаю ваше внимание только на самые важные моменты, без которых вся дальнейшая работа может пойти насмарку.

Момент #1. Тестирование и еще раз тестирование

На самом деле, предсказать, какой продукт будет продаваться, а какой - нет, невозможно!

Конечно, можно написать автору продукта письмо и спросить его о том, как обстоят дела с продажами, какова конверсия продающего текста, сколько зарабатывают другие партнёры и т.д. Более того, вы должны это сделать хотя бы для того, чтобы оценить адекватность ответов автора. Но слишком сильно на них полагаться всё равно не стоит...

Единственно верный способ узнать, продается ли продукт на самом деле или нет – это взять и... начать его рекламировать! ☺

Только при тестировании в режиме реального времени вы сможете понять, стоит ли дальше заниматься рекламой этого продукта или нет. Если продаж не будет, что ж, вам придётся либо сменить стратегию рекламы, либо признать тот факт, что ваша инвестиция провалилась.

Но пока вы в реальном времени не посмотрите, как идут продажи, все предварительные размышления и расчёты не будут иметь особого смысла. В любом случае, рано или поздно вам придётся взять и попробовать порекламировать этот продукт!

Момент #2. Оцените продающий текст с позиции клиента

Прежде, чем где бы то ни было размещать рекламу продукта, вы должны чётко представить себе портрет потенциального клиента. Какого он примерно возраста, пола, социального статуса, профессии и т.д. И самое главное - какие у него есть проблемы, заставляющие его приобрести данный продукт (ведь информацию покупают не просто так, ради интереса, а с конкретной целью – решить определённые жизненные проблемы). Если самостоятельно сложно представить такой портрет, можно обратиться к автору продукта. Уж он-то должен знать свою целевую аудиторию лучше, чем вы!

После того, как вы представили портрет клиента, представьте, что вы – это он... Глубоко вдохните, закройте глаза и откройте их уже новым человеком, настроенным на решение своих проблем.

А теперь откройте продающий текст продукта и внимательно его прочитайте. Строчку за строчкой, слово за словом.

Задайте себе вопросы:

- всё ли так гладко выглядит в этом тексте, как представляется на первый взгляд?
- грамотно ли написан текст, нет ли описок, ошибок и оговорок?
- интересно и увлекательно ли читать этот текст?
- опирается ли текст на решение моих проблем или там по большей части говорится о чём-то отвлечённом?
- купил бы я сам этот продукт, находясь в образе потенциального клиента?
- не закрадываются ли в голову разные сомнения о том, точно ли решит этот продукт мои истинные проблемы? А если закрадываются, снимаются ли эти сомнения посредством того же продающего текста?
- если у продающего текста есть отзывы, выглядят ли они правдоподобно? Или похоже, что автор продукта написал их сам?

В общем, представьте, как думал бы потенциальный клиент, находясь сейчас на вашем месте, и проведите полную проверку продающего текста. Если ваша интуиция подсказывает, что где-то что-то не так, значит, скорее всего, так оно и есть.

По большому счёту, основную массу продающих текстов в Рунете пишут не профессиональные копирайтеры. Поэтому, какой бы классный ни был продукт, его продающий текст может хромать на обе ноги, что сильно скажется на продажах.

Убедитесь в том, что текст нравится вам самому. Это главный критерий того, что можно попробовать работать с этим продуктом.

Момент #3. Оцените дизайн продукта и продающего сайта

Ещё одним немаловажным фактором, влияющим на покупаемость продукта, является дизайн обложки продукта и в целом продающего сайта.

Есть такая поговорка: «Встречают по одежке...»

Это справедливо и по отношению к информационным продуктам. Чтобы продажи были хорошие, продукт должен быть «завернут» в красочную и приятную упаковку.

Сейчас становится всё меньше продуктов, имеющих отвратительный дизайн обложки и ужасное форматирование продающего текста. Но они всё ещё есть. Поэтому сразу же при прочтении продающего текста обращайтесь внимание и на эти параметры. Всё должно быть на уровне!

Например, мне очень нравятся дизайны продуктов у [издательства Info-DVD](#). На мой взгляд, это эталоны, которых следует придерживаться всем авторам информационных продуктов. Хотя это лишь мой взгляд, у вас же может быть свой собственный 😊

Главное, чтобы внешнее оформление продукта и его продающего сайта нравилось лично вам. В этом случае, скорее всего, и потенциальным клиентам оно тоже придётся по вкусу.

Момент #4. Протестируйте форму заказа продукта

Попробуйте нажать на кнопку заказа на продающем сайте продукта и посмотрите, какие системы оплаты предлагаются клиенту. Удобна ли процедура оформления заказа? Достаточно ли возможностей для оплаты продукта? Вы сами смогли бы с легкостью заказать этот продукт, или у вас возникли бы какие-то затруднения?

Если продукт записан на физический носитель в виде DVD-диска, то желательно, чтобы его можно было заказать наложенным платежом, а также с помощью службы курьерской доставки (как минимум, по Москве).

Хотя наложенный платёж является самым неудобным для автора продукта способом приёма оплаты, в России до сих пор очень многие люди выбирают для заказа информационных продуктов именно этот метод. И если его нет, то эти люди не смогут сделать заказ (а вы не получите тех комиссионных, которые могли бы получить).

Кроме данных способов, у клиентов должна быть возможность оплатить продукт через системы денежных переводов типа Contact и Western Union, картами Visa и MasterCard, банковскими и почтовыми переводами, через терминалы приёма оплаты, через интернет-банк, электронными деньгами и так далее.

Обычно все эти способы объединяют в себе так называемые системы-агрегаторы приёма платежей типа RBK Money, RoboKassa, InterKassa, SpryPay и другие.

Убедитесь, что клиенту предоставляется возможность сделать оплату хотя бы через одну из этих систем. В идеале этих систем должно быть подключено несколько штук.

Помните, что у клиента должно быть минимум времени на раздумье. Он должен нажать на кнопку заказа и сразу же оформить заказ удобным для него способом. Если он не найдет подходящего для себя метода оплаты, велика вероятность, что он просто откажется от покупки вместо того, чтобы писать автору продукта и искать альтернативу.

Момент #5. Рассчитайте среднюю стоимость одного посетителя продающего сайта

Теперь, если выбранный вами продукт соответствует вышеприведенным критериям, рассчитайте среднюю стоимость одного посетителя продающего сайта по вашей партнёрской ссылке.

Этот расчет очень прост, особых познаний в математике тут не требуется 😊

Для наглядности приведу простой пример.

Допустим, вы решили рекламировать какой-нибудь видеокурс по обучению компьютерной грамотности. Это популярная тема, в которой много похожих продуктов.

Посмотрите раздел [«Компьютер для чайников»](#) на моём сайте. Как видите, там есть продукты, отличающиеся как по цене, так и по размеру комиссионных, которые вы получите с их продаж.

К примеру, один из продуктов стоит 1500 рублей. Вам полагается 30% комиссионных с каждой продажи. *Итого вы получаете 450 рублей комиссионных.*

Второй продукт стоит 2370 рублей. Вам полагается 25% комиссионных с каждой продажи. *Итого вы получаете 593 рубля комиссионных.*

Теперь очень важный момент.

Конверсия продающего текста продукта – это отношение количества покупателей к количеству посетителей этого текста, выраженное в процентах.

К примеру, если на продающий текст в среднем заходит 100 человек, и из них 1 стабильно покупает продукт, то конверсия равна $(1/100) * 100\% = 1\%$

Соответственно, если на каждые 300 человек совершается 1 покупка, конверсия такого продающего текста равна $(1/300) * 100\% = 0,33\%$

Так вот, **вы не можете заранее знать конверсию конкретного продающего текста!**

Да, вы можете спросить её значение у автора продукта. Вы даже можете спросить других партнёров, которые занимаются рекламой этого продукта. Но то, что вам ответят, будет иметь мало отношения к реальности...

Всё дело в том, что конверсия одного и того же продающего текста может быть совершенно разной для каждого отдельного случая, потому что:

Конверсия зависит от той аудитории, которую вы привлекаете!

Да, вы можете по своей партнёрской ссылке привлечь тысячи посетителей. Осуществить это можно без особых проблем. Но если этих людей в принципе не интересует тема продукта, то и продаж вы не получите. В итоге в вашем случае конверсия будет нулевая или очень низкая.

Другой партнёр привлечет всего 100 человек. Но все они будут очень сильно заинтересованы в той информации, которую даёт продукт. И его конверсия может составить 3, 5, а то и 10%.

И это, заметьте, **для одного и того же продающего текста!**

Поэтому практически бессмысленно спрашивать конверсию у других людей. Нужно замерять СВОЮ конверсию и ориентироваться только на СВОИ результаты.

Итак, вернёмся к нашим расчётам...

Поскольку мы заранее не можем предположить конверсию, то в расчётах будем ориентироваться на среднестатистические значения конверсии продающих текстов по Рунету.

На сегодняшний день средняя конверсия продающих тестов информационных продуктов составляет 200-500 посетителей на 1 продажу (или 0,2-0,5%).

Конечно, есть продукты с более высокой конверсией. У других продуктов конверсия будет намного ниже, какую аудиторию ни привлекай. Но заранее этого, ещё раз повторяю, узнать нельзя.

Поэтому будем ориентироваться на среднюю конверсию в размере 300 посетителей на одну продажу, и сделаем расчёт стоимости одного посетителя. Она определяется по формуле:

Стоимость 1 посетителя = Комиссионные с продажи (руб) / кол-во посетителей на 1 продажу (чел)

Для первого продукта стоимость 1 посетителя будет составлять $450/300 = 1,5$ рубля.

Для второго продукта – $593/300 = 2$ рубля

Это средние расчёты для «выхода в ноль». То есть, если вы для первого продукта вложите 1,5 рубля в каждого посетителя и конверсия продающего сайта в вашем случае окажется равной 0,33%, то вы «выйдете в ноль». Все деньги, вложенные в рекламу, возместятся комиссионными. Вы не заработаете, но зато и не потеряете деньги.

Если же конверсия окажется выше или вам удастся привлечь посетителей по цене менее 1,5 рублей, то вы окажетесь в плюсе. Если же наоборот – в минусе. Вот и весь сказ 😊

Момент #6. Попросите повышенные комиссионные!

Продвигая чужие продукты, вы, по сути, являетесь заложником правил, установленных другими людьми – авторами продуктов.

Вы не можете влиять на цену продукта. Вы не можете изменять продающий текст, если считаете, что он написан не совсем хорошо. Вы не можете отслеживать результативность рекламы (кроме заказов продукта, которые отображаются в партнёрском аккаунте).

Но вы можете и должны сделать кое-что другое...

Попросите у автора продукта повышенные комиссионные!

Да-да, я не шучу ☺

В каждой партнёрке автор устанавливает стандартные комиссионные, которые получают все партнёры по умолчанию. У кого-то это 20%, у кого-то - 25%, а у кого-то - 30%.

Но вам вовсе незачем работать за такие комиссионные, когда есть возможность работать за 40-50%!

По идее, повышенные комиссионные авторы продуктов дают ключевым партнёрам – обладателям больших подписных баз, посещаемых сайтов и т.д.

Но почему бы вам просто не взять и не попросить и для себя то же самое?

Конечно, вам могут отказать. В некоторых партнёрках с комиссионными строго. Делаешь столько-то продаж, либо предоставляешь скриншот сервиса рассылки с доказательством, что у тебя крупная подписная база, и только после этого получаешь повышение.

Но в других партнёрках авторы без проблем поднимут вам комиссионные. Ведь, по сути, им ВЫГОДНО, чтобы вы работали. И неважно, какие комиссионные вам придется платить. Без вас они не получают тех продаж, которые вы им можете принести. А с вами они заработают дополнительные деньги, даже если придется отдать вам половину прибыли.

Напишите автору выбранного вами продукта письмо примерно такого содержания:

Здравствуйте, ИМЯ_АВТОРА!

Меня зовут ВАШЕ_ИМЯ. Я зарегистрирован в Вашей партнёрской программе под логином ВАШ_ЛОГИН.

*Я собираюсь рекламировать Ваш продукт НАЗВАНИЕ_ПРОДУКТА в
НАЗВАНИЕ_СПОСОБА_ПЛАТНОЙ_РЕКЛАМЫ.*

*Поскольку я собираюсь вложить свои деньги в рекламу и пойти на риск ради того,
чтобы принести Вам продажи, то прошу поднять мне комиссионные до
РАЗМЕР_КОМИССИОННЫХ.*

*Если это невозможно на данном этапе нашего сотрудничества, напишите,
пожалуйста, что мне нужно сделать, чтобы Вы повысили мне комиссионные.*

Заранее спасибо за ответ!

С уважением, ВАШЕ_ИМЯ.

Вполне возможно, что автор вам откажет. Будьте к этому готовы и воспринимайте это спокойно. По сути, он НЕ ОБЯЗАН поднимать вам комиссионные, пока вы не продемонстрировали, на что вы способны. Ведь если вручную поднимать комиссионные каждому партнёру, не хватит времени для всех остальных дел ☺

В таком случае, возможно, он напишет вам, что поднимет комиссионные после определённого числа продаж. Это нормально. Можете приступать к работе, а когда количество продаж достигнет необходимого уровня, снова напишите ему и напомните об обещании.

В любом случае, спросить – это не сложно, и никто вас за это в лоб не ударит ☺

Зато есть вероятность, что он все-таки сделает то, что вы просите, и вы сможете по-новому пересчитать среднюю стоимость 1 посетителя и получить больше потенциальной прибыли с продаж продукта.

Итак, если вы уяснили эти моменты, то теперь можно переходить к рассмотрению способов платной рекламы.

Контекстная реклама

Контекстная реклама – это наиболее популярный способ заработка в партнёрских программах в Рунете. Правда далеко не все партнёры рассматривают её как способ инвестирования денег, поэтому совершают много ошибок и в конечном итоге теряют свои вложения.

По этой причине контекстной рекламе в этой книге будет уделено максимально пристальное внимание.

Для начала, что такое контекстная реклама? Возьму её определение из всезнающей «Википедии» ☺

Контекстная реклама — размещение интернет-рекламы, основанное на соответствии содержания рекламного материала контексту (содержанию) интернет-страницы, на которой размещается рекламный блок.

Контекстная реклама действует более избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, с интересами целевой аудитории, что повышает вероятность её отклика на рекламу.

Для определения соответствия рекламного материала странице интернет-сайта обычно используется принцип ключевых слов. На ключевые слова ориентируются и поисковые системы. Поэтому контекстная реклама с большей вероятностью будет продемонстрирована потребителю, который использует сеть Интернет для поиска интересующей информации о товарах или услугах.

Системы контекстной рекламы позволяют размещать рекламу как на страницах с результатами поиска по определенным ключевым словам, так и на сайтах, установивших блоки контекстной рекламы на своих страницах.

Иными словами, контекстная реклама показывается человеку в двух случаях:

- когда он что-то ищет в какой-нибудь поисковой системе;
- когда он посещает сайты, владельцы которых зарабатывают на показах контекстной рекламы.

На сегодняшний момент в Рунете наибольшее распространение получили 3 системы контекстной рекламы (в порядке убывания популярности):

Система #1. «Яндекс.Директ»

Сайт системы Яндекс.Директ - <https://direct.yandex.ru>

Рекламные объявления показываются на поисковых страницах Яндекса и на сайтах-партнёрах рекламной сети Яндекса.

В поиске Яндекса они выглядят так:

Поиск Почта Карты Маркет Новости Словари Блоги Видео Картинки ещё

Яндекс
Нашлось
24 млн ответов

заработать в интернете

в найденном в Екатеринбурге

расширенный поиск

Все объявления

Как заработать в Интернете?
Макс Вебер раскрывает секреты заработка в Интернете! Бесплатный курс!
maxveber.ru

Как заработать в интернете?
Среднесрочные тренды. Мастер-классы успешных инвесторов БКС. Читай
bcs-express.ru

Думаете где заработать деньги?
Андрей Колос заработал 60% за полгода. Ваши деньги могут быть в доле.
sigma-trend.com

1 **Заработок в интернете, работа в интернете. Как заработать деньги...**
ММ С чего начать Как сделать сайт Как изменить цвет
Сколько можно заработать в интернете. Ну что, звенит будильник, а хочется спать? Опять работа на "дядю" за зарплату, которой ни на что не хватает?
MoneyMaster.ru

2 **Заработок в интернете. Заработать в интернете. Работа в интернете.**
Заработок в интернете сегодня становится для многих источником финансовой независимости! ... Я расскажу как заработать в интернете прямо сейчас.
real-rabota.ru

3 **Как заработать в Интернете новичку - все способы заработать...**
Подпишитесь прямо сейчас на рассылку Как заработать в Интернете. Ваш e-mail: * Ваше имя
homebusiness.ru > Как заработать в Интернете

Яндекс.Директ

Заработать в интернете? Легко!
Зарабатывай от 120\$ в день! Без вложений! Обучение бесплатно!
games-fx.ru

Зарабатывай в интернете без риска
Используй для себя наш заработок в интернете, подпишись бесплатно
Zapa4ka.ru

Как заработать в интернет!
Уникальные решения которые могут принести миллионы! Узнай прямо сейчас!
Адрес и телефон blog.rubi-bablo.net

Заработать в интернете - легко
Заработать в интернете - легко, быстро и надежно. Узнай здесь
plusani.net

Заработать сейчас.
Реальная возможность заработать от 100\$ до 150\$ в день! Узнай как!
workscheer.ru

Честный заработок в интернете

А вот так они выглядят на страницах сайтов-партнёров:

Целовый союз художников < Идеи бизнеса
Организация, помогающая художникам и рукодельникам совместно находить заказчиков. [Подробнее>>](#)

Блог "Etsy для русских" < Как заработать в Интернете
Новый ресурс о том, что и как продавать в Интернете, чтобы неплохо зарабатывать. [Подробнее>>](#)

Первоначальная настройка блога Wordpress < Как заработать в интернете
Что в первую очередь нужно сделать при настройке блога. [Подробнее>>](#)

Как создать свой блог одним кликом < Как заработать в интернете
Простая и подробная инструкция для начинающих по созданию собственного блога на Wordpress. [Подробнее>>](#)

Тассажирские перевозки студентов < Идеи бизнеса
Междугородные перевозки студентов от дома до института. [Подробнее>>](#)

Поддержка крупными интернет-магазинами мелких торговых точек < Идеи бизнеса
Шанс получить свой кусочек пирога от крупного российского интернет-магазина. [Подробнее>>](#)

Как украинцы и россияне решают проблемы с PayPal < Идеи бизнеса
4 способа решения проблемы получения оплаты и вывода денег из PayPal. [Подробнее>>](#)

Как зарегистрировать домен за 99 рублей < Как заработать в

11
Tweet

8
Tweet

8
Tweet

7
Tweet

6
Tweet

7
Tweet

11
Tweet

10

Яндекс.Директ Все объявления

На Форекс 5 минут в день?
Узнай на семинаре «Секреты профессии трейдера». Кликлай прямо сейчас
alpari-ekaterinburg.justclick.ru

поисковое продвижение сайта!
долгосрочное и эффективное продвижение! оптимизация! от 6900 руб!
Адрес и телефон elitmaster.com
Екатеринбург

Абсолютно новый бизнес-проект!
Приглашаем партнеров для открытия офиса. 10 клиентов от компании в подарок!
Адрес и телефон sokmangostin.ru

Заработай в Интернет прямо сейчас
Революционный метод заработка в Интернет. Быстро, надежно, доступно всем.
my-binary-code.net

Откройте свой магазин пуфиков
Растущая ниша бескаркасной мебели, высокая рентабельность, низкие затраты.
Адрес и телефон b2b.fabrika-innovaciy.ru

Система #2. Google AdWords

Сайт системы Google AdWords - <https://adwords.google.com>

Рекламные объявления показываются на поисковых страницах Google и в контекстно-медийной сети - сюда относится реклама на сайтах, в rss, видеороликах и т. д.

В поиске Google они выглядят так:

Google

Все результаты Картинки Карты Ещё ▾ Инструменты поиска

Результатов: примерно 14 300 000 (0,22 сек.)

Реклама по запросу **заработать в ...** ⓘ

[До 120 руб за один опрос - mobrog.com](#)
www.mobrog.com/
Участвуйте в кратких опросах и зарабатывайте, высказав свое мнение.

[Заработать В Интернете - Ask.com](#)
www.ask.com/Заработать+В+Интернете
Ищите **Заработать В Интернете**. Найдите результаты на Ask.com.

[Зарабатывай на Forex - MaxiForex.ru](#)
www.maxiforex.ru/
1. Зарегистрируйся... 2. Начни Зарабатывать

Реклама ⓘ

[Как заработать?](#)
www.google.com/adsense
Разместите рекламу на своем сайте
Заработайте с Google AdSense.

[Откройте точку СМУФ](#)
www.bonplan.ru/
Модные кресла-мешки
Прибыль от 70 тыс. руб. ежемесячно!

[Легкие деньги с Гослото](#)
www.stoloto.ru/
Суперприз 100 000 000 рублей
Дай шанс своей удаче. Ставки онлайн

[Заработать на Forex](#)
www.corsaforex.com/
Только Компьютер и Интернет
Узнайте, как начать!

[Вложи 1000\\$ - получи 5000\\$](#)
www.instaforex.com/
Только рынок Forex может дать вам
500% прибыли. Узнайте, как начать.

[Заработок в Интернете. Работа в Интернете. Как заработать в ...](#)
wmz-zarabotok.ru/
Вы хотите узнать что такое **заработок в интернете**, работа в интернете? На этом блоге Вы найдете все о том как **заработать в Интернете** деньги без ...

[Заработок в Интернете на кликах или как заработать в интернете](#)
webtraff.ru/
автор: Александр Титов - в 128 кругах Google+
Заработок в интернете на кликах - самый лёгкий и доступный вид заработка для новичков. На сайте вы подробно узнаете, как **заработать в интернете**.
Заработок на Wtmall - Дизайнеры во фрилансе - Все ошибаются

А вот так они выглядят на страницах сайтов-партнёров:

Секреты Инфобизнеса от
Дмитрия Печёркина

Google™ Пользовательский поиск

ГЛАВНАЯ МОЯ ИСТОРИЯ БЕСПЛАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОДВИНУТОЕ ОБУЧЕНИЕ МОЯ ПАРТНЕРКА КОНТАКТЫ ПОДПИСКА

Интервью Инфобизнес Личное Психология Реклама Уроки Финансы

Навигация > [Домой](#) / [Уроки](#) / Как получить 4218 "лайков на свой сайт/блог?"

20.02.2013

[Партнерская программа](#)
www.forex4you.org
зарабатывайте на баннере! Здесь действительно много платя Реклама от Google

Как получить 4218 "лайков на свой сайт/блог?"

Дата публикации: 18 февраля, 2013

Все грамотные владельцы сайтов и блогов понимают силу т.н. "социальных рекомендаций". Хорошие материалы разносятся по Сети вирусным эффектом – их массово "ретвитят" и "лайкают".

12

Получите 3 обучающих видеокурса по 3-м стратегиям инфобизнеса **СОВЕРШЕННО БЕСПЛАТНО!**

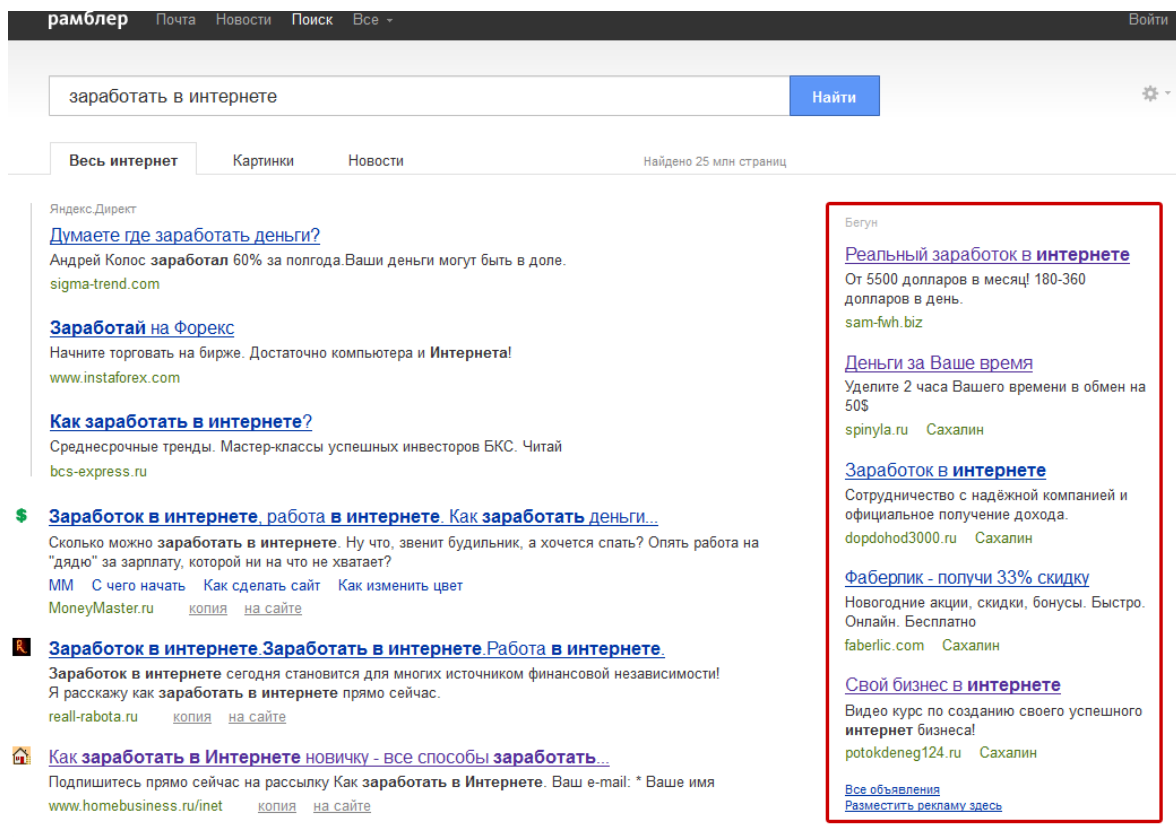
Инфобизнес от Дмитрия Печёркина. Часть 2

Система #3. Begun

Сайт системы Begun - <http://begun.ru>

Рекламные объявления показываются на поисковых страницах «Рамблера» и на других сайтах.

В поиске «Рамблера» они выглядят так:



Поскольку поиск «Рамблера» далеко не так популярен, как «Яндекс» и Google, Begun отстает от первых двух систем контекстной рекламы по количеству показов. Однако сбрасывать его со счетов всё же не нужно.

Основы работы с контекстной рекламой

Со стороны может показаться, что работать с контекстной рекламой очень просто. Вот что нужно сделать, чтобы зарабатывать на партнёрских продуктах в какой-нибудь из вышеописанных систем:

Полную версию данной книги вы найдете на официальном сайте «Библиотека успешного партнёра»

Вот что вы ещё узнаете и получите в полной версии книги:

- Как правильно инвестировать в продвижение партнёрских продуктов в контекстной рекламе;
- *10 фишек продвижения партнёрских продуктов в контекстной рекламе, о которых мало кто говорит;*
- Как правильно подбирать ключевые фразы для контекстной рекламы, ориентируясь на стоимость одного посетителя;
- *Почему много кликов по объявлениям в контекстной рекламе вовсе не означает, что вы все делаете правильно;*
- Как повысить эффективность и "правильную кликабельность" по объявлениям в контекстной рекламе;
- *Как искать такие ключевые фразы, которые недоступны большинству других партнёров - ваших конкурентов;*
- Правило "тише едешь - дальше будешь" при инвестировании в контекстную рекламу;
- *Как нестандартно подойти к продвижению партнёрских продуктов в контекстной рекламе;*
- Полное аудио-интервью по Скайпу длительностью 1 час 23 минуты со специалистом по продвижению партнёрских продуктов в Яндекс.Директе;
- *Как правильно инвестировать в продвижение партнёрских продуктов в тематических рассылках;*
- Где искать тематические рассылки, авторы которых охотно согласятся на ваше предложение о размещении рекламы;

- *Как правильно договариваться о рекламе с авторами тематических рассылок;*
- *Специальный шаблон таблицы в MS Excel для автоматического отслеживания эффективности и прибыльности рекламы в рассылках;*
- *Какие виды рекламы в рассылках бывают, и как создать материалы для каждого из этих видов рекламы;*
- *Как правильно считать реальную цену за рекламу в рассылках (это не так просто, как кажется на первый взгляд);*
- *Как правильно инвестировать в продвижение партнёрских продуктов на тематических сайтах с помощью ссылочной и баннерной рекламы;*
- *Какие сайты вам подойдут для рекламы, а на каких рекламу нельзя размещать ни в коем случае;*
- *3 способа поиска сайтов для размещения на них ссылочной рекламы;*
- *Почему сервисы для покупки ссылок не подходят для партнёрского инвестирования в ссылочную рекламу;*
- *8 самых популярных размеров баннеров, которые в идеале должны у вас быть для масштабной работы с баннерной рекламой;*
- *Где взять эти баннеры, и стоит ли брать их в аккаунте партнёрской программы;*
- *Как должен выглядеть эффективно работающий баннер для продвижения партнёрского продукта;*
- *2 способа поиска сайтов для размещения на них баннерной рекламы;*
- *30-минутное видео по работе со специальным сервисом баннерной рекламы под названием Rotaban;*
- *3 наводки для дальнейших экспериментов с партнёрским инвестированием.*

**[Нажмите сюда, чтобы получить
полную версию этой книги](#)**

*Хотите максимум информации по всем аспектам
заработка в партнёрских программах?*

Получите полную коллекцию книг «Библиотека Успешного Партнёра»



**Нажмите сюда, чтобы получить
коллекцию книг прямо сейчас**

У вас есть возможность заработать деньги на распространении этой книги!

Если у вас есть сайт или рассылка по теме электронной коммерции, и вы считаете, что эта книга будет интересна вашей аудитории - приглашаю вас заработать, распространяя ее бесплатно среди ваших подписчиков и посетителей вашего сайта.

Ваша аудитория получит ценный бесплатный контент, а вы – хорошее вознаграждение 😊

**[Нажмите сюда, чтобы узнать
подробности этого предложения](#)**