

Партнерский маркетинг мертв

Я так часто встречаю на разных блогах и форумах заявления о том, что какой-то прием или метод больше не работает, что мне самому захотелось заявить что-то подобное. Более того, в следующей статье я напишу о том, насколько мертва налоговая служба. ☺

Если без шуток, то партнерский маркетинг жив и будет жить. Единственная его проблема заключается в несколько негативном отношении к нему большинства Интернет-предпринимателей. Маркетологи-снобы почему-то всегда считали и считают партнерский маркетинг второсортным занятием.

Однако сейчас партнерский маркетинг может стать весомым источником доходов и, что самое хорошее, здесь вам практически не нужен стартовый капитал. Правда, вам все же нужна стратегия...

Создание партнерского бизнеса

В первую очередь я должен заметить, что универсального способа получения дохода с продажи партнерских товаров нет. Существует множество различных подходов и стратегий, однако я остановлюсь на том подходе, который я сам применяю при освоении нового нишевого рынка.

Прежде чем продолжить, посмотрите схему (файл [TheNetwork.pdf](#))

На первый взгляд рисунок выглядит пугающе, однако эта схема универсальна. Вы можете заменить помидоры и зимние овощи любым другим предметом или товаром. Но чтобы вам было понятнее, я постараюсь разложить все по полочкам.

Впервые я столкнулся с этим рынком, когда искал длинные ключевые слова для другого проекта. «Помидорная» тема всплыла случайно, и я записал ее в блокнот, чтобы позже к ней вернуться. Кстати, я часто нахожу так новые нишевые рынки. Я просто просматриваю сайты, и когда вижу что-то интересное, записываю это в блокнот. Когда мне нужны новые идеи, я открываю блокнот и просматриваю список. Итак, я просмотрел ключевые слова по томатам. Количество посетителей выглядело многообещающим. По фразе «*how to grow tomatoes*» была небольшая конкуренция в плане контекстной рекламы. Но когда я просмотрел другие длинные ключевые фразы, я увидел, что мало кто создавал под эти фразы контент. Практически все привлекали трафик через PPC. Это **большая ошибка**, и ее совершают очень многие. В последнее время я замечаю, что люди начинают умнеть, однако это несколько не ограничивает ваши возможности, потому что большинство предпринимателей ограничиваются лишь базовыми стратегиями.

Начните с малого

Как вы уже видели, я очень часто начинаю с малого, и затем расширяю сеть сайтов, когда мне позволяет время.

Для этого проекта я первым делом нашел партнерский товар. На сайте ClickBank я нашел три товара по выбранной тематике. Все они продавались достаточно неплохо. Один товар шел лучше других, однако на его продающей странице находилась весьма заманчивая форма подписки, а я не хотел делиться подписчиками, поэтому я выбрал второй по прибыльности продукт.

Затем я открыл WordTracker и начал искать длинные фразы по теме. На поиск ключевых фраз у меня ушло около двух часов. В итоге я составил список из более чем 6500 фраз, из которых отобрал 30 основных ключевиков.

Создание контента под длинные фразы

Ключевым фактором в Интернет-маркетинге является скорость. Вы должны действовать так быстро, как это только возможно. Мне предстояло охватить целых 30 фраз, что даже при привлечении стороннего копирайтера было непростым делом. Но я нашел решение...

Для начала вам нужно выделить 10 основных (по трафику) длинных фраз. Ваши будущие статьи будут основаны именно на этих фразах. Затем из оставшихся 20 выберите по две фразы и привяжите их к предыдущим фразам.

В итоге вы получите 10 статей, каждая из которых будет охватывать по 3 ключевые фразы. Это не самый эффективный метод для продвижения сайтов по второстепенным фразам, однако он работает. Более того, в будущем вы сможете расширить свою сеть и сделать отдельные сайты под второстепенные фразы.

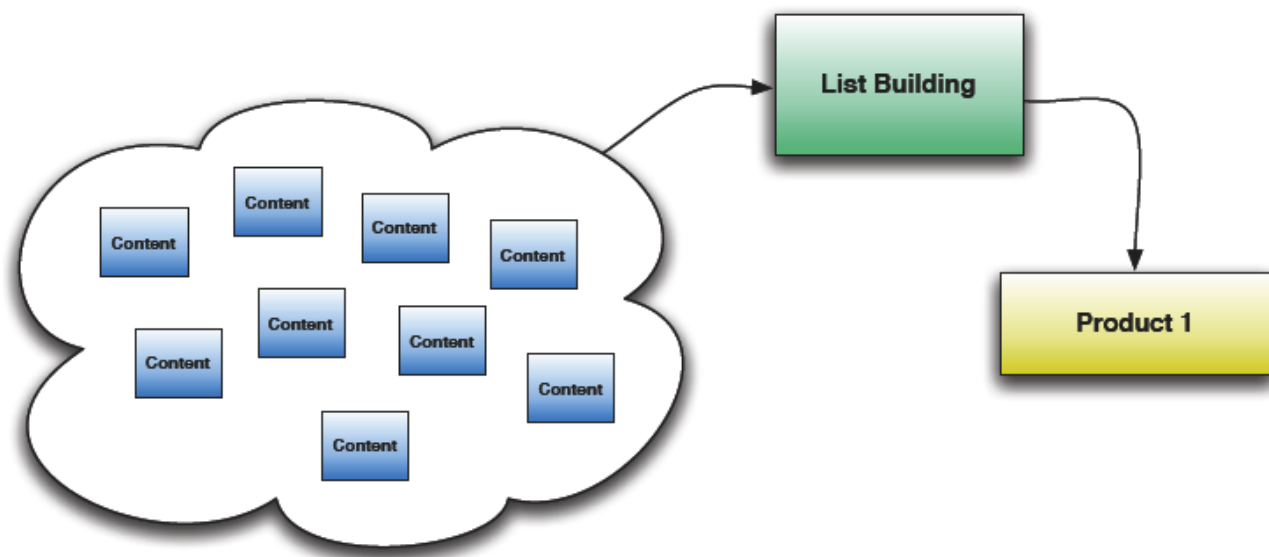
Начало работы

Теперь я знал, под какие фразы нужно писать контент, но мне еще нужен был сам контент. Достаточно быстро я нашел PLR пакет из 10 статей и небольшого миникурса на 26 страниц и купил его за \$10. Не то чтобы этот материал был высокого качества, но это было только начало.

После этого я поместил объявление на сайте eLance и нашел человека, который переписал мне эти статьи и миникурс за \$45. Всего на тот момент я потратил \$55. Затем я зарегистрировал домен для целевой страницы (landing page). (Неплохие идеи для выбора имени домена вы найдете на сайте nameboy.com.)

Теперь мне оставалось написать серию сообщений для автоответчика, создать несколько линз на Squidoo, заполнить их имеющимися статьями и разместить несколько статей в каталогах статей.

Вот так выглядела моя нишевая сеть после завершения первого этапа работы:



Ничего сложного, ведь так? Посетители заходят на линзы Squidoo или сайты статей через Google, подписываются на рассылку, где я предлагаю им бесплатные советы по выращиванию помидоров, и затем попадают на продающий минисайт партнера. Затем в течение нескольких дней они получают бесплатный контент, в котором, опять же, содержится ссылка на партнерский товар. Все это может показаться слишком простым и очевидным, но это работает.

Главное здесь — создать подписной лист, и это именно то, что упускают из виду многие Интернет-предприниматели.

Расширение нишевой империи

Теперь, когда вы уже одной ногой вошли на рынок, вам нужно расширить свое присутствие в нем и в то же время извлечь дополнительную выгоду из своего подписного листа.

Новые партнерские сети

Не используйте один только ClickBank. Конечно, у них большой выбор товаров и хорошие условия, но они не охватывают **весь** рынок, а в том случае, если вы привлекаете посетителей с помощью PPC-систем, вы просто обязаны выжимать из каждого посетителя максимум.

Лично я делаю так: В качестве основы я беру самый доходный партнерский товар и направляю на него основную массу посетителей. Затем я беру следующий товар и предлагаю его своим подписчикам. Если результаты меня устраивают, я создаю новые контентные страницы, заточенные под данный продукт.

В процессе поиска новых товаров вы должны обратить внимание на другие партнерские сети, такие как: Commission Junction, LinkShare, PrimeQ, Hydra Media и другие. Это именно то, что я делаю на следующих этапах проекта.

Так на сайте CJ я нашел товар с оплатой за привлечение клиента (cost per lead). За каждого нового клиента компания выплачивала \$16. Это было не совсем выращивание помидоров, но все-таки было связано с этим, и поэтому я решил попробовать и предложил этот товар подписчикам.

В процессе тестирования я сообщил подписчикам о данной компании и их услуге. Результаты оказались многообещающими, и я добавил данное предложение в рассылку.

После этого я создал серию линз и статей на тему «страхования производителей томатов» и сделал то же самое, что и на первом этапе, только в этот раз я не собирал данные посетителей, а отправлял их сразу на партнерский сайт, потому что лишний переход мог снизить конверсию (хотя это еще нужно протестировать). На индексирование страниц и привлечение трафика нужно время, поэтому я сначала делаю какую-то часть работы и по ее результатам смотрю, стоит ли мне продолжать или лучше остановиться.

Этап III: Первый контентный сайт

Выращивание помидоров — достаточно популярная тема, поэтому я решил создать небольшой сайт, посвященный различным видам помидоров (и между тем охватить дополнительные ключевые фразы). В течение нескольких дней я добавил на сайт 18 страниц, каждая из которых была заточена под отдельную длинную ключевую фразу и на каждой из них я предлагал посетителям бесплатное руководство по выращиванию помидоров.

На некоторых страницах я переименовал руководство из «Руководства по выращиванию помидоров» в «Руководство по выращиванию вишневидных помидоров» (по ключевой фразе). Бывает, что я даже делаю новые обложки и целевые страницы, если думаю, что это увеличит число подписчиков.

Поскольку Google вряд ли посчитал бы мой новый сайт сколько-нибудь авторитетным в области выращивания томатов, я направил на него несколько ссылок со своих линз Squidoo.

Важно: Многие маркетологи допускают одну и ту же ошибку — они ставят ссылки только на главную страницу. Не делайте этого. Ссылайтесь на второстепенные страницы и старайтесь разнообразить якорь ссылки.

Теперь, когда у меня появился новый контентный сайт, я обратил внимание на физические товары (семена, удобрения и т.д.) и снова обратился к CJ. Там я нашел несколько сайтов, которые продавали товары по «помидорной» тематике и присоединился к программам, которые предлагали 10-12% от общей суммы продаж. Некоторые из сайтов предлагали 10% со **всех** покупок привлеченных мной посетителей, т.е. даже если сегодня посетитель купил какую-то мелочь, а через полгода вернулся на сайт и купил товара на \$400, я все равно получу свои \$40. В перспективе такие программы очень выгодны.

Я также использовал новый контентный сайт для продвижения другого информационного товара с ClickBank (о зимних овощах).

Этап IV: Дальнейшее расширение

Как вы можете видеть на схеме, я добавил еще один контентный сайт, посвященный зимним овощам, создал новый подписной лист и добавил несколько новых информационных товаров: как продать выращенные овощи и как приготовить овощной суп.

Автоматическая рассылка на тот момент растянулась на целых 40 дней. Некоторые сообщения содержали ценную информацию и даже ссылки на полезные видео, но в большинстве своем это были предложения того или иного товара.

Также вы можете видеть, что я добавил несколько PPC-кампаний, потому что большинство маркетологов не смогли пережить нашумевший Google Slap и я решил, что сейчас самое время выйти на рынок контекстной рекламы со своим предложением.

Теперь вы понимаете, как начав с малого, мне удалось построить довольно большую нишевую сеть, которая приносит постоянный приток трафика, который позволяет расширять сеть подписчиков и увеличивать прибыль.

Заключение

На создание этой сети у меня ушло около 2 месяцев. Я продолжаю добавлять новые страницы и расширять сеть, когда у меня есть свободное время. Не поймите меня неправильно: я не работал эти 2 месяца исключительно над этой сетью. Напротив, я занимался ей, когда у меня было настроение и выпадало свободное время. В принципе, сейчас я мог бы сделать всю эту работу за 4-5 дней.

Совсем недавно я начал замещать партнерские товары своими собственными. Два товара у меня в разработке. Оба включают аудиоинтервью и видеоуроки. Когда они будут готовы, я буду получать не 50% от \$37/\$47, а 100% от \$97.

PR большинства страниц моих контентных сайтов равен 4-5 пунктам и почти все они находятся в первой пятерке выдачи по своим ключевым фразам. Если не считать затрат на создание новых товаров, я потратил на всю сеть около \$400, которые давно уже окупались.

Вот это и есть партнерский маркетинг во всей своей красе.