

Las oportunidades que brinda el Marketing de afiliados

Por Luciano Corbella.

El Marketing de Afiliados es una estrategia de marketing online en el que un anunciante distribuye publicidad online a través de una red de afiliados y las conversiones realizadas a través de éstos son comisionadas siempre que generen alguna acción previamente determinada por el anunciante.

Hay tres agentes que actúan en el marketing de afiliados:

- **Anunciante:** Son empresas con marcas reconocidas que quieren generar tráfico, promocionar y vender sus productos y servicios a través de banners u otras aplicaciones.
- **Afiliados:** Son páginas Web, blogs y foros que producen contenidos y cuentan con tráfico lo que los hace atractivos para los anunciantes y por ese motivo ofrecen algunos espacios de sus páginas Web para poner publicidad y desviar tráfico desde su página a la de los anunciantes.
- **Red de Afiliados:** Es una plataforma intermediaria entre los afiliados y los anunciantes, y su utilidad radica en que nuclea una amplia gama de sitios donde colocar los avisos antes mencionados, permite a los anunciantes llegar a través de un solo interlocutor a un amplio abanico de sitios web y permite a los afiliados encontrar fácilmente campañas de publicidad acorde a sus objetivos. Son ejemplos de estas redes Clickbank, Shareresults y Lomadee.

Modalidades de ingresos del Marketing de afiliados

El anunciante abre una campaña en una red de afiliados y ofrece un pago al afiliado por el tráfico Web que le derive, recompensando al afiliado cuando el usuario que haya referido genere una acción previamente acordada, recibiendo el importe de acuerdo a alguno de los siguientes sistemas de pagos por resultado:

- **CPA o costo por acción:** el afiliado recibe un valor proveniente de cada acción que fue originada en el sitio. Se entiende por acción cuando el usuario final solicita información sobre el producto o servicio, compra un producto, llena un formulario, se da de alta en un newsletter, etc.
- **Costo por Venta:** el afiliado recibe pagos únicamente por el tráfico derivado que realmente compre el producto o servicio ofrecido, independientemente de la cantidad de tráfico que se envía.
- **CPC o Costo por clic:** Es una de las formas de publicidad online más comunes en la actualidad, donde el anunciante paga por la cantidad de tráfico web derivado de la página del afiliado a la página del anunciante.
- **CPF o Costo por fan:** Se deriva tráfico hacia la página de Facebook del anunciante y se paga por cada usuario que hace click en el botón “Me gusta”. Aquí, el objetivo es aumentar la cantidad de fans del anunciante en Facebook.

Ventajas del Marketing de afiliados

Para el anunciante, las ventajas del Marketing de afiliados es que el anunciante solo paga cuando el objetivo se concreta, conoce en tiempo real impresiones, clicks, y conversión por afiliado, pero en todo momento, mas allá del cumplimiento del objetivo, se difunde la marca gratis ya que solo paga por performance.

Para los afiliados, este sistema permite decidir qué anuncio publicar y donde ponerlo dentro de una multiplicidad de programas posibles, cada uno con diferentes objetivos, y permite conseguir banners a pesar de que tenga bajo tráfico.

Por último, dado que se trata de marcas reconocidas, permiten darle prestigio al sitio del afiliado, al mostrar que el sitio es importante porque cuenta con pauta de dichas marcas, y gestionando esa pauta por su cuenta, sería difícil su obtención ya que no cuenta con un tráfico masivo.

Mecánica de su implementación

La plataforma de afiliación registra la acción generada por el usuario derivado por el afiliado, instalando una cookie en el PC del navegante y el anunciante ve detalles del tráfico registrado en tiempo real, por afiliado, por impresión, por cliente, por conversión, CTR, etc.

Por su parte, el afiliado accede a una vasta variedad de campañas y puede elegir la que más encuadre con sus objetivos y cuyos navegantes estén acordes al perfil de la marca que propone el anuncio. De esta forma se maximiza la posibilidad de lograr los objetivos de la campaña y mejorar la remuneración de esta acción. Luego de elegir su campaña, debe elegir de las piezas publicitarias propuestas por la marca, la más adecuada, copiar el código de la pieza y pegarlo en el código del sitio del afiliado.

Cuando está implementada la campaña, el afiliado cuenta con un reporte de impresiones, clicks, conversiones en tiempo real, para verificar la efectividad de la campaña elegida y de ser necesario, cambiar de campaña.

Resumen

El marketing de afiliados permite colocar el sitio del afiliado al alcance de los principales anunciantes, optimizando el inventario de espacio publicitario, maximizando así sus ganancias. Cada vez más las empresas dedican más recursos a esta estrategia en su plan de marketing porque permite optimizar los costes gracias a los resultados.