

# **CURSO GRÁTIS**

# **MARKETING DE AFILIADOS**

# **PARA INICIANTEs**

**AULA 01**

# CURSO GRÁTIS – MARKETING DE AFILIADOS

## AULA 01

### **O que veremos nessa aula**

#### **1 - Conceitos Básicos do Marketing de Afiliados:**

- Definição e Funcionamento
- Afiliado, Anunciante e Rede de Afiliados

#### **2 - Modelos de comissionamento:**

- CPA
- CPC
- CPL

#### **3 - Como as Comissões são Atribuídas ao Afiliado:**

- Mecanismos de Rastreamento: Cookies
- Duração e Tipos de Cookies
- Atribuição de Vendas e Conversões (Primeiro clique, último clique, múltiplos cliques, primeiro e último clique)

# Conceitos Básicos do Marketing de Afiliados

## Definição e Funcionamento

O marketing de afiliados é um modelo de marketing baseado em desempenho, onde um afiliado ganha comissões por promover produtos ou serviços de outra pessoa ou empresa.

Funciona através de um acordo entre o afiliado e o anunciante (não existe vínculo empregatício). O afiliado utiliza seus canais, como um site, blog ou mídias sociais, para promover os produtos ou serviços.

Quando um consumidor realiza uma compra ou uma ação específica **através do link de afiliado**, o afiliado recebe uma comissão.

# Conceitos Básicos do Marketing de Afiliados

## Afiliado, Anunciante e Rede de Afiliados

**Afiliado:** Indivíduo ou empresa que **promove produtos ou serviços** de terceiros. Utiliza variadas técnicas de marketing digital para atrair e direcionar clientes potenciais aos anunciantes, ganhando comissões por vendas ou ações específicas.

**Anunciante:** É quem **possui os produtos ou serviços** a serem promovidos. Estabelece os termos de afiliação, incluindo as taxas de comissão e as regras de promoção.

**Rede de Afiliados:** Plataforma que atua como **intermediária entre afiliados e anunciantes**. Facilita a descoberta de produtos, fornece ferramentas de rastreamento e gerenciamento, e cuida do processamento de pagamentos e da resolução de disputas.

# Modelos de comissionamento (CPA, CPC, CPL)

## CPA (Custo por Ação)

No modelo CPA, o afiliado recebe uma comissão quando o usuário realiza uma ação específica, como uma compra, inscrição em um serviço ou preenchimento de um formulário.

Este modelo é altamente valorizado pelos anunciantes, pois as comissões são pagas apenas por resultados concretos.

É ideal para afiliados que têm um público engajado e capaz de realizar ações específicas que geram valor real para o anunciante.

# Modelos de comissionamento (CPA, CPC, CPL)

## **CPC (Custo por Clique)**

No modelo CPC, o afiliado é remunerado cada vez que um usuário clica em um link ou anúncio direcionando para o site do anunciante.

Este modelo é baseado na geração de tráfego para o site do anunciante, independentemente de o usuário realizar uma compra ou não.

É adequado para sites ou blogs com alto tráfego (muitos visitantes), onde a probabilidade de cliques nos anúncios é maior.

# Modelos de comissionamento (CPA, CPC, CPL)

## **CPL (Custo por Lead)**

No modelo CPL, o afiliado ganha uma comissão quando os usuários fornecem suas informações de contato (como nome e e-mail) ao anunciante, tornando-se um lead (potencial cliente).

Este modelo é valioso para anunciantes focados em construir uma base de dados de potenciais clientes para campanhas de marketing futuras.

É eficaz para afiliados que conseguem convencer o público a se inscrever ou registrar em plataformas, oferecendo algo de valor em troca, como um e-book gratuito ou acesso a um webinar.

# Como as Comissões são Atribuídas ao Afiliado

## Mecanismos de Rastreamento: Cookies

Os cookies são pequenos arquivos de dados armazenados no navegador do usuário, utilizados para rastrear as atividades online.

No marketing de afiliados, os cookies são essenciais para associar um usuário a um afiliado específico. **Quando um usuário clica em um link de afiliado, um cookie é ativado em seu navegador.**

Este cookie contém informações que identificam o afiliado, permitindo que o anunciante rastreie a origem do tráfego e atribua comissões adequadamente.



# Como as Comissões são Atribuídas ao Afiliado

## Duração e Tipos de Cookies

A duração dos cookies varia. Alguns podem durar apenas uma sessão de navegação, enquanto outros podem permanecer por dias, semanas, meses, ou até infinitamente.

Os tipos de cookies incluem cookies de sessão (que expiram quando o navegador é fechado) e cookies persistentes (que permanecem até uma data de expiração definida).

A duração do cookie determina a janela de tempo durante a qual o afiliado pode **receber comissão após o clique inicial do usuário**.

# Como as Comissões são Atribuídas ao Afiliado

## Atribuição de Vendas e Conversões

A atribuição é o processo de determinar qual afiliado receberá por uma venda ou conversão.

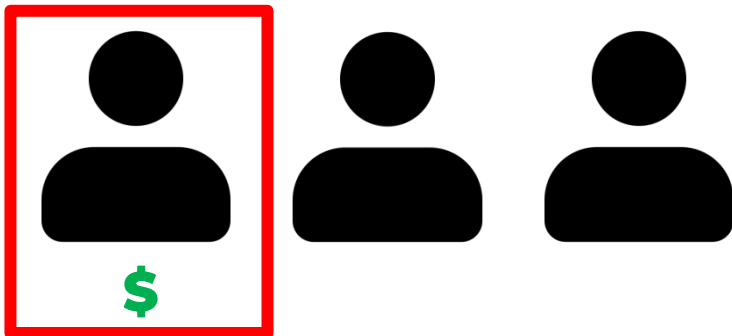
Se um usuário clica em vários links de diferentes afiliados antes de realizar uma compra, a atribuição da venda geralmente segue um dos dois modelos: "**Último Clique**", onde o último afiliado a receber o clique ganha a comissão, ou "**Primeiro Clique**", onde o primeiro afiliado que levou o usuário ao site ganha a comissão.

Alguns programas podem usar modelos de atribuição mais complexos, como a atribuição linear ou ponderada, distribuindo a comissão entre vários afiliados com base em seu papel no processo de decisão do usuário.

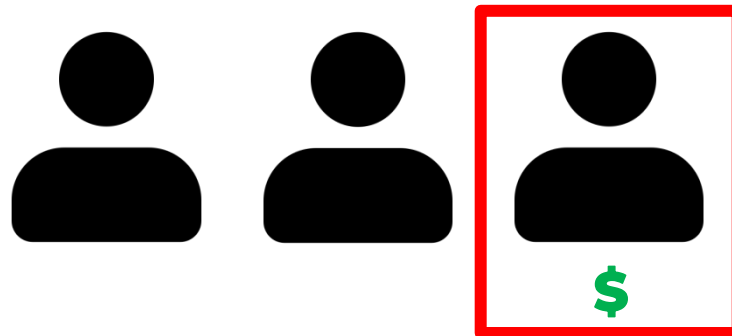
# Como as Comissões são Atribuídas ao Afiliado

## Atribuição de Vendas e Conversões

PRIMEIRO CLIQUE



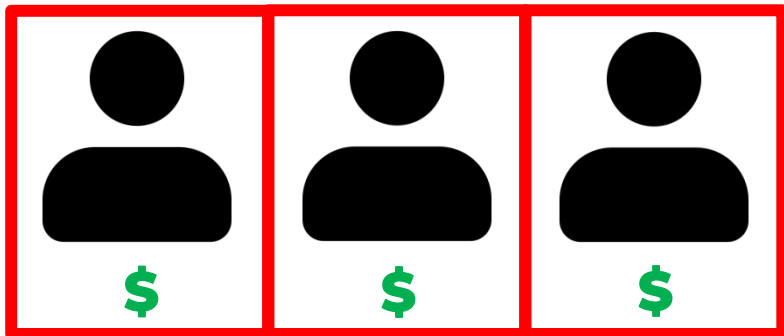
ÚLTIMO CLIQUE



# Como as Comissões são Atribuídas ao Afiliado

## Atribuição de Vendas e Conversões

### MÚLTIPLOS CLIQUES



### PRIMEIRO E ÚLTIMO CLIQUE

