

MARKETING DE AFILIADOS

# Guía Práctica para un Afiliado de Éxito

[WWW.E-GOI.COM](http://WWW.E-GOI.COM)

# Guía Práctica para ser un Afiliado de Éxito

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Afiliado de éxito</b>	<b>4</b>
Nichos de mercado	5
Contenido	7
Herramientas de trabajo	9
Distribución de Contenido y Generación de Tráfico	10
<b>Conclusión</b>	<b>18</b>

# Introducción

Saber qué es y en qué consiste el Marketing de Afiliados es sólo el primer paso en el trayecto de un nuevo emprendedor. Es solo la punta del iceberg.

Volverse un Afiliado Profesional te va a obligar a conocer algunos conceptos, saber aplicar varias técnicas y aprender a dominar algunas herramientas.

Para que no te asustes con lo que te espera, en este e-book abordaremos de forma resumida y simple todo aquello que un afiliado necesita saber antes de comenzar este camino.

Sería imposible explicar de forma detallada todos los tópicos con profundidad, por eso vamos a comenzar de una forma más accesible y superficial, para que más adelante podamos desgranar cada uno de estos puntos y transformarte en un Afiliado de Éxito.



# Afiliado de Éxito

# Nichos de mercado

Uno de los errores más comunes de quien está empezando a trabajar como Afiliado es no enfocarse en nichos.

Muchos de los que deciden comenzar su andadura como Afiliado, piensan que cuanto mayor audiencia potencial tengan, mayores probabilidades de conseguir ventas tendrán. Con esa idea el Afiliado acaba por intentar vender de todo a todo el mundo y esto le va a generar 0 resultados.

Uno de los factores más importantes para tener éxito como afiliado es la elección de los nichos en los que te vas a centrar. Este es el primer y tal vez más importante paso para quien está empezando.

Los nichos que que identifiques serán los mercados sobre los que actuarás y que te proporcionarán ese éxito que tanto deseas, de ahí su importancia.

En seguida hablaremos de cómo buscar el nicho ideal para ti y cuáles son las ventajas de trabajar micronichos, pero, para que puedas entender cómo funciona el tema de los nichos necesitas aclarar algunos conceptos como Nicho y Micronicho.

## ¿Qué es un nicho?

Un nicho es el segmento del mercado hacia el que el Afiliado va a dirigir sus acciones. Cada nicho está formado por una audiencia con ciertas características comunes, intereses u objetivos y por eso, quien pertenece a ese nicho tiene mayor disposición de comprar productos relacionados con ese mismo nicho.

Estos nichos, a pesar de ser sólo una parte del mercado son también bastante amplios. Un buen ejemplo de nicho es: Coches (ejemplo ficticio sin ningún estudio de mercado)

Si tienes interés en trabajar el mercado de los vehículos a motor, tendrás que orientar tu enfoque hacia las personas que buscan coche, excluyendo quien busque cualquier otro tipo de vehículo.

Claro que, aún centrado en los coches, el mercado sigue siendo inabarcable y muchas personas que irán a ver los coches que tú ofertas no se van a sentir interesadas por los modelos que estás intentando vender. Siendo así podemos centrar más la oferta, por ejemplo, coches de lujo.

Ahora sí, a pesar de ser todavía un nicho enorme ya es un poco más específico. Claro que reducimos la dimensión del mercado potencial pero tenemos la seguridad de que quien llega hasta nosotros es porque busca exactamente eso que justo tenemos para ofrecerle.

## ¿Qué es un micronicho?

Un micronicho es, nada más y nada menos, que una pequeña parte de un nicho mayor.

Usando el ejemplo del nicho de los coches de lujo, podríamos filtrar todavía más nuestro público: coches de lujo americanos, coches de lujo descapotables, coches de lujo blindados, etc, etc, etc...

Cuanto más ajustes tu audiencia menor va a ser pero tu público será el ideal para el producto que vendes como Afiliado, resultando una tasa de conversión mucho mayor y trayendo un gran retorno a tu inversión, ya sea de esfuerzo, tiempo o dinero.

## ¿Cómo identificas tu nicho ideal?

Antes de nada déjame aclararte que no existe el nicho perfecto.

Siempre que haya personas en internet buscando cosas que necesitan, existirán micronichos rentables.

Un buen micronicho es el que reúne una serie de características (no todas necesariamente):

- Mucho público (aun siendo bastante específico)
- Poca competencia
- Gran volumen de búsqueda en Google
- Existencia de comunidades en redes sociales
- Productos de compra recurrente (para obtener varias comisiones con una sola venta)
- Productos con gran margen de lucro (con porcentajes mayores de comisión)
- Evitar las modas temporales (acuérdate que la idea es trabajar a largo plazo)
- Ámbito que domines o con la oportunidad de aprender sobre el mismo

## ¿Cómo encuentras tu nicho ideal?

Una de las formas más comunes que los Afiliados usan para identificar un nicho o micronicho rentable es a través del volumen de búsquedas en Google sobre ese tema, pero, hacer sólo esto, es demasiado limitado.

Durante los años en los que las redes sociales no existían o carecían de importancia era la opción favorita, ahora hay mucho más que tener en cuenta. Aún así, que existan muchas búsquedas en Google siempre es altamente recomendable.

Para saber cuál es el volumen de búsquedas actual y cuál es la tendencia de crecimiento podemos usar Google Keyword Planner y/o Google Trends.

Hacer búsquedas en redes sociales es igual de importante. Una de las herramientas que el Afiliado puede usar es la opción de creación de Audiencias en Facebook. Con ella se puede filtrar el público con base a datos demográficos, geográficos y por intereses. Al final, la herramienta dará al Afiliado una dimensión de esa audiencia, dándole una idea de la dimensión del mercado potencial en esta red social.

En el caso de que el Afiliado esté interesado en divulgar productos o servicios para el mercado empresarial (B2B), LinkedIn tiene una herramienta similar a la de Facebook, donde podrá segmentar la audiencia con base a su localización y función profesional, entre otros datos.

## Contenido

Una vez identificado el nicho o micronicho sobre el que vas a actuar, así como los productos que promocionarás, es el momento de prepararse para producir el contenido necesario para que las ventas se produzcan.

Existen diversos tipos de contenido diferente, con sus ventajas y desventajas. Como ocurre con los nichos, no existe el contenido perfecto pero sí que existen contenidos más adecuados según el tipo de Afiliado y Nicho. Si el Afiliado no se siente muy cómodo delante de una cámara, quizá realizar vídeos no sea la forma adecuada en la que divulgar sus contenidos.

Para entender mejor la cuestión de los contenidos, es importante saber distinguir entre el **Tipo de Contenido** y el **Formato de Contenido**, esto porque el mismo tipo de contenidos puede ser presentado de formas diferentes, dependiendo de los canales que el Afiliado usa para promocionar sus productos.

## Tipos de contenido

A lo largo de los años, los Afiliados han tomado partido por gran variedad de Tipos de Contenido así que vamos a destacar aquellos que más resultado han obtenido:

- Comparativo
- Review
- Tutorial
- Curso
- Descuento
- Testimonio

## Formato de Contenido

Independientemente del tipo de contenido que el Afiliado escoja, éste puede ser realizado en varios formatos distintos. Además, los Afiliados Profesionales saben que cada formato tiene sus ventajas, por eso terminan por producir el mismo contenido en diferentes formatos desarrollándolos para los canales de distribución que sean más adecuados para cada uno.

- Post de Blog
- E-book
- Vídeo
- Descuento
- Imagen



# Herramientas de trabajo

Como cualquier otra actividad profesional, quien pretende emprender como Afiliado va a necesitar algunas herramientas específicas para este trabajo.

Si estás ahora dando tus primeros pasos en este mercado, probablemente no tienes una capacidad de inversión enorme para contratar las herramientas que necesitas, pero, felizmente, una gran parte de ellas ofrecen algunas de sus funcionalidades de forma gratuita, al menos al principio, en el que el nivel de uso es bajo. Muchas de ellas además de tener planes gratuitos (a pesar de que éstos sean limitados) también cuentan con varias aplicaciones que son de utilidad para el Afiliado en la misma herramienta, lo que facilita muchísimo el trabajo y evita que el Afiliado use un montón de herramientas diferentes y que se tenga que preocupar con la implementación y la integración de todas ellas.

Con este ahorro, el Afiliado puede centrar su inversión (lo poco que tenga) en aquello que es lo más importante: **generar resultados**.



### Kit gratuito para un Afiliado

- Sistema de Site/blog (Wordpress)
- Análisis de Tráfico y Keywords (Google Analytics, Google Trends y Google Keyword Planner)
- Páginas y perfiles sociales (Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter)
- Automatización de redes sociales (IFTTT)
- Generación de Leads, Respuesta Automática y Webpush (E-goi)
- Medición de Clics (Bitly)

Este kit de plataformas y herramientas esenciales para una Afiliado constituyen la base de trabajo para poder empezar, pero no hay que olvidar, que no sólo por tener y dominar todas estas técnicas las ventas van a parecer por arte de magia.

La mayoría de los programas de Afiliación obligan de algún modo a que tengas la capacidad de generar tráfico a través de un link de Afiliado personalizado para ti, por eso, independientemente de la herramienta que uses, lo importante es no sólo conseguir generar ese tráfico, sino que ese tráfico sea de calidad para que se convierta en ventas.

## Distribución de Contenido y Generación de Tráfico

Con el contenido ya creado, es hora de empezar a tenerlo disponible para las personas del micronicho que definió.

A esta altura, ya deberías saber donde se encuentran esas personas, cuáles son sus intereses y por tanto, comenzar a compartir el contenido, ya sea a través de métodos orgánicos o impulsándolos con anuncios en las redes sociales y motores de búsqueda.

### Tráfico Orgánico Vs de Pago

Tal como hemos dicho, quien pretenda dar los primeros pasos en Marketing de Afiliados, probablemente no tendrá disponibilidad de invertir en anuncios de pago para poder generar los primeros resultados.

Aunque este sea tu caso, es importante tener conocimiento de que es posible hacer, porque tengo la seguridad que cuando tenga la posibilidad de invertir, vas a preferir hacerlo.

Antes de avanzar es importante que entiendas tres cosas muy simples:

1- Gastar dinero en anuncios no es tirar el dinero, es una inversión. El dinero invertido traerá siempre retorno y, si tus anuncios estuvieran bien trabajados, pueden ser beneficiosos y lucrativos para el Afiliado. Más adelante trataremos este tema más detalladamente.

2- Trabajar casi sin tráfico orgánico exige al Afiliado una inversión enorme de tiempo y esfuerzo, tardando mucho más en comenzar a generar algún tipo de resultado. Todo en la vida tiene un coste, aunque no estemos hablando de dinero...

3- Como en cualquier otra actividad en la vida, existen 3 cosas que todo el mundo desea:

1. Que sea rápido
2. Que sea fácil
3. Que sea económico

¡El problema es que sólo vas a poder escoger 2 de ellas! Si quieres resultados rápidamente y con facilidad, nunca lo vas a conseguir de forma económica. Por otro lado, si no quieres invertir tiempo ni dinero ten conciencia que nunca va a ser fácil.

Vamos, entonces, a ver lo que distingue el tráfico orgánico del tráfico de pago y de que forma podemos alcanzar cada uno de ellos.

## Tráfico Orgánico

Este es el tipo de tráfico más valioso y más deseado por un Afiliado. El tráfico orgánico es el conjunto de todas las visitas a tu site (o a la web del producto que estamos vendiendo) por las que el Afiliado no tiene que pagar directamente.

Al ser un tráfico sin coste directo, cualquier venta que resulte de esas visitas tendrá un 100% de rentabilidad para el Afiliado. De ahí que sea el tráfico que más atraiga a los emprendedores digitales.

A pesar de ser lo más deseado, es también lo más difícil de obtener.

Conseguir visitas en el site o seguidores en las redes sociales de forma orgánica requiere una inversión enorme de dedicación y de tiempo. En algunos casos hasta puedes necesitar de mucho conocimiento técnico o de alguna inversión monetaria (en el caso del SEO), principalmente si trabajas en un nicho o micronicho con mucha competencia.

## SEO

La Optimización para los Motores de Búsqueda (SEO en inglés) es el “arte” de optimizar tu site para que aparezca en la mejor posición posible cuando alguien está buscando una palabra o expresión (keyword) determinada en un motor de búsqueda (generalmente Google).

Conseguir alcanzar una buena posición en Google para la keyword cierta es oro para quien trabaja en Marketing de Afiliados, pero es muy difícil de alcanzar. La posición que tu site conquista en Google depende de muchos factores, como la velocidad de carga de la página, tiempo de permanencia, contenido optimizado, antigüedad del site, competencia para la misma keyword y muchos, muchos más...

Esto es muy difícil de conseguir sobre todo si pretendes una buena posición para una keyword con gran cantidad de búsquedas. Con todo, si la consigues alcanzar, comprobarás que el número de visitas crece y encima son gratuitas y de gran calidad, ya que, quien llega hasta ahí es porque está buscando una solución para un problema específico que es justo lo que estás ofreciendo.

Por eso es, precisamente, el tráfico que más tarda en conquistarse...

## Redes sociales

Sea cual sea tu nicho o micronicho con el que trabajes, una cosa está clara ¡quien vaya a buscar y eventualmente comprar lo que estás promocionando son personas! ¿Y dónde están las personas? ¡En las redes sociales!

Al trabajar con Marketing de Afiliados necesitarás sí o sí estar presente en redes sociales, para compartir tus contenidos, hacer crecer tu base de datos o incluso hacer anuncios de pago (de los que hablaremos más tarde).

Ésta es la base (y a veces también el medio y fondo) del embudo de ventas de cualquier empresa o Afiliado. Es a través de las redes sociales que la mayoría de personas conocerán y acompañarán tu trabajo. Es el lugar perfecto para compartir tu contenido más educativo e interesante, pues quien está en redes sociales tiene mayor disponibilidad para consumir precisamente este tipo de contenidos.

Si el site o el producto que el Afiliado está promocionando tuviese blogs que aceptan el link de afiliado (permite que sus afiliados generen tráfico para el blog de la empresa) es la mejor herramienta para compartir los artículos del blog de la empresa, con el código de Afiliado.

A pesar de todo esto, tal y como hablamos anteriormente, no es fácil hacer crecer la audiencia de una Fanpage de forma totalmente gratuita. Necesitarás invertir mucho tiempo y esfuerzo para conseguirlo. Crea relaciones con otras fanpage para que compartan tu contenido. Es la mejor forma de conseguir los primeros seguidores.

Si el producto que el Afiliado quiere que sea comprado fuese dirigido al consumidor final (B2C), las mejores redes sociales continúan siendo Facebook e Instagram, en cambio, si el producto está orientado hacia las empresas, tal vez la mejor red social sea LinkedIn. Aun teniendo en cuenta esta distinción, nunca olvides que las empresas son dirigidas por personas y esas personas también están en Facebook e Instagram... ¡Por eso es importante trabajar con todas las redes sociales!

## Grupos

Otra forma de conseguir los primeros resultados sin invertir dinero es participar en grupos de discusión. Ya sean grupos de Whatsapp, Facebook, LinkedIn, foros u otros, generalmente éstos están directamente relacionados con tu nicho.

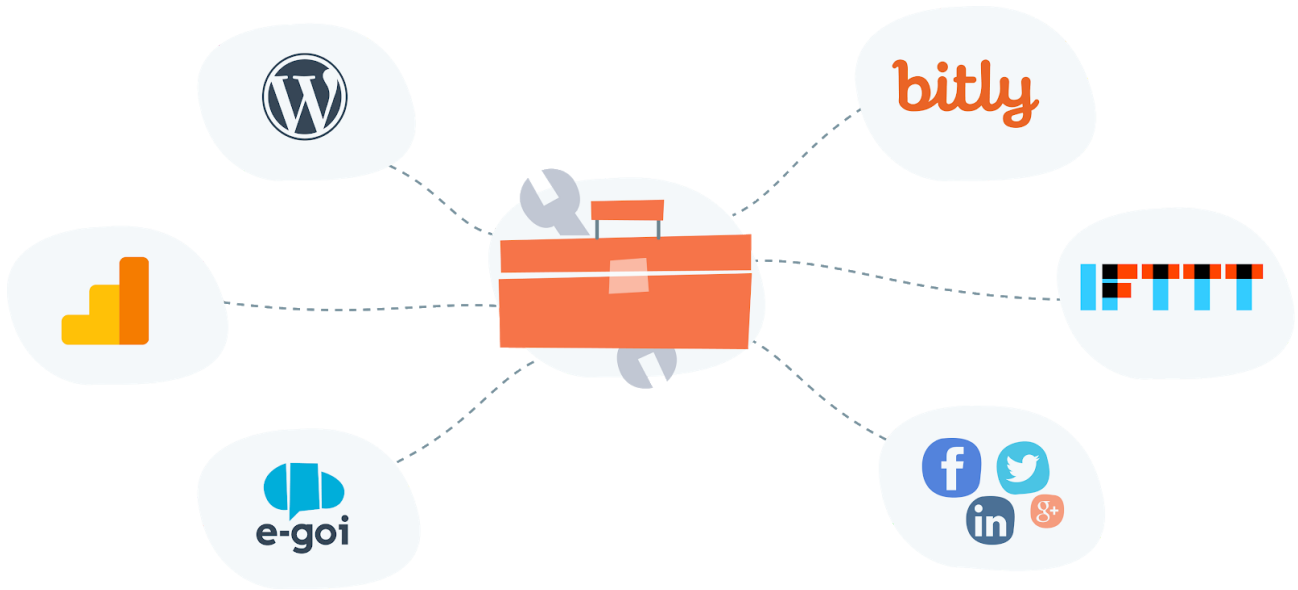
Esta es un buen método para encontrar personas con potencial interés en los productos o servicios que el Afiliado está ofertando pero eso no significa que se deba entrar en los grupos poniendo tus links sin ton ni son. Eso sólo tendrá un resultado: ¡la expulsión del grupo!

Trabajar en Marketing de Grupos significa ofrecer contenido educativo y relevante para los miembros, participar activamente en las discusiones y ayudar a los participantes con sus dudas y problemas. Esta técnica es, realmente, un trabajo para crear tu propia autoridad sobre el tema en los grupos y, más tarde, y siempre que fuese relevante, hablar sobre tus productos.

Una vez te hayas ganado el estatus de especialista, puedes crear tu propio grupo en redes sociales. Esta es una forma genial de mantener el contacto con tu audiencia, principalmente en este momento en el que el alcance orgánico de las fanpages está en claro descenso. Ser el

administrador de un grupo también te permitirá controlar los temas sobre los que versan las discusiones, manteniendo la calidad del contenido alta.

Este método, como el resto de métodos orgánicos, a pesar de ser extremadamente económico, necesita mucho tiempo y dedicación para comenzar a generar algún resultado.



## Tráfico de Pago

Esta puede ser una solución para quien busca resultados inmediatos, ya que puede ser trabajado paralelamente con las técnicas de tráfico orgánico de las que ya hemos hablado.

Si el Afiliado tuviese algún presupuesto para invertir en compra de tráfico y si no tuviese paciencia y/o tiempo para esperar que los resultados orgánicos diesen resultados, siempre tiene la opción de realizar anuncios para generar visitas al site del producto que está promocionando o para su propio artículo del blog, donde convencerá a los visitantes de comprar dicho producto.

Otra ventaja de este tipo de tráfico es que el Afiliado no necesita obligatoriamente desarrollar y mantener un site/blog propio, pudiendo limitarse a generar tráfico para el site del productor, a través de su link de Afiliado.

En el caso de que opte por trabajar exclusivamente con este método y quisiera también poner anuncios en redes sociales (Facebook, por ejemplo) el Afiliado siempre necesitará crear una fanpage para hacer los anuncios, en cambio, el número de seguidores ya no es tan fundamental.

## Google Ads

### Search

Empecemos por el más importante de todos. Los anuncios de Google Adwords son los que más conversiones traen a cualquier afiliado ya que aparecen en base de las búsquedas de Google, que, como sabemos, es el mayor buscador del mundo.

Estos anuncios son particularmente interesantes porque son presentados exactamente a quien busca una determinada solución para un problema específico.

Si el Afiliado vende zapatos para hombre y existe una persona que busca precisamente zapatos para hombres, es, evidentemente, una oportunidad de oro para el Afiliado.

Esta es la ventaja de los anuncios de Adwords. Aparecen a la persona cierta en el momento adecuado.

Lo mejor de estos anuncios es que el Afiliado sólo paga por los clics que su anuncio recibe, es decir, que tienes la certeza de que sólo pagas por los leads que efectivamente están viendo los anuncios que se están divulgando.

En términos de funcionamiento, es muy simple y el formato es semejante al de una subasta. El Afiliado crea su anuncio (o varios anuncios distintos), definiendo el texto que pretende presentar y el link de la página del producto (con su código de afiliado). Después, basta definir cuánto está dispuesto a pagar como máximo. Es, por tanto, un sistema muy intuitivo y con mucho control por parte del Afiliado.

A pesar de ser este tipo de anuncios el que tiene mayor tasa de conversión, existen algunos problemas que hay que tener en consideración:

- Alta competencia
- Está limitado al número de búsquedas que se hacen.
- Muchos programas de afiliados no permiten que se hagan este tipo de anuncios.

Por ser uno de los tipos de anuncios más utilizados existen muchísimos materiales de formación gratuitos al respecto para que cualquiera consiga usar la plataforma.

## Display

Además de los anuncios relacionados con las búsquedas, Google nos ofrece un segundo tipo de anuncio: Anuncio Display.

Al contrario que Adwords, estos anuncios no aparecen en forma de texto a quien busca a través de una palabra clave, sino en forma de banner, para quien entra en algún site que tenga ese tipo de anuncio de Google (Adsense).

A pesar de ser un tipo de anuncio bastante útil, principalmente para quien hace anuncios de retargeting (los detalles de ese tipo de anuncios no serán abordados en este e-book) no tienen el nivel de relevancia que los anuncios de Adwords tienen.

Este es un tipo de anuncio, que para generar buenos resultados, tiene que ser utilizado de forma más avanzada, por Afiliados con una larga experiencia en el mercado.

## Anuncios Redes Sociales

Como ya hemos dicho, si lo que pretendes es generar ventas, tienes que estar presente donde las personas están: ¡en las redes sociales!

Para que este capítulo no sea demasiado extenso, vamos a centrarnos en las redes más usadas de B2C y B2B.

### Facebook/Instagram/Messenger (Facebook Ads)

El universo Facebook, que no sólo incluye el propio Facebook, también Instagram y Messenger (además encontramos Whatsapp pero por el momento no es posible hacer publicidad en esta red) permite que cualquier Afiliado anuncie para casi cualquier tipo de persona.

Todas estas redes poseen el porcentaje más alto de usuarios de redes sociales y permite segmentar los anuncios basados en una infinidad de criterios, no sólo demográficos, también geográficos y basados en los intereses de los usuarios.

Este es el escenario ideal para cualquier Afiliado, independientemente del producto/servicio que promueve.

Tal como Google, Facebook proporciona un panel de gestión de anuncios muy completo e intuitivo, no sólo para crear, también para gestionar los anuncios. El formato del propio anuncio es también muy flexible, pudiendo ser un vídeo, imagen o lo que prefieras. La plataforma ayuda a crear los anuncios basándose en los objetivos que el Afiliado pretenda conseguir.

También como en el caso de Adwords , por ser un tipo de anuncios tan popular, existen muchos tutoriales y artículos educativos gratuitos a los que el Afiliado puede recurrir para aprender cómo dar sus primeros pasos.

Estas redes sociales son perfectas no sólo para quien divulga productos dirigidos al consumidor final (B2C) también para herramientas profesionales (B2B) esto es porque, como hemos hablado, las empresas están integradas por personas y estas personas están en redes sociales.

## **Linkedin**

El hecho de que Linkedin sea la mayor red social para profesionales se convierte en una herramienta de extrema utilidad para quien pretende anunciar los productos/servicios dirigidos a empresas.

Linkedin también tiene un a herramienta de creación y gestión de anuncios que aunque tiene un coste más elevado que Facebook, por ejemplo, debido a su perfil empresarial, es perfecta para quien tiene su nicho en el mundo corporativo. Es el escaparate perfecto para promocionar ciertos productos.

Tal como ocurre en Facebook, los anuncios pueden tener varios formatos, siendo posible anunciarse a través de mensajes privados...

## **Publicidad Nativa (Native Ads)**

Al contrario que los anuncios que acabamos de ver, conocidos desde hace mucho tiempo, los Publicidad Nativa es una solución más reciente y es ideal para quien pretende divulgar contenidos de un blog (del propio afiliado o del productor, según el caso)

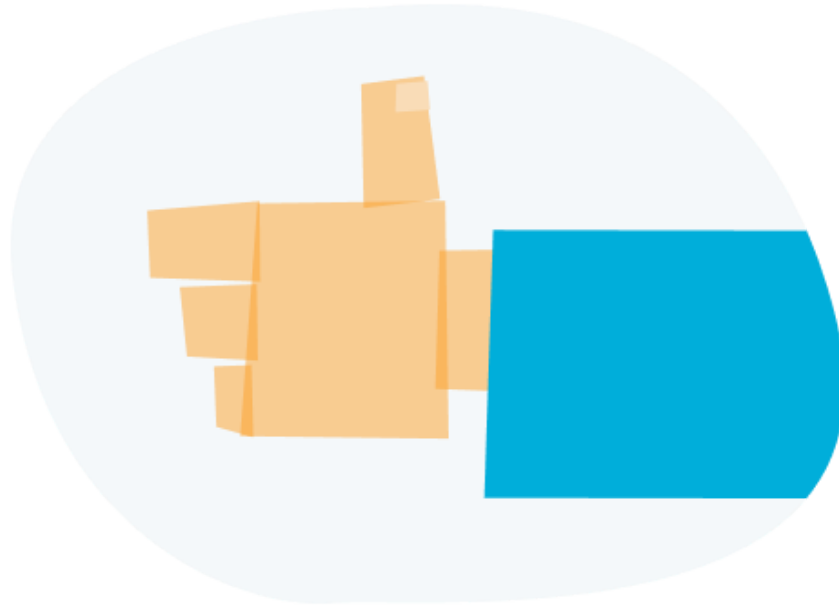
Para quien no la conoce, la publicidad nativa es una especie de “artículos sugeridos” que aparecen generalmente en sites de noticias o grandes portales de contenido a mitad o al final de cada artículo. Si el Afiliado tuviese algún contenido en su blog que quisiera divulgar puede hacerlo a través de este tipo de plataforma (hay varias en le mercado). Esto generará tráfico en los artículos que estás promocionando, siendo suficiente después que ese artículo consiga convencer a los visitantes de que se conviertan en clientes de los productos/servicios que estás ofertando.



Si la empresa/producto/servicio que estás promocionando te permite usar tu link de afiliado en los posts de su blog (como es el caso de E-goi) podrás apostar por este tipo de anuncios, generando tráfico para los mismos.

El problema está en la limitada capacidad de segmentación. Es posible seleccionar la categoría más apropiada para tu contenido (tecnología, salud, etc...), excluir el contenido de ciertos portales y poco más... El tráfico generado por este tipo de publicidad nunca será tan cualificado como el del resto de anuncios.

El precio tampoco invita por lo que puedes acabar gastando mucho dinero generando, eso sí, mucho tráfico. El problema es que quizá no te va a dar los resultados que realmente esperas y que son lo más importante ¡convertir esas visitas en ventas!



# Conclusión

## **¡Ahora sí que estás listo para irrumpir en el mundo digital!**

Si has llegado hasta aquí, ya debes tener una idea general de todo aquello que necesitas saber convertirte en un Afiliado exitoso.

A pesar de que hemos abordado varios de los temas relacionados con el Marketing de Afiliados es fundamental que profundices tus conocimientos sobre cada uno de los temas que fueron tratados y comenzar poner en práctica todo lo que aprendiste.

¡Presta atención a tu bandeja de entrada que mucho material como éste está a punto de llegar!