

**Téma:** Affiliate programy

**Předmět:** Marketing (online marketing)

**Zaslal(a):** Jakub Stingl [[web](#)]

Poměrně používanou, ale náročnější variantou na provozování je affiliate marketing. Inzerent nabídne svým partnerům provizi z prodeje za doporučení výrobku nebo služeb. Partneři mohou nabízet potenciálním zákazníkům produkty nejrozličnějšími způsoby od bannerů přes emailing až po sdílení na sociálních sítích. Odkazují na stránky inzerenta, který prostřednictvím kódu v odkaze rozezná, kdo daného zákazníka na stránky přivedl. V případě uskutečnění prodeje je vyplacen podíl ze zisku. Na rozdíl od PPC reklamy nerozhodují počty prokliků, ale množství uskutečněných obchodů. Někteří inzerenti pro upřesnění vyplácí provize nejen za prodej (sale), ale i za vyplněný kontakt (lead). Samozřejmě za získané údaje bývají odměny výrazně menší a nejsou tak časté.

Značnou oblibu si získaly partnerské affiliate sítě, které seskupují inzerenty v jednom systému. Pro provozovatele webů je díky nim jednoduché se pomocí jedné registrace zapojit do desítek programů a kampaní zároveň. Velkou výhodou je i pouze jeden provizní účet. Mezi největší patří Commission junction, jehož zastoupení nechybí ani v České republice. V příloze 1 je přiložena ukázka prostředí tohoto systému. Zapojeny jsou společnosti jako mBank, Allianz, Skype, Microsoft, Adobe, AVG, Baťa, Zoot a stovky dalších. Pro lepší přehlednost pomáhají nejrozličnější filtry a řazení jako oblast působení, klíčová slova nebo ziskovost.

Bohužel existuje plno nevýhod affiliate programů. Inzerenti totiž musí splnit náročné požadavky partnerů, například vytvářet větší množství velikostí bannerů. Je třeba, aby si z nich vybralo co nejvíce webmasterů ideální velikost a relevantní produkt týkající se jejich stránek. Dále je nutná

co nejvyšší konverze, jelikož s malými provizemi partneři odejdou propagovat někoho jiného, v horším případě konkurenci. S malými konverzemi jsou spojené i obtíže pro provozovatele stránek. Může být velice těžké odhadnout, co jejich návštěvníky zajímá. Není výjimečné, že často je třeba vyzkoušet několik affiliate programů.

Na druhou stranu výhod je také mnoho. Inzerenti nemusí platit za návštěvníky, kteří nepřinesou žádný zisk, zpětné odkazy podpoří SEO a zobrazování reklam zvýší povědomí i bez kliknutí. Webmasteři zase nemusí složitě prodávat své reklamní plochy a můžou využít tyto bannery například jako doplněk k reklamním systémům[1].

[1] Například Google AdSense dovoluje umístit na stránky pouze 3 své reklamní jednotky, proto je časté doplňování z jiných zdrojů.