

5 шагов создания партнерской программы



Пётр цветков
17.04.2013

Leadgid.ru
МЫ НЕ РЕКЛАМИРУЕМ, МЫ ПРОДАЕМ



Шаг первый



Определение целей для партнерской программы



Определение целей для партнерской программы.



Цель одна – **ПРОДАЖИ!**

Определение целей для партнерской программы.



Цель одна – **ПРОДАЖИ!**

Сколько продаж вы хотите?

10...100...1000?

В день, в неделю, в месяц?

Определение целей для партнерской программы.



Цель одна – **ПРОДАЖИ!**

Отталкиваясь от этой цифры, основываясь на текущей картине вашего бизнеса, считаем:

- Сколько нужно обращений в поддержку?
- Сколько нужно посетителей на сайте ?
- Каков объем ежемесячных выплат?

Шаг второй



Подготовка сайта и самого бизнеса к возросшей нагрузке



Подготовка бизнеса и сайта к возросшей нагрузке



- Возросшая посещаемость – Хостинг
- Поддержка – Call центр и менеджеры
- Требуемый объем оборотных средств
- Кто будет работать с партнерами?

Шаг третий



Расчет партнерской комиссии исходя из ценности клиента



Расчет партнерской комиссии



1. Уникальные товары/услуги

Например:

- Онлайн игры и сервисы
- Эксклюзивные товары

2. Не уникальные товары/услуги

Например:

- Онлайн магазины электроники
- Бронирование билетов и гостиниц

Расчет партнерской комиссии



1. Уникальные товары/услуги

Используем **CPS, cost per sale**, из суммы прибыли с каждой продажи

- Процент с продажи
- Фиксированная сумма

Расчет партнерской комиссии



2. Не уникальные товары/услуги

НЕ ЭФФЕКТИВНО: Использование чистой CPS, cost per sale, из суммы прибыли с каждой продажи

ЭФФЕКТИВНО: Использование в подсчетах комбинированной модели CPS

- Доля прибыли с продажи
- Маркетинг
- Ценность клиента (CLV)

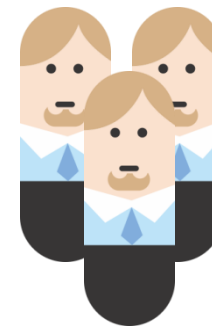
Шаг четвертый



Самостоятельная
партнерская программа
или участие в CPA-сети



VS



Своя партнерка VS CPA-сеть



Своя партнерка

- Прямые взаимоотношения с партнерами.
- Более высокие выплаты для партнеров.
- Повышенный контроль и управляемость

Спа-сеть

- Наличие базы партнеров
- Партнеры (вебмастера) уверены, что им будет заплачено вовремя
- Партнерам не надо тратить время, чтобы разобраться в интерфейсах
- Партнерская сеть имеет больше опыта в выявлении мошенничества и поддержки пользователей

Шаг пятый



Стратегия работы с партнерами.
Мотивация и привлекательность
на рынке вашего предложения



Стратегия работы с партнерами



- Оставайтесь в рынке по выплатам и промо
- Говорите с партнерами
- Работайте над конверсией и сайтом

На пути к успеху



- Партнерская программа не работает на автопилоте
- Готовьтесь анализировать поступающие результаты
- Реагируйте и оптимизируйте ваш сайт
- Мотивируйте наиболее успешных партнеров

Спасибо за внимание!



ПЕТР ЦВЕТКОВ
PETR@LEADGID.RU

WWW.LEADGID.RU