

O E-BOOK DOS AFILIADOS

práticas poderosas
para ser um Afiliado Pro



jornadaafiliadopro.com.br



Índice

- 03.** Dicionário do Afiliado
- 07.** Introdução - O que é Marketing para Afiliados?
- 15.** Como funciona o Marketing de Afiliados?
- 22.** O que é Google Ads?
- 32.** O que é Bing Ads?
- 38.** O que é Facebook Ads?
- 44.** Google Ads para Negócios Locais e Google Meu Negócio
- 49.** Vender sem investir - O poder do YouTube
- 66.** Contabilidade para Afiliados

DICIONÁRIO DO AFILIADO

JAPONAUTA

Pessoas que não são meros expectadores de curso, mas sim, obstinadas pelo sucesso.

ADVERTORIAL

É uma página que você envia um possível cliente frio no anúncio (normalmente em forma de artigo) - utilizado pra topo de funil quando a pessoa está muito frio e não conhece o produto ainda.

AFILIADO

Pessoa que vende produtos online de produtores para receber comissões por venda realizada.

CAMPANHA

No Google Ads e Bing Ads, é uma ação estratégica para publicar um anúncio de um produto.

CANAL AUTORIDADE

Canal de uma terceira pessoa utilizado para postar vídeos review - normalmente usamos esse tipo de canal pra ranquear nossos vídeos concorridos em posições menores.

CANAL DE NICHU

Canal criado no Youtube que fala sobre um determinado nicho, um nicho específico

CLIQUE

Quantidade de vezes que pessoas clicaram no seu anúncio ou vídeo.

COMISSÃO DE AFILIADO

É quanto você vai receber de comissionamento pela venda do produto como afiliado.

CONVERSÃO

É uma ação, um objetivo alcançado. Uma conversão pode ser uma venda realizada em uma campanha ou uma pessoa que se inscreveu no seu site, por exemplo.

COOKIE

É uma captura do IP do computador. Através do cookie, você ganhar sua comissão como afiliado porque toda vez que uma pessoa entra no seu link de afiliado, marca o cookie pra recebimento desta.

COPY

Conjunto de palavras persuasivas utilizadas que influenciam na tomada de decisão do comprador. Utilizamos o termo para anúncios, páginas de vendas, roteiros de vídeos.



CPC

Valor pago em um clique de uma determinada palavra-chave. Cada palavra-chave vai ter um custo diferente dependendo do leilão do Google Ads/ Bing Ads/ Facebook Ads.

CTA

Termo em inglês que significa chamada para ação. É o ato de pedir que alguém faça alguma coisa, como se inscrever no canal, deixar um like, um comentário no vídeo.

CTR

Taxa de quantidade de impressões x cliques (quantas vezes seu anúncio apareceu x quantas vezes clicaram nele).

DOMÍNIO

É o site que você vai comprar e usar pra divulgar seus produtos (www.dominio.com.br)

DTC

Direct to Checkout - Página que leva Direto para as Ofertas (Checkout).

ENGAJAMENTO

É quando o vídeo postado tem curtidas, comentários, compartilhamos. Um vídeo engajado melhora muito o SEO!

ESTRUTURA DO PRODUTOR

Como afiliado, é possível usar o próprio site do produtor (estrutura do produtor) para divulgar seus links de afiliado.

ESTRUTURA PRÓPRIA

Criação de um site para divulgarmos produtos (formado por uma hospedagem e um domínio próprio).

FUNDO DE FUNIL

Pessoa que tem uma dor e sabe exatamente qual produto quer pra resolver aquela dor ("Jornada Afiliado Pro")

FUNIL DE VENDAS

Uma segmentação utilizada para avaliarmos o nível de interesse de uma pessoa pelo produto. Quanto mais no topo do funil, mais fria a pessoa, menos ela sabe que quer comprar um produto.

LEILÃO

É o leilão do Google para que seu anúncio apareça.



MEIO DE FUNIL

Pessoa que tem uma dor e que tem ideia de que precisa de um produto pra solucionar aquela dor, mas ainda não sabe qual produto ("Melhor Curso de Google Ads na Gringa para Afiliados")

MODELO DE ACOMPANHAMENTO

Quando utilizada a estrutura do produtor, na hora de subir campanha no Google Ads, além de inserir a URL final, usamos também o modelo de acompanhamento para ganhar comissões.

NO BRAND BIDDING

Quando o Produto não permite licitação de Marca, ou seja, não pode usar o nome do produto como palavra-chave.

NO PPC

Pay Per Click - Pagamento por Clique (Produtor não permite qualquer tipo de anúncio em Plataformas que funcionam deste modo, como Google Ads e Bing Ads)

OTIMIZAÇÃO DE CAMPANHA

Analisar a campanha criada para tomar decisões estratégicas para melhorar a performance dela (exemplos: segmentar campanha por idade, sexo e renda, analisar palavras-chave)

PIXEL INTELIGENTE

Pixel é onde ficam armazenados os dados dos compradores. Instalamos o pixel em nossas campanhas pra ela coletar dados. Quanto mais vendas, mais aquecido e inteligente o pixel (com mais dados de compradores, o Google Ads entrega melhor a campanha para pessoas com maior potencial de compra - isso é deixar o pixel inteligente).

PRESELL

É uma página de ponte entre o seu anúncio e a página de vendas do produtor. Usamos normalmente para fugir da concorrência da página do produtor ou divulgar nichos sensíveis no Google.

PRODUTOR

Pessoa que cria um produto físico ou digital (você vai vender produtos de produtores).

REMARKETING

É uma ação que o afiliado ou produtor podem fazer para enviar um anúncio para uma pessoa que já teve contato com o produto antes. Você pode fazer remarketing pra pessoas que entraram na sua página de vendas, que interagiram com seu Instagram, que assistiram um vídeo no seu canal do Youtube - a taxa de conversão costuma ser baixa já que a pessoa já teve contato com o produto antes.



ROI

Significa o Retorno Sobre o Investimento - É a relação entre o dinheiro que você ganhou e o dinheiro que você investiu numa estratégia (ou seja, o seu lucro).

SEO

Termo em inglês que significa otimização de ferramenta de busca. É um conjunto de estratégias aplicadas para fazer com que um vídeo no Youtube fique bem ranqueado ou recomendado.

TICKET DO PRODUTO

É o valor do produto que você vai vender.

TOPO DE FUNIL

Pessoa que tem uma dor, mas não sabe que precisa de um produto pra solucionar aquela dor ("como vender como afiliado na gringa com Google Ads")

TRÁFEGO ORGÂNICO

Estratégias que não exigem investimento para vender (Youtube, por exemplo)

TRÁFEGO PAGO

Estratégias como Google Ads, Bing Ads, Facebook Ads que exigem investimento para vender.

TSL

Text Sales Letter - Página de Vendas com Texto

VÍDEO RANQUEADO

É quando seu vídeo no Youtube fica ranqueado nas posições de busca do Youtube (exemplo: meu vídeo ficou ranqueado em terceiro lugar quando a pessoa busca "google ads para afiliados no Youtube")

VÍDEO RECOMENDADO

Quando o Youtube passa a recomendar seu vídeo para pessoas na página inicial do Youtube, nos vídeos relacionados e assim por diante.

VSL

Video Sales Letter - Página de Venda com Vídeo

WORDPRESS

Construtor de Sites pra criarmos nossa estrutura própria - presell, páginas vendas etc.

INTRODUÇÃO

Este ebook foi criado para ajudar todas as pessoas que estão dando os primeiros passos no mercado de afiliados e querem entender mais sobre algumas das estratégias nesse universo cheio de possibilidades. Aqui foram compartilhados conceitos sobre o que é o marketing de afiliados e também referente às estratégias abordadas em maior profundidade dentro do treinamento Jornada Afiliado Pro.

MARKETING DE AFILIADOS?

O marketing de afiliados é uma estratégia de marketing online na qual uma empresa recompensa indivíduos afiliados por direcionar tráfego ou vendas para o seu site por meio dos esforços dos afiliados. É uma forma de parceria em que o afiliado recebe uma comissão por cada ação específica realizada por um cliente potencial ou real, geralmente uma venda, clique, lead ou outra conversão predefinida.

ESTRUTURA BÁSICA

A ESTRUTURA BÁSICA DO MARKETING DE AFILIADOS ENVOLVE TRÊS PARTES PRINCIPAIS:

1

Anunciante/Mercante/Varejista

Esta é a empresa que possui o produto ou serviço. Ela decide criar um programa de afiliados para promover seus produtos e serviços.

2

Afiliado/Publisher/Parceiro

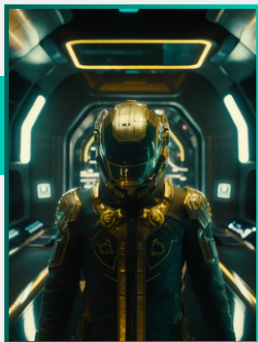
Os afiliados são indivíduos ou empresas que se inscrevem no programa de afiliados para promover os produtos ou serviços do anunciante. Eles recebem um link de afiliado exclusivo que rastreia as atividades dos usuários encaminhados por meio desse link.

3

Rede de Afiliados (Opcional)

Algumas empresas usam redes de afiliados para gerenciar seus programas. As redes de afiliados atuam como intermediárias, rastreando as vendas, gerenciando pagamentos e fornecendo ferramentas para afiliados e anunciantes.

COMO SER UM AFILIADO?



O processo do marketing de afiliados geralmente ocorre da seguinte forma:

- O afiliado se inscreve no programa de afiliados do anunciante.
- O afiliado recebe um link exclusivo de rastreamento.
- O afiliado promove os produtos ou serviços do anunciante usando esse link em seu site, blog, redes sociais, e-mails ou outras plataformas.
- Quando os usuários clicam no link e realizam a ação desejada (como fazer uma compra), o sistema de rastreamento registra a conversão.
- O afiliado é então creditado com uma comissão, geralmente uma porcentagem do valor da venda.

O marketing de afiliados oferece benefícios tanto para os anunciantes quanto para os afiliados. Para os anunciantes, é uma maneira eficaz de aumentar a visibilidade e as vendas, pois pagam apenas por resultados. Para os afiliados, é uma oportunidade de ganhar dinheiro promovendo produtos ou serviços sem a necessidade de criar ou manter os próprios produtos.

Em resumo, o marketing de afiliados é uma estratégia colaborativa em que todas as partes envolvidas podem se beneficiar mutuamente, criando uma relação ganha-ganha no mundo do comércio online.

VANTAGENS DE TRABALHAR COM MARKETING DE AFILIADOS

O marketing de afiliados oferece várias vantagens tanto para os anunciantes quanto para os afiliados, o que contribui para a popularidade e eficácia dessa estratégia. Aqui estão algumas das principais vantagens:

VANTAGENS PARA ANUNCIANTES

(Empresas que oferecem produtos ou serviços):



Custo Baseado em Resultados:

Os anunciantes pagam apenas por resultados concretos, como vendas, leads ou cliques. Isso minimiza o risco financeiro, pois o investimento é direcionado para a obtenção de resultados mensuráveis.



Ampla Exposição e Alcance:

O marketing de afiliados permite que os anunciantes alcancem uma audiência mais ampla, pois os afiliados promovem produtos ou serviços em vários canais online, como blogs, redes sociais, e-mails e sites.



Aumento da Credibilidade:

A recomendação de um afiliado pode aumentar a credibilidade do produto ou serviço, pois os afiliados muitas vezes têm uma audiência leal que confia em suas opiniões.

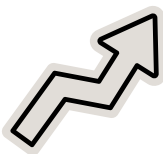


Eficiência de Custos:

Ao usar afiliados, os anunciantes podem economizar em custos de publicidade tradicionais, já que pagam apenas quando uma venda ou conversão real ocorre.

VANTAGENS PARA AFILIADOS

(Indivíduos ou Empresas que Promovem Produtos ou Serviços):



Oportunidade de Renda Passiva:

Os afiliados podem ganhar dinheiro mesmo quando não estão ativamente promovendo produtos, uma vez que seu conteúdo existente pode continuar gerando receita ao longo do tempo.



Baixo Investimento Inicial:

Não é necessário criar um produto ou serviço. Os afiliados podem começar a promover produtos existentes com um investimento mínimo em comparação com a criação de um negócio do zero.



Variedade de Opções de Produtos:

Os afiliados podem escolher entre uma ampla gama de produtos ou serviços para promover, permitindo-lhes diversificar e adaptar sua estratégia conforme necessário.



Flexibilidade e Liberdade:

Os afiliados têm a flexibilidade de trabalhar de qualquer lugar e podem escolher os produtos ou serviços que se alinham aos seus interesses ou nicho de mercado.



Recursos de Marketing Fornecidos:

Muitos programas de afiliados fornecem recursos de marketing, como banners, links de acompanhamento e materiais promocionais, o que facilita o processo de promoção para os afiliados.

Em resumo, o marketing de afiliados oferece uma abordagem eficiente e de baixo risco para as empresas promoverem seus produtos e para os afiliados gerarem renda online, criando uma dinâmica de cooperação mutuamente benéfica.

PRINCIPAIS PLATAFORMAS PARA AFILIADOS NO BRASIL E NA GRINGA

No Brasil, existem várias plataformas de afiliados que conectam afiliados a produtos e serviços, permitindo que eles promovam esses produtos e ganhem comissões por cada venda ou ação específica. Algumas das principais plataformas de afiliados no Brasil incluem:

- **Hotmart:** Uma das maiores e mais conhecidas plataformas de afiliados no Brasil, especializada em produtos digitais, como cursos online, e-books, e treinamentos.
- **Braip:** Semelhante à Hotmart, a Eduzz é uma plataforma brasileira que permite a afiliados promoverem produtos digitais e físicos, oferecendo uma variedade de opções de nichos.
- **Monetizze:** Outra plataforma popular no Brasil que oferece uma ampla gama de produtos digitais e físicos para afiliação. Possui recursos avançados de rastreamento e análise.
- **Lomadee:** Uma plataforma de afiliados que trabalha com produtos físicos e serviços, conectando afiliados a diversas marcas e varejistas renomados.
- **Doppus:** Parecida com Hotmart, a Doppus é uma plataforma brasileira que permite a afiliados promover produtos digitais em variados nichos.
- **Shopee:** A Shopee é um famoso marketplace no qual são vendidos diversos tipos de produtos. O programa de afiliados da Shopee permite que você divulgue e fature com a venda de qualquer produto disponibilizado em sua plataforma.
- **Shopify:** Shopify é uma das maiores plataformas de ecommerce e tem recursos maravilhosos. Desde gerar um nome comercial e criar logos até desenvolver um aplicativos para sites de eCommerces, eles se asseguram de oferecer soluções para os problemas de todos os empreendedores.

Cada vez mais novas plataformas estão surgindo com programas de afiliados específicos como o Canva, a Hostinger e outras empresas brasileiras e internacionais. Também existem muitas outras internacionais que valem a pena serem citadas.

Algumas das principais plataformas de afiliados internacionais que oferecem oportunidades para afiliados promoverem produtos e serviços em escala global:

- **Buygoods**
- **Maxweb**
- **AdCombo**
- **Amazon Associates:** Programa de afiliados da Amazon que permite promover produtos disponíveis na plataforma e ganhar comissões por vendas.
- **ShareASale:** Uma rede de afiliados que abrange uma ampla variedade de nichos e setores, oferecendo oportunidades de afiliação a produtos físicos e digitais.
- **CJ Affiliate (Commission Junction):** Uma das maiores redes de afiliados, conectando afiliados a diversas marcas e produtos em todo o mundo.
- **ClickBank:** Plataforma que se concentra em produtos digitais, oferecendo uma ampla variedade de cursos online, e-books e outros produtos digitais.
- **Rakuten Advertising:** Oferece programas de afiliados em diversos setores, conectando afiliados a marcas globalmente reconhecidas.
- **AWIN:** Uma rede global de afiliados que abrange uma ampla variedade de indústrias e setores, incluindo produtos físicos e digitais.
- **Impact Radius:** Oferece uma plataforma de marketing de afiliados para empresas que desejam gerenciar programas de afiliados de maneira abrangente.

- **FlexOffers:** Uma rede de afiliados que fornece uma variedade de programas em diferentes nichos, abrangendo produtos e serviços.
- **TradeDoubler:** Conecta afiliados a campanhas de marketing digital em diversos setores e países.
- **VigLink:** Uma plataforma que converte automaticamente links de texto em links de afiliados, proporcionando uma maneira fácil de monetizar conteúdo online.
- **Skimlinks:** Semelhante ao VigLink, converte automaticamente links em links de afiliados, facilitando a monetização de conteúdo.
- **Pepperjam:** Oferece serviços de marketing de afiliados e influenciadores para marcas globais.

Tendo isso em mente, assim como no Brasil, na gringa são milhares de plataformas para explorar. Abordamos várias delas dentro do treinamento e ensinamos a vender os produtos dessas plataforma tanto com o que chamamos de tráfego pago e também com tráfego orgânico.

PAGAMENTO DE COMISSÕES PARA AFILIADOS

O processo de pagamento de comissões aos afiliados tanto em plataformas nacionais quanto em plataformas internacionais pode variar dependendo das políticas específicas da plataforma, do programa de afiliados e da região em que o afiliado está localizado. No entanto, existem algumas práticas comuns que são frequentemente observadas:

➤ Métodos de Pagamento:

As plataformas brasileiras geralmente pagam diretamente na conta bancária instruída pelos afiliados. Já as plataformas internacionais geralmente oferecem vários métodos de pagamento para enviar comissões aos afiliados. Isso pode incluir transferências bancárias, cheques, depósitos diretos, pagamento via PayPal, e outros métodos de pagamento online. É muito comum termos intermediários como Payoneer e Wise para receber o pagamento antes do valor ser transferido para uma conta bancária brasileira.

➤ Moedas de Pagamento:

As plataformas brasileiras geralmente pagam diretamente na conta bancária instruída pelos afiliados. Já as plataformas internacionais geralmente oferecem vários métodos de pagamento para enviar comissões aos afiliados. Isso pode incluir transferências bancárias, cheques, depósitos diretos, pagamento via PayPal, e outros métodos de pagamento online. É muito comum termos intermediários como Payoneer e Wise para receber o pagamento antes do valor ser transferido para uma conta bancária brasileira.

➤ Limite Mínimo de Pagamento:

Muitas plataformas estabelecem um limite mínimo de pagamento. Os afiliados acumulam comissões até atingir esse valor mínimo antes de serem elegíveis para receber o pagamento.

➤ Frequência de Pagamento:

A frequência com que os pagamentos são processados pode variar. Alguns programas de afiliados pagam mensalmente, enquanto outros podem ter ciclos de pagamento trimestrais ou até anuais.

➤ Relatórios e Transparência:

Plataformas de afiliados geralmente fornecem relatórios detalhados que mostram as atividades e comissões geradas pelos afiliados. Essa transparência ajuda os afiliados a acompanhar seu desempenho e entender como suas comissões são calculadas.

➤ Cookies e Rastreamento:

O rastreamento de vendas e conversões é geralmente realizado por meio de cookies. Os cookies ajudam a atribuir corretamente as vendas ou ações aos afiliados. É importante entender a política de cookies da plataforma e a duração do rastreamento para garantir que as comissões sejam atribuídas corretamente.

➤ Questões Tributárias e Regulamentares:

Afilados tanto no Brasil quanto aqueles que vendem em plataformas internacionais devem estar cientes das implicações fiscais e regulamentares associadas ao recebimento de comissões de plataformas estrangeiras.

O processo de pagamento de comissões aos afiliados tanto em plataformas nacionais quanto em plataformas internacionais pode variar dependendo das políticas específicas da plataforma, do programa de afiliados e da região em que o afiliado está localizado. No entanto, existem algumas práticas comuns que são frequentemente observadas:

TRÁFEGO PAGO VS. TRÁFEGO ORGÂNICO NO MARKETING DE AFILIADO

Dentro do Marketing de Afiliados, existem várias estratégias de tráfego pago e/ou tráfego orgânico que um afiliado pode aprender e executar. Ambas as estratégias podem trazer bastante resultados e cada uma tem vantagens/desvantagens que vão depender bastante do momento de cada afiliado.

Dentro do JAP, você vai aprender estratégias de ambos, principalmente focando em Google Ads e Bing Ads (tráfego pago) e Youtube (tráfego orgânico). Mas, para melhor entender sobre o assunto, vamos compartilhar aqui um pouco mais sobre o assunto.

TRÁFEGO PAGO

O tráfego pago refere-se às visitas que um site ou conteúdo recebe como resultado de atividades de publicidade paga. No contexto do marketing de afiliados, os afiliados podem usar estratégias de tráfego pago para direcionar visitantes qualificados para os produtos ou serviços que estão promovendo. Algumas das formas comuns de tráfego pago incluem:

- **Anúncios em Redes Sociais:** Afiliados podem criar anúncios pagos em plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, ou LinkedIn para atingir públicos específicos.
- **Google Ads:** Os afiliados podem fazer uso do Google Ads para exibir anúncios pagos nos resultados de pesquisa do Google, alcançando usuários que buscam por palavras-chave relacionadas aos produtos ou serviços promovidos.
- **Marketing de Conteúdo Patrocinado:** Pode envolver a promoção de conteúdo através de anúncios pagos em plataformas de descoberta de conteúdo, como Taboola ou Outbrain.
- **E-mail Marketing Pago:** Os afiliados podem investir em campanhas de e-mail marketing pagas para promover produtos ou serviços para uma lista de assinantes.

VANTAGENS DO TRÁFEGO PAGO:

- **Resultados tendem a ser mais rápidos:** O tráfego pago pode gerar resultados mais rápidos, uma vez que os anúncios são exibidos assim que a campanha é ativada.
- **Controle Preciso:** Os afiliados têm controle total sobre o público-alvo, o orçamento e a exibição dos anúncios.
- **Métricas Mensuráveis:** Os resultados das campanhas pagas podem ser facilmente rastreados e analisados.

DESAFIOS DO TRÁFEGO PAGO:

- **Custo:** Pode exigir um investimento significativo, e os custos podem aumentar com a concorrência nas plataformas de publicidade.
- **Dependência Contínua:** Quando você pára de investir, as campanhas são desativadas e as vendas diminuem ou acabam.

TRÁFEGO ORGÂNICO

O tráfego orgânico refere-se às visitas que um site ou conteúdo recebe naturalmente, sem a necessidade de pagamento direto por publicidade. No marketing de afiliados, os afiliados podem gerar tráfego orgânico por meio de estratégias de otimização para motores de busca (SEO), criação de conteúdo relevante e envolvente, marketing de mídia social orgânico, entre outras abordagens.

VANTAGENS DO TRÁFEGO ORGÂNICO:

- **Custo Efetivo a Longo Prazo:** Uma vez estabelecido, o tráfego orgânico pode continuar a atrair visitantes ao longo do tempo sem custos contínuos significativos.
- **Credibilidade:** Os visitantes tendem a confiar mais em resultados orgânicos, o que pode aumentar a credibilidade do afiliado.

VANTAGENS DO TRÁFEGO ORGÂNICO:

- **Custo Efetivo a Longo Prazo:** Uma vez estabelecido, o tráfego orgânico pode continuar a atrair visitantes ao longo do tempo sem custos contínuos significativos.
- **Credibilidade:** Os visitantes tendem a confiar mais em resultados orgânicos, o que pode aumentar a credibilidade do afiliado.

DESAFIOS DO TRÁFEGO ORGÂNICO:

- **Tempo e Esforço:** Leva tempo para construir uma presença orgânica robusta, especialmente em motores de busca.
- **Resultados Incertos:** Os resultados podem variar, e não há garantia de alcançar posições elevadas nos resultados de pesquisa.

INTEGRAÇÃO NO MARKETING DE AFILIADOS:

Na prática, muitos afiliados utilizam uma combinação de tráfego pago e orgânico para otimizar seus resultados. O tráfego pago pode fornecer resultados um pouco mais rápidos, enquanto o tráfego orgânico cria uma base sustentável a longo prazo. A abordagem específica dependerá dos objetivos, do orçamento e da estratégia de cada afiliado. Como mencionado, no JAP são abordadas as duas estratégias e vai depender muito do cenário de cada aluno conforme explicado nas aulas. Falaremos aqui sobre as principais estratégias abordadas no curso: Google Ads, Bing Ads e Youtube para afiliados.

ESTRUTURA PRÓPRIA PARA AFILIADOS

Recentemente com algumas atualizações do Google Ads, faz se cada vez mais necessário um afiliado ter uma estrutura própria para conseguir anunciar em estratégias de tráfego pago. Antes de entrar no detalhe sobre o que é o Google Ads e o Bing Ads, é importante saber que para conseguir anunciar nessas duas plataformas, conforme ensinamos no Jornada Afiliado Pro, é importante ter um domínio e uma hospedagem. Ensinamos um passo a passo completo na prática de como fazer isso dentro do treinamento, mas aqui vão explicações importantes sobre o que é domínio e hospedagem:

Domínio e hospedagem são dois componentes essenciais para criar e manter um site na internet.

Domínio:

- Um domínio é o endereço exclusivo de um site na internet. Ele é a parte do URL que geralmente está após "www." Por exemplo, "google.com" e "facebook.com" são domínios.
- Os domínios são registrados através de registradores de domínio e normalmente exigem o pagamento de uma taxa anual.
- O registro de domínio permite que você tenha um endereço fácil de lembrar para o seu site, e os visitantes podem acessar seu site digitando esse endereço na barra de endereços do navegador.

Hospedagem:

- Hospedagem refere-se ao serviço que armazena os arquivos do seu site e os torna acessíveis na internet.

- Quando alguém digita o seu domínio no navegador, o pedido é encaminhado para o servidor de hospedagem que armazena os arquivos do seu site. Esses arquivos incluem HTML, CSS, imagens, vídeos, entre outros.
- Existem vários provedores de hospedagem web que oferecem diferentes planos com recursos variados, como espaço em disco, largura de banda, suporte técnico, etc.
- A escolha do serviço de hospedagem é crucial para garantir que seu site seja confiável, rápido e seguro.

Em resumo, o domínio é o endereço do seu site na web, enquanto a hospedagem é o serviço que armazena e disponibiliza os arquivos do seu site para que as pessoas possam acessá-lo online. Para ter um site funcional, você precisará tanto de um domínio quanto de um serviço de hospedagem.

ESTRUTURA PRÓPRIA PARA AFILIADOS

Nessa estratégia, ensinamos como fazer o que chamamos de presell pra conseguir divulgar muitos dos produtos. Uma presell é uma página que antecede a página de vendas do produto. Utilizando uma presell o afiliado prepara seus leads (potenciais clientes) antes de direcioná-los para a página de venda do produto ou serviço que estão promovendo. A ideia é "pré-vender" o produto ou criar um contexto favorável antes que o cliente em potencial chegue à página de destino final.

A presell é uma etapa intermediária entre a introdução do produto ou serviço ao público e a ação final de compra. Pode ser realizada por meio de diferentes formatos de conteúdo, como artigos, análises, vídeos, depoimentos ou outros tipos de conteúdo persuasivo. O objetivo é construir confiança, despertar o interesse e fornecer informações relevantes que ajudem a moldar a decisão de compra antes que o cliente visite a página de venda.

Alguns elementos comuns em estratégias de presell para afiliados incluem:

Relevância: O conteúdo deve ser relevante para o produto ou serviço que está sendo promovido.

Engajamento: Envolver os leitores ou espectadores de forma a mantê-los interessados e receptivos à oferta.

Chamada para Ação (CTA): Incluir uma chamada para ação para direcionar os visitantes para a página de venda após terem sido "pré-vendidos".

Construir uma presell é bastante simples e tem se tornado cada vez mais importante para afiliados que buscam divulgar produtos nessas estratégias de tráfego pago como Google Ads e Bing Ads.

Uma vez esclarecido este assunto, é importante agora entender mais a fundo sobre as estratégias de tráfego pago abordadas no treinamento Jornada Afiliado Pro.

O QUE É GOOGLE ADS?

O Google Ads é uma plataforma de publicidade online desenvolvida pelo Google, onde os anunciantes podem exibir anúncios pagos para promover seus produtos, serviços, ou conteúdo.

Anteriormente conhecido como Google AdWords, o Google Ads é um dos serviços de publicidade online mais populares e amplamente utilizados no mundo.

A plataforma permite que os anunciantes criem campanhas publicitárias e exibam anúncios em diferentes formatos, incluindo texto, imagem, vídeo e anúncios interativos.

Os anúncios do Google Ads podem aparecer em vários locais online, incluindo nos resultados de pesquisa do Google, em sites parceiros da Rede de Display do Google, no YouTube e em aplicativos móveis.

Principais componentes e conceitos do Google Ads:

- **Campanhas:** As campanhas são a estrutura mais alta na hierarquia do Google Ads. Cada campanha tem um objetivo específico, como aumentar as vendas, gerar leads, aumentar a conscientização da marca, etc.
- **Grupos de Anúncios:** Dentro de cada campanha, existem grupos de anúncios que contêm conjuntos de anúncios e palavras-chave relacionados. Agrupar anúncios dessa maneira ajuda os anunciantes a manter a relevância e a organização em suas campanhas.
- **Anúncios:** Os anunciantes criam diferentes tipos de anúncios, como anúncios de texto, anúncios gráficos, anúncios de vídeo e anúncios interativos. Cada tipo de anúncio tem suas próprias especificações e requisitos.

- **Anúncios:** Os anunciantes criam diferentes tipos de anúncios, como anúncios de texto, anúncios gráficos, anúncios de vídeo e anúncios interativos. Cada tipo de anúncio tem suas próprias especificações e requisitos.
- **Palavras-Chave:** As palavras-chave são termos ou frases que os anunciantes escolhem para acionar a exibição de seus anúncios quando os usuários fazem pesquisas relacionadas no Google.
- **Lance:** O lance é o valor máximo que um anunciante está disposto a pagar por um clique em seu anúncio ou por mil impressões (CPM). O Google Ads opera em um modelo de leilão, onde os anunciantes competem por posições de anúncios com base em seus lances e índices de qualidade.
- **Índice de Qualidade:** O índice de qualidade é uma métrica que avalia a relevância e a qualidade dos anúncios, palavras-chave e páginas de destino. Ele influencia a posição e o custo dos anúncios.
- **Rede de Display do Google:** Além dos resultados de pesquisa, os anúncios do Google Ads podem ser exibidos em sites parceiros, vídeos do YouTube e em aplicativos móveis através da Rede de Display do Google.

O Google Ads oferece uma ampla gama de opções de segmentação, permitindo que os anunciantes atinjam públicos específicos com base em localização, idioma, dispositivo, interesses e outros critérios. A plataforma fornece ferramentas robustas de relatórios e análises para que os anunciantes possam monitorar o desempenho de suas campanhas e fazer ajustes conforme necessário.

Agora que você entendeu o que é o Google Ads, vamos falar um pouco mais sobre a estratégia de Google Ads para Afiliados.

GOOGLE ADS

PARA AFILIADOS



O Google Ads pode ser uma ferramenta eficaz para afiliados que desejam promover produtos ou serviços de terceiros e ganhar comissões por meio de marketing de afiliados. O processo geral para usar o Google Ads como afiliado envolve os seguintes passos:

- **Escolha de Produtos Afiliados:** Os afiliados precisam escolher produtos ou serviços para promover como afiliados. Isso geralmente envolve participar de programas de afiliados de empresas que oferecem produtos relevantes ao nicho do afiliado.
- **Criação de Conteúdo de Qualidade:** Antes de criar anúncios, é crucial ter um conteúdo de qualidade em torno dos produtos ou serviços promovidos. Pode ser um blog, site ou canal no YouTube. Esse conteúdo deve ser relevante para o público-alvo e fornecer informações úteis.
- **Criação de Conta no Google Ads:** O afiliado precisa criar uma conta no Google Ads, se ainda não tiver uma. Durante esse processo, é necessário fornecer informações sobre o orçamento de publicidade, a segmentação de público e outros detalhes relevantes.
- **Pesquisa de Palavras-Chave:** Identificar palavras-chave relevantes é essencial para garantir que os anúncios sejam exibidos para usuários interessados nos produtos ou serviços promovidos. Isso envolve a pesquisa de palavras-chave relacionadas ao nicho.
- **Configuração de Campanhas e Grupos de Anúncios:** O afiliado configura campanhas no Google Ads, cada uma com grupos de anúncios específicos. Cada grupo de anúncios pode se concentrar em um conjunto específico de produtos ou palavras-chave relacionadas.

- **Criação de Anúncios:** Os afiliados criam anúncios atraentes e relevantes para os produtos ou serviços escolhidos. Isso pode incluir anúncios de texto, gráficos, de display, ou até mesmo anúncios em vídeo, dependendo da estratégia do afiliado.
- **Configuração de Links de Afiliados:** Os links de afiliados, únicos para cada afiliado, são incorporados nos anúncios. Esses links são cruciais, pois rastreiam as conversões geradas pelos cliques nos anúncios.
- **Acompanhamento e Otimização:** O afiliado monitora o desempenho das campanhas por meio das ferramentas de relatórios do Google Ads. Isso inclui avaliar métricas como CTR (taxa de cliques), custo por clique (CPC), e conversões. Com base nessas informações, o afiliado pode otimizar as campanhas para melhorar os resultados.
- **Conformidade com as Políticas do Google Ads:** Os afiliados devem garantir que seus anúncios e práticas estejam em conformidade com as políticas do Google Ads. Violações podem resultar na suspensão da conta.

Lembrando que as políticas do Google Ads podem ser rigorosas em relação a certos tipos de produtos ou práticas de publicidade, e os afiliados devem seguir as diretrizes para evitar problemas. Ao usar o Google Ads para marketing de afiliados, é crucial encontrar um equilíbrio entre a eficácia dos anúncios e a conformidade com as políticas, para garantir uma experiência positiva para todos os envolvidos.

TIPOS DE CAMPANHAS NO GOOGLE ADS



Os afiliados podem utilizar diferentes tipos de campanha no Google Ads para promover produtos ou serviços e maximizar seus resultados. Dentro do treinamento, vamos focar nos principais tipos de campanha abaixo:

CAMPANHA DE REDE DE PESQUISA

A "Rede de Pesquisa" no Google Ads é uma das redes de publicidade online oferecidas pelo Google. É um conjunto de locais onde os anunciantes podem exibir seus anúncios quando os usuários fazem pesquisas usando termos relevantes aos produtos ou serviços anunciados.

A Rede de Pesquisa inclui os seguintes componentes principais:

- **Resultados de Pesquisa do Google:** São os anúncios que aparecem na parte superior e inferior das páginas de resultados de pesquisa do Google quando alguém realiza uma pesquisa usando palavras-chave específicas. Como afiliados, essa é a principal estratégia que utilizamos ao subirmos nossas campanhas no Google Ads.
- **Google Shopping:** Como afiliados, acabamos não usando essa estratégia, mas é importante saber que para anúncios de produtos, a Rede de Pesquisa também pode incluir anúncios de produtos no formato de Google Shopping, exibidos com imagens, preços e informações do produto.

Os anunciantes que utilizam a Rede de Pesquisa do Google Ads escolhem palavras-chave relevantes para seus negócios. Quando um usuário pesquisa por uma dessas palavras-chave, os anúncios pertinentes podem ser exibidos. O modelo de pagamento geralmente é por clique (CPC - Custo Por Clique), o que significa que os anunciantes pagam apenas quando alguém clica em seus anúncios.

Essa rede é uma maneira eficaz de alcançar usuários que estão ativamente procurando informações relacionadas aos produtos ou serviços que um anunciante oferece, tornando-a uma opção valiosa para muitas estratégias de publicidade online.

CAMPANHA DE REDE DE DISPLAY

Essa campanha exibe anúncios visuais (imagem ou vídeo) em sites parceiros da Rede de Display do Google. Esses sites incluem não apenas o próprio Google, mas também uma variedade de sites afiliados, blogs e outros espaços online nos quais os usuários navegam.

Aqui estão alguns pontos-chave sobre as campanhas de Rede de Display:

- **Formatos de Anúncio:** Na Rede de Display, os anúncios podem assumir diversos formatos, como banners, anúncios de texto, anúncios responsivos, anúncios em vídeo, entre outros. Eles são exibidos em áreas estratégicas das páginas dos sites parceiros.
- **Segmentação:** Os anunciantes podem segmentar seus anúncios com base em critérios específicos, como palavras-chave relevantes, interesses do público-alvo, localização geográfica e outros fatores demográficos. Isso permite uma segmentação mais refinada para atingir públicos específicos.
- **Custo:** O modelo de pagamento geralmente é por clique (CPC), o que significa que os anunciantes pagam quando os usuários clicam em seus anúncios. Também é possível utilizar o modelo de custo por mil impressões (CPM), onde os anunciantes pagam por cada mil visualizações do anúncio.
- **Remarketing:** A Rede de Display é uma ferramenta eficaz para estratégias de remarketing, permitindo que os anunciantes alcancem usuários que visitaram seu site anteriormente, aumentando as chances de conversão.
- **Alcance:** Como a Rede de Display abrange uma grande variedade de sites, oferece um alcance significativo, permitindo que os anúncios atinjam uma audiência diversificada.

Ao configurar uma campanha de Rede de Display, os anunciantes têm a oportunidade de criar uma presença visual atraente na web e aumentar o reconhecimento da marca, bem como direcionar tráfego qualificado para seus sites. Essa forma de publicidade é especialmente útil para empresas que desejam aumentar a visibilidade online e alcançar um público mais amplo.

CAMPANHA DE VÍDEO (YOUTUBE):

Os afiliados podem criar anúncios em vídeo para serem exibidos no YouTube. As campanhas de vídeo no Google Ads referem-se a estratégias publicitárias que envolvem a exibição de anúncios em formato de vídeo em diversas plataformas, com destaque para o YouTube.

O Google Ads oferece diferentes formatos de campanhas de vídeo para ajudar os anunciantes a alcançarem seus objetivos de marketing. Aqui estão alguns dos principais tipos de campanhas de vídeo no Google Ads que vamos explorar como afiliados:

- **Anúncios TrueView:** Esses são os anúncios mais comuns no YouTube. Os espectadores têm a opção de pular o anúncio após alguns segundos. Os anunciantes são geralmente cobrados apenas quando os espectadores assistem a pelo menos 30 segundos do anúncio ou interagem com ele, como clicar em um link.
- **Anúncios Bumper:** Anúncios bumper são curtos, com duração de até seis segundos, e não podem ser pulados. Eles são ideais para capturar a atenção rapidamente e são cobrados com base no número de visualizações.
- **Anúncios Discovery:** Esses anúncios aparecem nas páginas de resultados de pesquisa do YouTube, na página inicial e na seção de vídeos relacionados. Eles são exibidos com uma miniatura e uma breve descrição e são cobrados quando os usuários clicam para assistir ao vídeo.

As campanhas de vídeo no Google Ads são uma maneira poderosa de envolver os usuários por meio de conteúdo visual e podem ser adaptadas para atender a uma variedade de objetivos de marketing, desde o aumento da conscientização da marca até a geração de leads e vendas.

Existem outros tipos também, mas o foco dentro do JAP serão nesses. Cada tipo de campanha tem suas características específicas e é adequado para diferentes objetivos de marketing.

A escolha da estratégia depende do produto ou serviço promovido, do público-alvo e dos objetivos específicos de marketing de afiliados. É importante ajustar e otimizar continuamente com base nos resultados e nas métricas de desempenho. Como visto, existem diversos tipos diferentes de campanhas dentro do Google Ads e como afiliados, vamos explorar algumas delas que são mais relevantes pro nosso negócio no marketing de afiliados.

COMO MAXIMIZAR RESULTADOS NO GOOGLE ADS PARA AFILIADOS

O Google Ads oferece várias estratégias que os afiliados podem empregar para promover produtos ou serviços e maximizar seus resultados. Aqui estão algumas estratégias comuns:

- **Palavras-Chave Relevantes:** Realizar uma pesquisa detalhada de palavras-chave relevantes para o produto ou serviço que está sendo promovido. Utilizar palavras-chave específicas ajuda a direcionar o tráfego relevante para os anúncios.
- **Anúncios de Texto Atraentes:** Criar anúncios de texto atraentes e persuasivos. Incluir informações únicas de venda, benefícios e chamadas claras para ação pode aumentar a eficácia dos anúncios.
- **Segmentação de Público:** Utilizar recursos de segmentação avançada, como segmentação por localização, idioma, idade, interesses e comportamentos. Isso ajuda a direcionar os anúncios para o público-alvo desejado.
- **Testes A/B:** Realizar testes A/B para diferentes versões de anúncios, títulos, textos e chamadas para ação. Isso ajuda a identificar quais elementos são mais eficazes na geração de cliques e conversões.
- **Uso de Extensões de Anúncio:** Aproveitar as extensões de anúncio, como extensões de local, de sitelink, de chamada, etc., para fornecer informações adicionais e tornar os anúncios mais atrativos.

- **Monitoramento e Otimização Contínuos:** Monitorar regularmente o desempenho das campanhas e realizar otimizações contínuas. Isso pode envolver ajustes de lance, refinamento de palavras-chave e pausa de anúncios menos eficazes.
- **Utilizar Correspondência de Palavras-Chave Adequada:** Escolher estrategicamente entre correspondência ampla, de frase, exata e correspondência negativa para controlar melhor quais pesquisas acionam os anúncios.

Ter atenção nestes pontos é crucial para conseguir ter bons resultados dentro do Google Ads para Afiliados. Além disso, é muito importante ter atenção na hora de analisar métricas para entender o que está acontecendo nas suas campanhas.

PRINCIPAIS MÉTRICAS PARA ANALISAR NAS CAMPANHAS

Ao utilizar o Google Ads, monitorar e analisar métricas-chave é essencial para avaliar o desempenho das campanhas e fazer ajustes para otimizar os resultados. Aqui estão algumas das principais métricas no Google Ads:

- **Impressões:** O número total de vezes que seus anúncios foram exibidos para os usuários.
- **Cliques:** O número de vezes que os usuários clicaram nos seus anúncios. Este é um indicador direto do interesse dos usuários.
- **Taxa de Cliques (CTR - Click-Through Rate):** Calculada como o número de cliques dividido pelo número de impressões, a CTR mostra a porcentagem de usuários que clicaram no seu anúncio após vê-lo. Uma CTR alta indica relevância.
- **Conversões:** Ações desejadas que ocorreram após um clique no anúncio, como uma venda, preenchimento de formulário ou outra interação valiosa.
- **Custo por Clique (CPC):** O valor médio que você paga por cada clique no seu anúncio. Calculado dividindo o custo total pelos cliques recebidos.

- **Custo por Mil Impressões (CPM):** O custo médio para 1.000 impressões do seu anúncio. Essa métrica é mais relevante para campanhas de display e vídeo.
- **Taxa de Conversão:** A porcentagem de cliques que resultam em uma conversão. Calculada como o número de conversões dividido pelo número de cliques.
- **Posição Média do Anúncio:** Indica a posição média em que o seu anúncio é exibido nos resultados de pesquisa. Uma posição média mais alta pode aumentar a visibilidade.
- **Índice de Qualidade (Quality Score):** Uma pontuação de 1 a 10 que avalia a qualidade do seu anúncio, palavras-chave e experiência da página de destino. Afeta o custo e a posição do anúncio.
- **Orçamento Gasto:** A quantidade total de dinheiro gasto na campanha durante um determinado período de tempo.
- **Taxa de Conversão por Clique (CVR):** Calculada como o número de conversões dividido pelo número de cliques, a CVR destaca a eficácia do seu anúncio em gerar ações desejadas.
- **Índice de Impressão Compartilhada:** Indica a porcentagem de impressões disponíveis que seus anúncios receberam. Uma pontuação alta sugere uma boa visibilidade.
- **Retorno Sobre Investimento (ROI):** Calculado como a receita gerada pelas campanhas dividida pelo custo total das campanhas. Essa métrica mostra a eficácia em termos de retorno financeiro.

Essas métricas fornecem uma visão abrangente do desempenho das campanhas no Google Ads. A interpretação dessas métricas deve ser adaptada aos objetivos específicos de cada campanha, lembrando que a métrica mais importante, no final das contas, é o ROI. Ou seja, se você está com lucro (ou não), na sua campanha. Otimizar as campanhas é muito fundamental para conseguir ter resultados no Google Ads e qualquer outra estratégia como afiliado.

Além da estratégia de Google Ads para afiliados, aqui no treinamento também ensinamos a estratégia de Bing Ads, que também é uma estratégia de tráfego pago.

O QUE É O BING ADS /MICROSOFT ADS?



O Bing Ads, agora chamado de Microsoft Advertising, é uma plataforma de publicidade online desenvolvida pela Microsoft. Assim como o Google Ads, o Microsoft Advertising permite que anunciantes criem e exibam anúncios online para promover produtos ou serviços.

O Microsoft Ads exibe anúncios principalmente nos resultados de pesquisa do Bing, que é o mecanismo de busca da Microsoft. Portanto, os maiores buscadores associados ao Microsoft Ads são aqueles que utilizam o Bing como mecanismo de busca. Aqui estão os principais buscadores relacionados ao Microsoft Ads:

- **Bing:** O Bing é o principal mecanismo de busca da Microsoft e é onde os anúncios do Microsoft Ads são exibidos nos resultados de pesquisa. Os anúncios podem incluir texto, imagens e até mesmo vídeos.
- **Yahoo:** O Yahoo Search é alimentado pelo Bing. Isso significa que, por meio de uma parceria entre a Microsoft e o Yahoo, os resultados de pesquisa no Yahoo são fornecidos pelo Bing, e os anúncios do Microsoft Ads também podem aparecer nesse mecanismo de busca.
- **AOL:** Da mesma forma que o Yahoo, o mecanismo de busca da AOL é alimentado pelo Bing. Os anúncios do Microsoft Ads podem ser exibidos nos resultados de pesquisa da AOL.

O Bing Ads, agora chamado de Microsoft Advertising, é uma plataforma de publicidade online desenvolvida pela Microsoft. Assim como o Google Ads, o Microsoft Advertising permite que anunciantes criem e exibam anúncios online para promover produtos ou serviços.

O Microsoft Ads exibe anúncios principalmente nos resultados de pesquisa do Bing, que é o mecanismo de busca da Microsoft. Portanto, os maiores buscadores associados ao Microsoft Ads são aqueles que utilizam o Bing como mecanismo de busca.

Aqui estão alguns pontos-chave sobre o Microsoft Advertising (anteriormente Bing Ads):

- **Exibição nos Resultados de Pesquisa do Bing:** Os anúncios do Microsoft Advertising aparecem nos resultados de pesquisa do Bing quando os usuários fazem pesquisas relevantes. Eles são exibidos acima ou ao lado dos resultados orgânicos.
- **Rede de Parceiros:** Além dos resultados de pesquisa no Bing, os anúncios também podem ser exibidos em sites parceiros da rede de publicidade da Microsoft, o que aumenta a visibilidade dos anúncios.
- **Formatos de Anúncio:** A plataforma suporta diversos formatos de anúncios, incluindo anúncios de texto, anúncios de produto, anúncios gráficos e anúncios de vídeo. Isso oferece flexibilidade aos anunciantes para criar anúncios visualmente atraentes.
- **Segmentação por Audiência:** Os anunciantes podem segmentar seus anúncios com base em critérios como localização geográfica, idade, sexo, interesses e comportamentos online, permitindo direcionar audiências específicas.
- **Orçamento e Lances:** Assim como no Google Ads, os anunciantes definem orçamentos diários e lances para suas campanhas e palavras-chave. O modelo de leilão determina a posição do anúncio com base nos lances e na qualidade do anúncio.
- **Relatórios e Análises:** A plataforma oferece ferramentas robustas de relatórios e análises para que os anunciantes possam monitorar o desempenho de suas campanhas e fazer ajustes conforme necessário.
- **Integração com Outras Plataformas:** O Microsoft Advertising oferece integração com outras plataformas da Microsoft, como o LinkedIn, permitindo estratégias de publicidade mais integradas.

A plataforma Microsoft Advertising é uma alternativa ao Google Ads, e alguns anunciantes optam por usar ambas as plataformas para alcançar uma audiência mais ampla. A escolha entre Google Ads e Microsoft Advertising depende dos objetivos específicos de publicidade, do público-alvo e da estratégia de marketing de uma empresa.

PRINCIPAIS DIFERENÇAS BING ADS VS. GOOGLE ADS

Apesar de muito similares em vários sentidos, existem diferenças significativas nas plataformas e nas estratégias utilizadas em ambas.

Aqui estão algumas das principais diferenças entre as duas plataformas:

- **Participação de Mercado:** O Google é o mecanismo de busca dominante e tem uma participação de mercado significativamente maior em comparação com o Bing/Microsoft Advertising. A maioria das pesquisas online é realizada no Google.
- **Custo por Clique (CPC):** Geralmente, o CPC no Bing/Microsoft Advertising tende a ser mais baixo do que no Google Ads. Isso pode ser uma vantagem para anunciantes com orçamento limitado.
- **Público-Alvo:** Os usuários do Bing/Microsoft Advertising costumam ser mais velhos do que os usuários médios do Google. Se o seu público-alvo incluir uma demografia mais madura, o Bing pode ser uma escolha estratégica.
- **Volume de Pesquisa:** O Google processa uma quantidade muito maior de pesquisas diárias em comparação com o Bing. Portanto, o Google Ads pode oferecer um alcance potencialmente maior.
- **Rede de Pesquisa e Parceiros:** O Google Ads exibe anúncios na rede de pesquisa do Google, bem como em uma vasta rede de parceiros. O Microsoft Advertising exibe anúncios nos resultados de pesquisa do Bing e em outros sites parceiros da Microsoft.
- **Formatos de Anúncios:** Ambas as plataformas suportam vários formatos de anúncios, mas pode haver diferenças nos detalhes de implementação. Por exemplo, os anúncios de produto no Bing/Microsoft Advertising são chamados de "anúncios de produto do Microsoft Merchant Center".

- **Estratégias de Segmentação:** As opções de segmentação podem variar. O Bing/Microsoft Advertising pode ser mais eficaz para atingir públicos mais velhos ou para segmentar regiões específicas.
- **Integração com Outras Plataformas:** O Microsoft Advertising oferece integração com outras plataformas da Microsoft, como o LinkedIn. Isso pode ser uma vantagem se você estiver visando públicos profissionais.
- **Ferramentas de Palavras-Chave:** Embora as estruturas de palavras-chave sejam semelhantes, as ferramentas específicas de pesquisa de palavras-chave podem variar entre as plataformas.
- **Concorrência:** A competição no Bing/Microsoft Advertising pode ser menor do que no Google Ads, o que pode resultar em custos mais baixos por clique para certas palavras-chave.

Ao escolher entre o Microsoft Advertising e o Google Ads, os anunciantes devem considerar seus objetivos específicos, público-alvo e orçamento, além de realizar testes para avaliar o desempenho em cada plataforma, mas para alunos do JAP, desde já é importante saber que as duas são excelentes plataformas e que podem ser usadas por iniciantes tanto em estratégias do Brasil quanto na gringa.

BING ADS PARA AFILIADOS

Usar o Bing Ads para vender como afiliado envolve a criação de campanhas estratégicas que direcionam tráfego qualificado para as ofertas de produtos ou serviços que você está promovendo como afiliado.

Aqui estão algumas etapas para usar o Microsoft Advertising efetivamente como afiliado:

➤ Escolha de Produto e Nicho:

Selecione um produto ou nicho relevante para promover como afiliado. Certifique-se de escolher algo que tenha demanda e seja adequado para o público-alvo que você planeja segmentar no Bing.

➤ Pesquisa de Palavras-Chave:

Realize uma pesquisa de palavras-chave para identificar termos relevantes ao seu produto ou nicho. Utilize ferramentas de palavras-chave para encontrar palavras-chave relevantes e de baixa concorrência.

➤ Criação de Conta no Microsoft Advertising:

Se ainda não tiver uma conta, crie uma no Microsoft Advertising. Siga o processo de configuração da conta e associe-a ao seu site ou à sua página de destino.

➤ Configuração da Campanha:

Crie uma nova campanha e escolha o objetivo adequado, como cliques, conversões, etc. Defina o orçamento diário e o período da campanha.

➤ Configuração do Grupo de Anúncios:

Crie grupos de anúncios específicos para organizar suas campanhas. Cada grupo deve conter palavras-chave relacionadas ao mesmo tema.

➤ Criação de Anúncios:

Desenvolva anúncios persuasivos e relevantes para cada grupo de anúncios. Utilize títulos atraentes, descrições convincentes e chamadas para ação claras. Inclua palavras-chave nos seus anúncios.

➤ Segmentação de Audiência:

Use as opções de segmentação do Microsoft Advertising para direcionar seus anúncios para a audiência certa. Isso pode incluir segmentação por localização, idade, gênero, dispositivo, etc.

➤ Configuração de Lance:

Defina lances competitivos para suas palavras-chave. Ajuste os lances com base no desempenho e na concorrência. Utilize estratégias de lances automáticos, se apropriado.

➤ Implementação de Extensões de Anúncio:

Adicione extensões de anúncio, como extensões de sitelink, de chamada e de local, para fornecer informações adicionais e aumentar a visibilidade.

*Assim como no Google Ads, para ter sucesso no marketing de afiliados com o Bing é necessário ter estudo, aplicação, paciência com o processo e também entender das métricas para conseguir acompanhar o que está acontecendo. Testar diferentes abordagens e aprender com os dados são práticas essenciais para otimizar suas campanhas ao longo do tempo. Embora não seja o foco do **Jornada Afiliado Pro**, dentro do treinamento também incluímos como bônus a estratégia de Facebook Ads para afiliados, motivo pelo qual é importante entender também essa poderosa fonte de tráfego. Diferentemente do Google Ads e do Bing Ads que incluem a possibilidade de anunciar na rede de pesquisa (quando alguém digita por uma determinada palavra-chave no buscador), no Facebook Ads o anúncio aparece para determinados públicos estados dentro do gerenciador de anúncios do Facebook.*

O QUE É FACEBOOK ADS

Facebook Ads é a plataforma de publicidade do Facebook, que permite que empresas e anunciantes criem anúncios segmentados para alcançar públicos específicos na plataforma do Facebook e em outros aplicativos e sites parceiros. O Facebook Ads oferece uma variedade de formatos de anúncios, direcionamento detalhado e opções de mensuração de desempenho.

AQUI ESTÃO ALGUNS PONTOS-CHAVE SOBRE O FACEBOOK ADS:

- **Formatos de Anúncios:** O Facebook Ads suporta uma variedade de formatos de anúncios, incluindo anúncios de imagem, anúncios em carrossel, anúncios em vídeo, anúncios de apresentação de slides, anúncios instantâneos, entre outros. Essa diversidade permite aos anunciantes escolherem o formato que melhor se adequa aos seus objetivos.
- **Segmentação Avançada:** Uma das principais vantagens do Facebook Ads é a capacidade de segmentar anúncios com base em uma variedade de critérios. Os anunciantes podem direcionar usuários com base em dados demográficos, interesses, comportamentos online, localização geográfica, conexões e muito mais. Isso ajuda a garantir que os anúncios sejam exibidos para um público altamente relevante.
- **Público Personalizado e Remarketing:** Os anunciantes podem criar públicos personalizados com base em dados de clientes existentes, como listas de e-mails, visitantes do site e interações com aplicativos. Além disso, o remarketing permite que os anunciantes alcancem usuários que já interagiram com seus negócios.
- **Orçamento Flexível:** O Facebook Ads oferece opções flexíveis de orçamento, permitindo que os anunciantes definam um valor diário ou vitalício para suas campanhas. Isso facilita o controle dos custos e ajustes ao longo do tempo.

Facebook Ads é a plataforma de publicidade do Facebook, que permite que empresas e anunciantes criem anúncios segmentados para alcançar públicos específicos na plataforma do Facebook e em outros aplicativos e sites parceiros. O Facebook Ads oferece uma variedade de formatos de anúncios, direcionamento detalhado e opções de mensuração de desempenho.

AQUI ESTÃO ALGUNS PONTOS-CHAVE SOBRE O FACEBOOK ADS:

- **Mensuração e Relatórios:** Os anunciantes têm acesso a ferramentas robustas de mensuração e relatórios que fornecem dados detalhados sobre o desempenho de suas campanhas. Métricas como alcance, impressões, cliques, conversões e custo por ação são monitoradas para avaliar o retorno do investimento (ROI).
- **Instagram Ads:** Como o Facebook é proprietário do Instagram, os anunciantes podem criar anúncios no Instagram diretamente através da plataforma do Facebook Ads, aproveitando a mesma segmentação avançada.

O Facebook Ads é uma ferramenta poderosa para alcançar públicos específicos, construir reconhecimento de marca, gerar leads e impulsionar vendas. A combinação de opções avançadas de segmentação e formatos de anúncios envolventes faz com que seja uma escolha popular para muitos anunciantes em todo o mundo.

FACEBOOK ADS PARA AFILIADOS

O Facebook Ads pode ser uma ferramenta eficaz para afiliados promoverem produtos ou serviços de terceiros e ganharem comissões. Aqui estão os passos básicos de como funciona o Facebook Ads para afiliados:

- **Escolha de um Programa de Afiliados:** Antes de começar a anunciar, os afiliados precisam escolher um programa de afiliados para se associar. Existem muitos programas disponíveis em várias áreas, desde produtos físicos até cursos online.

Facebook Ads é a plataforma de publicidade do Facebook, que permite que empresas e anunciantes criem anúncios segmentados para alcançar públicos específicos na plataforma do Facebook e em outros aplicativos e sites parceiros. O Facebook Ads oferece uma variedade de formatos de anúncios, direcionamento detalhado e opções de mensuração de desempenho.

AQUI ESTÃO ALGUNS PONTOS-CHAVE SOBRE O FACEBOOK ADS:

- **Mensuração e Relatórios:** Os anunciantes têm acesso a ferramentas robustas de mensuração e relatórios que fornecem dados detalhados sobre o desempenho de suas campanhas. Métricas como alcance, impressões, cliques, conversões e custo por ação são monitoradas para avaliar o retorno do investimento (ROI).
- **Instagram Ads:** Como o Facebook é proprietário do Instagram, os anunciantes podem criar anúncios no Instagram diretamente através da plataforma do Facebook Ads, aproveitando a mesma segmentação avançada.

O Facebook Ads é uma ferramenta poderosa para alcançar públicos específicos, construir reconhecimento de marca, gerar leads e impulsionar vendas. A combinação de opções avançadas de segmentação e formatos de anúncios envolventes faz com que seja uma escolha popular para muitos anunciantes em todo o mundo.

FACEBOOK ADS PARA AFILIADOS

O Facebook Ads pode ser uma ferramenta eficaz para afiliados promoverem produtos ou serviços de terceiros e ganharem comissões. Aqui estão os passos básicos de como funciona o Facebook Ads para afiliados:

- **Escolha de um Programa de Afiliados:** Antes de começar a anunciar, os afiliados precisam escolher um programa de afiliados para se associar. Existem muitos programas disponíveis em várias áreas, desde produtos físicos até cursos online.

- **Criação de uma Página de Destino:** Muitas vezes, os afiliados criam páginas de destino específicas para os produtos ou serviços que estão promovendo. Essas páginas são otimizadas para converter visitantes em clientes e podem incluir informações, depoimentos e chamadas para ação.
- **Configuração do Facebook Ads:** Os afiliados podem usar o Gerenciador de Anúncios do Facebook para criar campanhas publicitárias. Isso envolve a definição de objetivos (como tráfego para o site, conversões, etc.), segmentação de público-alvo, escolha de formatos de anúncios e definição de orçamento.
- **Segmentação de Público-Alvo:** Uma das grandes vantagens do Facebook Ads é a capacidade de segmentar anúncios para públicos específicos. Os afiliados podem segmentar com base em dados demográficos, interesses, comportamentos online e outros critérios para alcançar as pessoas mais propensas a se interessarem pelo produto ou serviço promovido.
- **Criação de Anúncios Engajadores:** Os afiliados precisam criar anúncios envolventes e persuasivos. Isso pode incluir imagens atraentes, cópia convincente e chamadas para ação claras. Além disso, é importante seguir as políticas de publicidade do Facebook.
- **Acompanhamento e Otimização:** Após o lançamento da campanha, os afiliados precisam monitorar o desempenho dos anúncios. Isso envolve o acompanhamento de métricas como cliques, impressões, conversões e custo por conversão. Com base nos resultados, os afiliados podem ajustar estratégias e otimizar suas campanhas.
- **Conformidade com as Regras de Afiliados e Publicidade:** É fundamental garantir que os métodos de promoção estejam em conformidade com as políticas do programa de afiliados e as diretrizes de publicidade do Facebook. Isso inclui transparência sobre a natureza afiliada da promoção.

Lembrando que as políticas e regras do Facebook Ads podem mudar, e é importante ficar atualizado para garantir que as campanhas estejam em conformidade. Além disso, é crucial fornecer valor genuíno aos usuários e construir relacionamentos sólidos para construir uma presença sustentável como afiliado.

PRINCIPAIS MÉTRICAS NO FACEBOOK ADS

Ao analisar o desempenho das campanhas no Facebook Ads, é essencial acompanhar várias métricas para entender o impacto e a eficácia dos seus anúncios. Aqui estão algumas das principais métricas que você deve considerar:

- **Impressões:** O número total de vezes que seus anúncios foram exibidos.
- **Cliques:** A quantidade de vezes que o seu anúncio foi clicado. Essa métrica ajuda a entender o engajamento inicial.
- **Taxa de Cliques (CTR - Click-Through Rate):** Calculada dividindo o número de cliques pelo número de impressões e expressa como uma porcentagem. Uma alta CTR geralmente indica que seus anúncios estão sendo bem recebidos pelo público.
- **Custo por Clique (CPC):** O custo médio de cada clique no seu anúncio. Essa métrica é importante para entender quanto você está pagando por cada interação.
- **Conversões:** O número total de ações desejadas realizadas pelo usuário após clicar no anúncio. As conversões podem incluir compras, preenchimento de formulários, downloads, etc.
- **Custo por Conversão (CPA):** O custo médio para obter uma conversão. Essa métrica é especialmente importante para avaliar o retorno sobre o investimento (ROI) das suas campanhas.
- **Alcance:** O número total de usuários únicos que viram seus anúncios. Isso ajuda a entender a extensão do alcance da sua campanha.
- **Frequência:** O número médio de vezes que um usuário único viu seus anúncios. A frequência elevada pode indicar fadiga do anúncio.
- **Engajamento:** Além dos cliques, engajamento inclui curtidas, comentários e compartilhamentos. Essas interações indicam o quão envolventes são seus anúncios.

- **Retorno Sobre o Investimento (ROI):** Uma métrica mais ampla que leva em consideração os custos da campanha em relação às receitas geradas. É crucial para avaliar a eficácia geral da campanha.
- **Taxa de Conversão:** A porcentagem de visitantes que realizaram uma ação desejada em relação ao número total de visitantes do site. Ajuda a avaliar a eficácia da página de destino.
- **Qualidade do Anúncio e Relevância:** Pontuações fornecidas pelo Facebook para indicar a qualidade e relevância dos seus anúncios. Anúncios mais relevantes podem ter um custo menor e melhor desempenho.

ATENÇÃO!

Ao analisar essas métricas de maneira conjunta, você pode obter uma visão abrangente do desempenho das suas campanhas no Facebook Ads, permitindo ajustes e otimizações para alcançar seus objetivos de marketing.

Agora que já foram abordadas as principais estratégias de tráfego pago abordadas dentro do treinamento, é importante entender as estratégias que não necessitam investimento.

São várias formas que o afiliado pode trabalhar no mercado sem precisar investir, mas aqui estão elucidadas as estratégias abordadas dentro do treinamento.

GOOGLE ADS PARA NEGÓCIOS LOCAIS E GOOGLE MEU NEGÓCIO

Uma das formas que é possível ganhar dinheiro no mercado é iniciando com gestão de tráfego para negócios locais com o Google Ads e Google Meu Negócio. Dessa forma, o afiliado pode aprender o conteúdo do Google Ads e aplicar para terceiros.

O Google Ads para negócios locais refere-se a campanhas publicitárias criadas na plataforma Google Ads com o objetivo de promover produtos ou serviços de empresas que atendem a uma área geográfica específica. Essas campanhas são projetadas para ajudar negócios locais a aumentar sua visibilidade online, direcionar tráfego para suas lojas físicas e atrair clientes dentro de uma região específica. Aqui estão alguns aspectos-chave do Google Ads para negócios locais:

- **Segmentação Geográfica:** Os anunciantes podem segmentar seus anúncios com base em localizações geográficas específicas, como cidades, bairros, códigos postais ou raio em torno de uma localização específica. Isso permite direcionar o público-alvo mais relevante para o negócio.
- **Anúncios de Local no Google Maps:** Os anúncios locais podem aparecer no Google Maps quando os usuários estão procurando empresas próximas. Isso é especialmente útil para empresas como restaurantes, salões de beleza, lojas de varejo e outros serviços locais.
- **Extensões de Local:** As extensões de local são recursos que permitem aos anunciantes incluir informações detalhadas sobre sua localização física nos anúncios. Isso pode incluir o endereço, número de telefone, horário de funcionamento e até mesmo um botão "Como Chegar" no Google Maps.
- **Campanhas de Chamadas Locais:** Essas campanhas são focadas em incentivar chamadas telefônicas para o negócio local. Os anúncios podem exibir o número de telefone diretamente, e os usuários podem clicar para ligar diretamente do anúncio.

- **Avaliações e Classificações:** O Google Ads pode destacar as avaliações e classificações do negócio local diretamente nos anúncios. Isso pode ajudar a construir a confiança dos clientes e influenciar a decisão deles.
- **Campanhas de Tráfego Local:** As campanhas podem ser otimizadas para direcionar o tráfego para o site do negócio ou loja online, incentivando os clientes a visitarem a loja física.
- **Palavras-Chave Locais:** A escolha de palavras-chave relevantes para a localização é essencial. Incluir termos geográficos específicos nas palavras-chave ajuda a direcionar anúncios para pessoas interessadas nos serviços ou produtos dentro da região.
- **Mensuração de Desempenho Local:** O Google Ads oferece métricas específicas para avaliar o desempenho de campanhas locais, como cliques na rota, chamadas telefônicas e visitas à loja.

Ao utilizar o Google Ads para negócios locais, os anunciantes podem personalizar suas campanhas para atender às necessidades específicas de sua comunidade local, alcançar clientes próximos e impulsionar o tráfego físico para suas lojas.

Além de absorver todo conteúdo sobre Google Ads, o segundo passo é prospectar clientes para começar os trabalhos. Prospectar clientes para serviços de Google Ads envolve identificar e abordar empresas ou empreendedores que podem se beneficiar da publicidade online no Google. Aqui estão algumas estratégias para prospectar clientes para Google Ads:

- **Pesquisa de Empresas Locais:** Identifique empresas locais que ainda não estão usando Google Ads ou que possam se beneficiar de uma estratégia de publicidade online mais eficaz. Empresas em crescimento ou aquelas que operam em setores competitivos podem ser alvos interessantes.

- **Análise da Presença Online:** Avalie a presença online das empresas, incluindo seus websites e atividades nas redes sociais. Empresas que têm presença online, mas não estão utilizando estratégias eficazes de Google Ads, podem ser bons candidatos para uma abordagem.
- **Participação em Eventos Locais:** Participe de eventos locais, feiras comerciais ou encontros de networking onde você pode interagir diretamente com proprietários de empresas. Esses eventos proporcionam uma oportunidade para apresentar os benefícios do Google Ads e como pode impulsionar seus negócios.
- **Cold Calling e E-mails de Apresentação:** Faça ligações frias para empresas locais apresentando os benefícios da publicidade no Google Ads. Envie e-mails de apresentação personalizados destacando como a publicidade online pode aumentar sua visibilidade e atrair mais clientes.
- **Parcerias com Agências Locais:** Estabeleça parcerias com agências locais de design, marketing ou consultoria de negócios. Muitas vezes, essas agências podem ter clientes que buscam serviços de publicidade online, e uma parceria pode ser mutuamente benéfica.
- **Avaliação de Concorrência:** Analise a concorrência local e identifique empresas que podem estar ficando para trás em termos de estratégias de publicidade online. Abordar essas empresas com soluções personalizadas pode ser uma abordagem eficaz.
- **Ofertas e Consultas Gratuitas:** Ofereça avaliações gratuitas ou consultas sobre como o Google Ads pode beneficiar seus negócios. Essa abordagem pode fornecer uma oportunidade para demonstrar o valor do serviço.
- **Testemunhos e Estudos de Caso:** Apresente testemunhos de sucesso ou estudos de caso de empresas locais que obtiveram benefícios significativos do Google Ads. Isso ajuda a construir credibilidade e demonstra resultados tangíveis.
- **Redes Sociais e Conteúdo Online:** Utilize plataformas de redes sociais para promover seus serviços de Google Ads. Crie conteúdo educativo que destaque os benefícios da publicidade online e como ela pode impactar positivamente os negócios.

- **Segmentação por Setor ou Nicho:** Considere segmentar seus esforços de prospecção por setor ou nicho específico. Empresas em setores específicos podem ter necessidades e desafios únicos que podem ser abordados de maneira mais eficaz.

Ao prospectar clientes para serviços de Google Ads, é fundamental abordar cada empresa de forma personalizada, destacando os benefícios específicos que a publicidade online pode proporcionar com base nas características do negócio. Além disso, demonstrar resultados tangíveis por meio de estudos de caso e exemplos práticos pode ser um diferencial significativo.

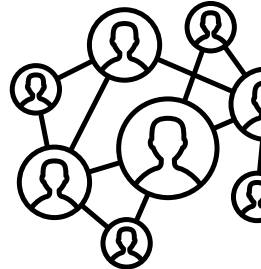
Além do Google Ads para Negócios Locais, também é possível oferecer serviços do Google Meu Negócio. Google Meu Negócio é uma ferramenta gratuita oferecida pelo Google que permite que empresas e organizações gerenciem como suas informações aparecem na Pesquisa do Google e no Google Maps. Ao criar e verificar uma ficha no Google Meu Negócio, as empresas podem fornecer informações precisas e atualizadas para os clientes, melhorando a visibilidade online e a interação com o público-alvo local. Algumas das principais **características e funcionalidades** do Google Meu Negócio incluem:

- **Informações Básicas:** As empresas podem fornecer informações básicas, como nome, endereço, número de telefone, site e horário de funcionamento. Essas informações aparecem nos resultados de pesquisa e no Google Maps.
- **Avaliações e Comentários:** Clientes podem deixar avaliações e comentários sobre a empresa. Essas avaliações aparecem na ficha da empresa e influenciam a percepção dos clientes.
- **Fotos:** Empresas podem adicionar fotos de seus estabelecimentos, produtos e serviços. Fotos visuais ajudam a destacar a aparência e a atmosfera da empresa.

- **Publicações:** O Google Meu Negócio permite que as empresas publiquem atualizações, ofertas especiais, eventos e outros conteúdos diretamente na ficha da empresa nos resultados de pesquisa.
- **Mensagens Diretas:** Clientes podem enviar mensagens diretamente para a empresa através do Google Meu Negócio. Isso facilita a comunicação e a interação direta com os clientes.
- **Estatísticas de Desempenho:** A ferramenta fornece insights sobre como os clientes interagem com a ficha da empresa, incluindo quantas visualizações ela recebe, cliques para o site, ligações telefônicas e solicitações de rotas.
- **Questionários e Respostas:** Empresas podem responder a perguntas frequentes dos clientes diretamente na ficha do Google Meu Negócio, fornecendo informações úteis para quem está pesquisando.
- **Reservas (para Empresas Elegíveis):** Algumas empresas, como restaurantes e salões de beleza, podem permitir que os clientes façam reservas diretamente por meio da ficha do Google Meu Negócio.
- **Verificação de Propriedade:** Para garantir a precisão das informações, o Google Meu Negócio exige que os proprietários verifiquem a propriedade da empresa antes de permitir alterações na ficha.
- **Integração com Google Ads:** Empresas podem vincular sua ficha do Google Meu Negócio à conta do Google Ads para aproveitar recursos adicionais, como a exibição de horários de funcionamento estendidos e links para páginas específicas.

O Google Meu Negócio é uma ferramenta essencial para empresas locais que desejam aumentar sua visibilidade online, fornecendo informações confiáveis e interagindo de maneira mais eficaz com clientes em potencial. As empresas podem acessar o Google Meu Negócio por meio do site dedicado ou do aplicativo móvel.

VENDER SEM INVESTIR



TRÁFEGO ORGÂNICO

Muitos Afiliados iniciam no mercado e têm bastante dificuldade para conseguir fazer campanhas de Google Ads ou Bing Ads por terem nenhuma ou muita pouca verba para investir. Por isso, dentro do Jornada Afiliado Pro criamos um módulo completo sobre Youtube que é uma das formas para trabalhar como afiliado sem necessariamente precisar investir.

O PODER DO YOUTUBE

O Youtube é uma ferramenta extremamente poderosa para vender online. Muitos acreditam que precisa aparecer pra vender, ou criar conteúdos mirabolantes, mas é verdade é que pode ser muito mais simples do que parece.

Antes de falar sobre as estratégia em si, é importante se atentar a alguns pontos muito importantes sobre o Youtube:

- **Diversidade de Conteúdo:** O YouTube abriga uma vasta gama de conteúdos, desde vídeos educativos, tutoriais e entretenimento até notícias e documentários. Essa diversidade atrai uma audiência global, abrangendo diferentes interesses e nichos.
- **Acessibilidade Global:** A plataforma está disponível em praticamente todos os países e em vários idiomas, o que permite que criadores atinjam audiências globais. Isso contribui para a disseminação rápida e eficaz de informações e entretenimento.

- **Monetização para Criadores:** O YouTube oferece um programa de parceria que permite aos criadores de conteúdo ganharem dinheiro com seus vídeos por meio de anúncios. Isso incentiva a produção de conteúdo de alta qualidade e atrai profissionais que veem no YouTube uma oportunidade de carreira.
- **Integração com Outras Plataformas:** Os vídeos do YouTube podem ser facilmente incorporados em sites, blogs e compartilhados em outras redes sociais, ampliando ainda mais o alcance do conteúdo.
- **Algoritmo de Recomendação:** O algoritmo do YouTube é altamente sofisticado e personaliza as recomendações de vídeos com base no histórico de visualizações e preferências do usuário. Isso mantém os usuários engajados e incentivados a descobrir novos conteúdos.
- **Facilidade de Uso:** O YouTube é intuitivo e fácil de usar, tanto para criadores de conteúdo quanto para espectadores. Isso contribui para a atração e retenção de usuários.
- **Plataforma para Aprendizado e Educação:** O YouTube se tornou uma fonte valiosa de aprendizado, oferecendo tutoriais, cursos online gratuitos e vídeos educativos em uma ampla variedade de tópicos. Isso o torna uma ferramenta poderosa para a disseminação do conhecimento.
- **Streaming Ao Vivo:** A funcionalidade de streaming ao vivo permite que criadores interajam diretamente com sua audiência em tempo real, promovendo um maior engajamento e construção de comunidade.

Esses fatores, entre outros, contribuem para a posição de destaque do YouTube como uma das plataformas mais poderosas e influentes na internet.

YOUTUBE PARA AFILIADOS

Vender como afiliado no YouTube envolve a criação de conteúdo atraente que incentiva os espectadores a clicarem nos seus links de afiliado e realizar compras. Aqui estão algumas estratégias que podem ajudar:

- **Escolha Produtos Relevantes:** Escolha produtos ou serviços afiliados que sejam relevantes para o seu público-alvo e que você possa genuinamente recomendar.
- **Conheça Seu Público:** Compreenda quem é seu público-alvo, quais são seus interesses e problemas. Crie conteúdo que resolva problemas específicos ou forneça informações valiosas para eles.
- **Crie Vídeos de Qualidade:** Produza vídeos de alta qualidade com boa iluminação, áudio claro e conteúdo envolvente. Utilize thumbnails atrativos para aumentar as taxas de cliques.
- **Revele Sua Afiliação de Forma Transparente:** Seja transparente sobre sua afiliação. Informe seus espectadores que você pode receber uma comissão se eles comprarem por meio do seu link, mas enfatize que suas recomendações são baseadas na qualidade do produto.
- **Tutoriais e Análises:** Crie tutoriais, análises e demonstrações dos produtos ou serviços afiliados. Mostre como eles funcionam na prática e destaque os benefícios.
- **Chamadas à Ação (CTAs):** Inclua chamadas à ação claras e persuasivas em seus vídeos. Peça aos espectadores que cliquem nos links na descrição para obter mais informações ou descontos exclusivos.
- **Otimize Descrições e Tags:** Utilize descrições de vídeo detalhadas e inclua palavras-chave relevantes. Isso ajuda na otimização para mecanismos de busca e facilita a descoberta do seu conteúdo.
- **Construa uma Lista de Email:** Incentive os espectadores a se inscreverem em uma lista de email. Isso permite que você mantenha contato direto com eles e promova produtos afiliados por meio de newsletters.

- **Participe de Programas de Afiliados Confiáveis:** Escolha programas de afiliados confiáveis e respeitáveis. Certifique-se de que os produtos ou serviços tenham boa reputação e satisfaçam as expectativas do seu público.
- **Engajamento e Resposta aos Comentários:** Responda aos comentários dos espectadores. O engajamento com seu público constrói uma comunidade e pode aumentar a confiança, levando a mais cliques nos seus links de afiliado.
- **Promova Ofertas Especiais:** Negocie ofertas especiais ou descontos exclusivos para seus seguidores. Isso pode incentivar a conversão através dos seus links de afiliado.

Lembre-se de que a consistência é chave. Construir uma presença no YouTube como afiliado leva tempo, mas com esforço e dedicação, você pode criar uma fonte de renda sustentável através da promoção de produtos afiliados.

A IMPORTÂNCIA DO SEO NO YOUTUBE

SEO (Search Engine Optimization) para YouTube refere-se às práticas e estratégias utilizadas para otimizar vídeos e canais no YouTube, com o objetivo de melhorar sua visibilidade nos resultados de pesquisa e recomendações da plataforma.

Assim como o SEO para sites convencionais, o SEO para YouTube visa aumentar o tráfego orgânico, melhorar a classificação nos resultados de busca, e consequentemente, aumentar a visibilidade e a audiência do canal.

PRINCIPAIS ELEMENTOS DO SEO PARA YOUTUBE:

- **Palavras-Chave:** Identificar e usar palavras-chave relevantes é fundamental. Isso inclui escolher termos de busca que seu público-alvo provavelmente usará para encontrar vídeos semelhantes aos seus. Inclua essas palavras-chave no título, descrição e tags do vídeo.
- **Título do Vídeo Otimizado:** O título do vídeo é crucial. Deve ser descritivo, atrativo e conter palavras-chave relevantes. Certifique-se de que seja claro sobre o conteúdo do vídeo.
- **Descrição Detalhada:** A descrição do vídeo é uma oportunidade de fornecer informações mais detalhadas. Inclua palavras-chave, links relevantes, uma sinopse do vídeo e chamadas à ação (CTAs). Quanto mais detalhada e informativa for a descrição, melhor.
- **Tags Relevantes:** Use tags que se relacionem diretamente com o conteúdo do vídeo. Isso ajuda o algoritmo do YouTube a entender o contexto e a relevância do seu vídeo.
- **Thumbnail Atrativo:** Uma imagem vale mais que mil palavras. Crie thumbnails atrativos e que despertem interesse. Isso pode aumentar as taxas de cliques e melhorar o desempenho do vídeo.
- **Tempo de Retenção de Audiência:** O algoritmo do YouTube leva em consideração o tempo que os espectadores passam assistindo aos vídeos. Criar conteúdo envolvente que mantenha os espectadores assistindo por mais tempo é crucial.
- **Engajamento e Compartilhamentos:** Vídeos que recebem likes, comentários e são compartilhados têm maior probabilidade de serem recomendados pelo YouTube. Incentive o engajamento do público e responda aos comentários.
- **Upload Regular e Consistente:** Manter um cronograma consistente de upload ajuda a construir audiência ao longo do tempo. O algoritmo favorece canais que são ativos e consistentes.

IMPORTÂNCIA DO SEO PARA **YOUTUBE**:

- **Visibilidade e Descoberta:** O SEO para YouTube aumenta a visibilidade dos seus vídeos nos resultados de pesquisa, o que facilita a descoberta por parte de novos espectadores.
- **Atrair Público-Alvo:** Utilizando palavras-chave relevantes, você atrai espectadores que estão interessados no tipo de conteúdo que você produz.
- **Melhor Classificação nos Resultados de Pesquisa:** Vídeos otimizados têm mais chances de aparecerem nas primeiras posições nos resultados de pesquisa, aumentando a probabilidade de serem clicados.
- **Engajamento e Retenção:** Um bom SEO não apenas atrai, mas também retém espectadores. Vídeos otimizados geralmente têm melhor desempenho em termos de tempo de retenção.
- **Monetização e Parcerias:** Canais bem otimizados têm mais chances de atrair parcerias e oportunidades de monetização, seja por meio de programas de afiliados, patrocínios ou a própria monetização do YouTube.
- **Construção de Marca:** Aumentar a visibilidade e atrair um público relevante contribui para a construção de uma marca forte e reconhecível.
- **Recomendações Automáticas:** Vídeos otimizados são mais propensos a serem recomendados automaticamente pelo algoritmo do YouTube, aumentando as chances de serem descobertos por uma audiência mais ampla.

Portanto, investir em SEO para YouTube é essencial para maximizar o potencial do seu canal, aumentar a audiência e atingir seus objetivos, seja de monetização, alcance ou engajamento.

CANAL DE NICHU NO YOUTUBE:

A primeira estratégia muito efetiva para conseguir ter sucesso no Youtube é através da criação de um canal de nicho no Youtube.

Um canal de nicho no YouTube é um canal que se concentra em um tópico específico e segmentado, atendendo a uma audiência mais restrita, mas altamente especializada.

Em vez de abordar uma ampla gama de temas, um canal de nicho se aprofunda em um assunto específico, oferecendo conteúdo detalhado e especializado para um público-alvo específico.

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE UM CANAL DE NICHU:

- **Tópico Específico:** Um canal de nicho se dedica a um tópico específico e muitas vezes segmentado. Pode ser algo muito específico, como "receitas veganas de sobremesas" ou mais amplo, como "tecnologia para gamers".
- **Audiência Específica:** O conteúdo é direcionado a uma audiência específica com interesses comuns. Esse público é mais provável de ser altamente engajado e leal ao canal devido à relevância do conteúdo.
- **Consistência de Tema:** Os vídeos mantêm uma consistência em termos de tema, estilo e abordagem. Isso ajuda a construir uma identidade coesa para o canal.
- **Profundidade de Conteúdo:** Em vez de superficialidade, o canal busca profundidade em seu conteúdo. Os criadores de canais de nicho frequentemente exploram subtemas e detalhes específicos do tópico principal.
- **Posicionamento como Especialista:** O criador busca se posicionar como um especialista ou autoridade no tópico abordado, oferecendo informações úteis e insights valiosos.

- **Engajamento da Comunidade:** A audiência de um canal de nicho é mais propensa a engajar-se e interagir, já que compartilha interesses específicos. Isso pode incluir comentários, compartilhamentos e participação em discussões.
- **Parcerias e Colaborações Relevantes:** Colaborações e parcerias muitas vezes ocorrem com outros criadores de conteúdo que compartilham o mesmo nicho, ampliando a exposição para ambos os públicos.

EXEMPLOS DE CANAIS DE NICHOS QUE PODEM INCLUIR:

- Um canal de culinária focado apenas em receitas de panificação.
- Um canal de tecnologia que se concentra exclusivamente em análises de laptops para programadores.
- Um canal de fitness dedicado a treinos específicos para corredores de longa distância.

Os canais de nicho são uma estratégia eficaz para criadores de conteúdo que desejam se destacar em um mercado saturado, construir uma audiência leal e posicionar-se como uma autoridade em um tópico específico. Eles podem ser particularmente eficientes para quem busca monetização através de parcerias, patrocínios ou programas de afiliados, pois a audiência específica tende a ser mais valiosa para determinados anunciantes.

Além de conseguir vender produtos dentro do seu canal de nicho para ganhar dinheiro como afiliado, outra vantagem de ter um canal é a possibilidade de monetizar ele para ganhar dinheiro mensalmente com as visualizações dos vídeos do Youtube.

Monetizar um canal no YouTube envolve várias etapas, e é importante lembrar que a receita pode vir de diversas fontes.

AQUI ESTÃO ALGUMAS MANEIRAS DE MONETIZAR UM CANAL NO YOUTUBE:

- **Programa de Parceria do YouTube:** Torne-se um parceiro do YouTube para ativar a monetização em seus vídeos. Para se qualificar para o Programa de Parceria do YouTube, é necessário atender a certos requisitos, incluindo a obtenção de pelo menos 1.000 inscritos e 4.000 horas de tempo de exibição nos últimos 12 meses.
- **Anúncios no YouTube:** Ao fazer parte do Programa de Parceria do YouTube, você pode ganhar dinheiro exibindo anúncios em seus vídeos. Isso inclui anúncios em vídeo, anúncios de sobreposição, anúncios de display e outros formatos.
- **YouTube Premium:** Os criadores de conteúdo recebem uma parte da receita do YouTube Premium, que é um serviço de assinatura que oferece benefícios como a reprodução de vídeos sem anúncios.
- **Marketing de Afiliados:** Promova produtos ou serviços em seus vídeos e inclua links de afiliados na descrição. Você ganha uma comissão por cada venda ou ação realizada por meio dos seus links de afiliado.
- **Merchandising:** Crie e venda produtos relacionados ao seu canal, como camisetas, canecas ou outros itens personalizados. O YouTube permite que você adicione uma seção de mercadorias diretamente na sua página.
- **Patrocínios e Parcerias:** Colabore com empresas ou marcas que estejam dispostas a patrocinar seus vídeos. Essas parcerias podem incluir menções pagas, integração de produtos ou outros acordos.
- **Doações e Apoio dos Fãs:** Algumas plataformas, como o YouTube, oferecem recursos de doações e membros do canal. Os espectadores podem apoiar financeiramente o canal por meio de doações ou pagando uma taxa de inscrição mensal para se tornarem membros.
- **Venda de Cursos ou Conteúdo Exclusivo:** Se você tem conhecimento especializado em um determinado assunto, pode criar e vender cursos online. Alternativamente, ofereça conteúdo exclusivo para assinantes ou membros do canal.

- **Eventos Ao Vivo e Transmissões:** Realize eventos ao vivo, webinars ou transmissões exclusivas que os espectadores podem acessar mediante pagamento. O YouTube oferece a opção de cobrar ingressos para transmissões ao vivo.

Lembre-se de que a consistência na produção de conteúdo, a interação com a audiência e a qualidade do seu trabalho são fundamentais para construir uma base de fãs leal e atrair oportunidades de monetização mais significativas.

Além disso, respeite as políticas e diretrizes do YouTube para garantir a elegibilidade contínua para o Programa de Parceria e outras formas de monetização.

CANAL DE NICHOS NO YOUTUBE:

Ao criar um canal de nicho, o afiliado pode explicar diversos nichos diferentes. Existem inúmeros nichos diferentes que podem ser explorados para criar conteúdo e vender no YouTube.

A escolha do nicho deve levar em consideração seus interesses, conhecimentos e a demanda do público.

AQUI ESTÃO ALGUNS NICHOS VARIADOS:

- **Beleza e Maquiagem:** Tutoriais de maquiagem, resenhas de produtos de beleza, dicas de cuidados com a pele.
- **Fitness e Bem-Estar:** Treinos em casa, dicas de saúde, receitas saudáveis, avaliações de suplementos.
- **Tecnologia e Eletrônicos:** Análises de gadgets, tutoriais de software, notícias de tecnologia.
- **Viagens e Aventuras:** Vlogs de viagem, dicas para destinos específicos, guias de viagem.

- **Culinária e Receitas:** Demonstração de receitas, dicas de culinária, revisões de utensílios de cozinha.
- **Desenvolvimento Pessoal:** Vídeos motivacionais, dicas de produtividade, desenvolvimento pessoal.
- **Finanças Pessoais e Investimentos:** Educação financeira, dicas de economia, análises de investimentos.
- **Gaming e Jogos:** Gameplays, análises de jogos, notícias do mundo dos games.
- **Moda e Estilo:** Desfiles de moda, dicas de estilo, compras e resenhas de roupas.
- **Educação Online:** Tutoriais acadêmicos, cursos online, dicas de estudo.
- **Pets e Animais de Estimação:** Vídeos engraçados de animais, dicas de cuidados, resenhas de produtos para pets.
- **Arte e DIY (Faça Você Mesmo):** Tutoriais de arte, projetos de DIY, resenhas de materiais de arte.
- **Maternidade e Parentalidade:** Vlogs de maternidade, dicas para pais, resenhas de produtos para bebês.
- **Carros e Automobilismo:** Análises de carros, notícias automotivas, tutoriais de manutenção.
- **Saúde Mental e Bem-Estar:** Vídeos sobre saúde mental, meditação, dicas de relaxamento.
- **Linguagens e Culturas:** Aulas de idiomas, exploração de culturas, dicas de viagem linguística.
- **Ciência e Educação:** Vídeos educativos, experimentos científicos, notícias científicas.
- **Comédia e Entretenimento:** Skits de comédia, paródias, entretenimento geral.

- **Comentários de Filmes e Livros:** Análises de filmes, resenhas de livros, recomendações.
- **Jardinagem e Agricultura Urbana:** Dicas de jardinagem, cultivo de alimentos em casa, projetos de paisagismo.

Estas são apenas algumas ideias, e há uma infinidade de nichos específicos dentro dessas categorias.

O importante é escolher algo que você seja apaixonado e que tenha um público-alvo interessado nesse tipo de conteúdo.

Além disso, esteja ciente das diretrizes e políticas do YouTube ao criar seu conteúdo.

Gerar ideias de conteúdo novo para o YouTube pode ser desafiador, mas há várias estratégias que você pode adotar para manter seu canal interessante e atrativo.

AQUI ESTÃO ALGUMAS DICAS PARA AJUDAR A INSPIRAR NOVAS IDEIAS:

- **Conheça Seu Público:** Entenda quem são seus espectadores, quais são seus interesses e necessidades. Considere criar conteúdo que resolva problemas específicos ou forneça informações que eles acham valiosas.
- **Pesquise Tendências do Momento:** Fique de olho nas tendências e temas populares em seu nicho. Use ferramentas como o Google Trends, explore redes sociais e esteja atento ao que está gerando buzz em sua comunidade.
- **Leia Comentários e Feedbacks:** Analise os comentários em seus vídeos anteriores. Os espectadores muitas vezes fazem perguntas ou sugerem tópicos para vídeos futuros. Use esse feedback para gerar ideias.

- **Faça Perguntas à Sua Audiência:** Interaja com seu público por meio das redes sociais, enquetes no YouTube e até mesmo perguntas diretas em seus vídeos. Descubra o que eles gostariam de ver e esteja aberto a suas sugestões.
- **Acompanhe Seus Concorrentes:** Observe o que outros criadores de conteúdo em seu nicho estão fazendo. Não copie, mas use isso como inspiração para criar sua própria abordagem única sobre um tópico popular.
- **Crie Séries de Vídeos:** Desenvolva séries de vídeos com temas recorrentes. Isso pode criar expectativa e incentivar a fidelidade dos espectadores. Por exemplo, você pode ter uma série semanal de dicas, entrevistas, ou desafios.
- **Atualize Conteúdo Antigo:** Revise seus vídeos mais antigos e veja se há oportunidades de atualizá-los com novas informações, abordagens ou técnicas. Isso é uma maneira eficaz de revitalizar conteúdo existente

Você pode usar o ChatGPT para ajudar a gerar ideias, esboçar scripts ou aprimorar o conteúdo para seus vídeos no YouTube.

AQUI ESTÃO ALGUMAS MANEIRAS DE INTEGRAR O CHATGPT NO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA O YOUTUBE:

- **Geração de Ideias:** Peça sugestões de tópicos relacionados ao seu nicho ou tema de canal. Forneça algumas palavras-chave ou conceitos e peça ao ChatGPT para expandir sobre eles.

(Exemplo: "Dê-me ideias para vídeos sobre [seu nicho] que são populares atualmente.")

- **Aprimoramento de Títulos e Descrições:** Forneça um título ou descrição inicial para o seu vídeo e peça sugestões para melhorá-los. O ChatGPT pode oferecer variações e ajustes.

(Exemplo: "Como posso melhorar o título deste vídeo sobre [seu tópico] para torná-lo mais atraente?")

- **Esboço de Scripts:** Esboce partes do roteiro do seu vídeo ou peça ajuda na estruturação de suas ideias. O ChatGPT pode auxiliar na organização e no desenvolvimento de pontos-chave.

(Exemplo: "Ajude-me a criar um esboço para um vídeo explicando [seu tópico].")

- **Resolução de Dúvidas ou Explicação de Conceitos:** Caso você tenha dúvidas específicas sobre um tópico, pergunte ao ChatGPT para obter explicações mais detalhadas ou esclarecimentos.

(Exemplo: "Explique mais sobre [um conceito específico] para que eu possa incorporar isso no meu vídeo.")

- **Geração de Introduções Criativas:** Solicite sugestões para introduções envolventes para seus vídeos. Uma introdução cativante pode prender a atenção do espectador desde o início.

(Exemplo: "Crie uma introdução interessante para um vídeo sobre [seu tópico].")

Lembre-se de que o ChatGPT é uma ferramenta que fornece sugestões e pode ser uma fonte criativa, mas é importante revisar e ajustar o conteúdo gerado para garantir que atenda às suas necessidades específicas e ao tom do seu canal.

Além disso, certifique-se de cumprir as diretrizes do YouTube e criar um conteúdo de alta qualidade e relevante para sua audiência.

O QUE É VÍDEO REVIEW PARA YOUTUBE:

Um vídeo review, ou resenha em vídeo, é um tipo de conteúdo audiovisual onde o criador compartilha suas opiniões, análises e experiências sobre um produto, serviço, filme, livro, jogo, ou qualquer outra coisa que esteja sendo avaliada.

Esse formato é popular na internet e em plataformas como o YouTube, onde criadores de conteúdo produzem vídeos detalhados para informar e orientar o público sobre diferentes produtos ou experiências.

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE UM VÍDEO REVIEW:

- **Avaliação Detalhada:** O criador explora detalhadamente o item ou experiência em questão, discutindo características, benefícios, desvantagens e sua experiência pessoal.
- **Demonstração ou Exemplos:** Muitas vezes, os vídeos reviews incluem demonstrações práticas do produto ou trechos do serviço para dar aos espectadores uma ideia mais concreta do que está sendo revisado.
- **Opiniões Pessoais:** O revisor compartilha suas opiniões pessoais de forma honesta e transparente, destacando o que gostou ou não gostou e explicando as razões por trás da escolha daquele produto.

Criar uma estratégia eficaz para vídeos de review no YouTube envolve considerar diversos elementos, desde a escolha dos produtos ou serviços até a promoção do vídeo.

Aqui estão algumas etapas que podem ajudar na criação de uma estratégia de vídeo review bem-sucedida:

- **Escolha de Produtos/Serviços Relevantes:** Selecione produtos ou serviços que se alinhem ao seu nicho e sejam relevantes para sua audiência. Escolher itens populares ou recém-lançados pode aumentar o interesse.
- **Pesquisa Prévia:** Antes de gravar, faça uma pesquisa detalhada sobre o produto ou serviço. Isso inclui conhecer seus recursos, benefícios, desvantagens e qualquer informação importante que possa ser útil para seus espectadores.
- **Crie uma Introdução Atraente:** Capture a atenção do espectador desde o início. Uma introdução envolvente pode incluir uma breve prévia do que será revisado, uma pergunta intrigante ou uma declaração impactante.
- **Demonstração Prática:** Se possível, inclua uma demonstração prática do produto ou mostre como o serviço funciona na prática. Isso ajuda os espectadores a visualizarem o item em ação.
- **Destaque Pontos Positivos e Negativos:** Seja equilibrado em sua revisão, destacando tanto os pontos positivos quanto os negativos. Isso aumenta a credibilidade e ajuda os espectadores a tomarem decisões informadas.
- **Inclua Comparações:** Se aplicável, compare o produto ou serviço com outros similares no mercado. Isso pode ajudar os espectadores a entenderem as opções disponíveis.
- **Seja Transparente sobre Afiliações:** Se você estiver usando links de afiliados, seja transparente com sua audiência sobre isso. A honestidade cria confiança e transparência.
- **Aproveite Elementos Visuais:** Use imagens e vídeos de alta qualidade. Mostre detalhes importantes e utilize gráficos ou animações para tornar o vídeo mais envolvente.
- **Engajamento com a Audiência:** Incentive os espectadores a compartilharem suas próprias experiências nos comentários. Responda aos comentários para criar um diálogo.

- **Conclusão Clara e Classificação:** Forneça uma conclusão clara e uma classificação, se aplicável. Sua opinião final é crucial para ajudar os espectadores a formarem uma opinião sobre o produto ou serviço.
- **Otimização para SEO:** Utilize palavras-chave relevantes no título, descrição e tags para otimizar o vídeo para os mecanismos de busca. Isso aumenta as chances de ser encontrado.
- **Promoção Efetiva:** Compartilhe seu vídeo em redes sociais, grupos relevantes, blogs e fóruns. Isso ajuda a aumentar o alcance e atrair mais espectadores.
- **Avalie o Desempenho:** Analise as métricas de desempenho, como visualizações, taxas de retenção e engajamento. Isso ajudará você a entender o que funciona melhor para sua audiência.

Lembre-se de que a autenticidade e a sinceridade são essenciais em vídeos de review.

Construa uma relação de confiança com sua audiência, e eles estarão mais propensos a seguir suas recomendações.

CONTABILIDADE PARA AFILIADOS



Contabilidade para afiliados é um tema bastante importante que gera muitas dúvidas entre afiliados. Afiliados podem começar a trabalhar como pessoa física tendo apenas um CPF, mas é importante regularizar um CNPJ quando os resultados começam a escalar. Dentro do Jornada Afiliado Pro, tem uma aula com contadoras explicando mais sobre o tema.

CONCLUSÃO

O marketing de afiliados é um universo enorme com as mais variadas estratégias para vender online. Dentro do Jornada Afiliado Pro o aluno consegue entender com maior profundidade estratégia de tráfego pago e orgânico para conseguir abrir novos horizontes no mercado digital.

AGRADECEMOS O SEU EMPENHO EM LER ATÉ AQUI!

JORNADA
**AFILIADO
PRO**

BONS ESTUDOS



jornadaafilado.pro.com.br