

Você já ouviu falar no marketing de afiliados? Esse é um modelo de negócio que vem dando bastante certo para produtores, influenciadores e afiliados ao redor do Brasil inteiro. Sendo assim, você vai descobrir neste guia o que é o marketing de afiliados, como funciona e outros detalhes que vão te levar ao sucesso!

O que é o marketing de afiliados?

Talvez você não conheça o marketing de afiliados com esse nome em específico mas com certeza já foi agraciado por ele em algum momento da vida. Ah, acha que não? Um exemplo simples: **Você já comprou perfumes ou outros produtos do ramo de cosméticos através das revistas de empresas como Avon ou Boticário? Então, essa é uma forma simples de como funciona um programa de afiliados**

De maneira simples e rápida, **o marketing de afiliados acontece quando uma empresa contrata uma pessoa (ou um grupo de pessoas ou uma empresa) para realizar a divulgação de seus produtos. Através de cada venda que é realizada por meio dessa pessoa escolhida, a empresa contratante paga o contratado uma determinada quantia (que pode ser um valor fixo ou uma porcentagem das vendas) e fica com o resto dos ganhos.**

Quando é bem feito, o modelo de negócio que é colocado em ação numa estratégia de marketing de afiliados é algo bastante lucrativo. Obviamente, essa margem de lucro também depende diretamente do produto que você comercializa.

Por exemplo: um produto digital pode ser vendido de forma mais rápida que um produto que demora três semanas para chegar na sua casa. Mas, **se você continuar aqui com a gente, te prometemos esclarecer todas essas questões e fazer com que você ache a melhor forma de lucrar o marketing de afiliados.**

O trabalho com marketing de afiliados pode ser vantajoso para os dois lados do espectro. **As empresas que realizam a contratação desse tipo de serviço, conseguem uma forma simples e eficiente de divulgar e vender o seu produto através de figuras de respeito.**

Já para os contratados, eles ganham uma oportunidade de aliar seu conteúdo a empresas que têm respeito no mercado, uma troca que só tem a oferecer resultados positivos para todos os envolvidos. Quanto mais gente descobrir seu conteúdo e consumi-lo, maiores serão suas chances de fazer boas vendas e ganhar ótimas comissões por isso.

Então, quando você investe no marketing de afiliados tem uma mescla que faz qualquer empreendedor abrir um baita sorriso. É a oportunidade de fazer um produto de sucesso, divulgar de forma natural e não complexa de ser planejada; além de conseguir uma taxa de lucro que causa inveja a muita gente. Esse é um marketing baseado no desempenho da empresa como criadora de um produto de sucesso e no desempenho da pessoa (ou outra empresa) que você escolheu para divulgação.

Como funciona o marketing de afiliados?

Para ter sucesso em qualquer meio de ação, é preciso conhecer como ele funciona. **O marketing de afiliados tem um sistema de funcionamento bastante simples de ser compreendido e implementado. Esse sistema tem quatro “níveis”: O vendedor, o afiliado, o consumidor e a rede de afiliados.** Vamos entender o papel de cada um?

Nível 1: O vendedor (infoprodutor)

Todo nível dessa organização é importante em seu próprio papel. Começamos com o vendedor. Aquela pessoa (ou empresa) que tem a ideia de criar um produto no qual ele acredita que seja o diferencial que ele pode apresentar ao mercado. Mas para que isso se torne realidade, ele deve precisar de alguém que possa dar cara a esse produto.

Esse produto (ou serviço, vale a pena lembrar) não precisa ser algo “de carne e osso”. Você pode oferecer um serviço de conserto de móveis antigos ou um infoproduto, como um curso de como fazer a melhor estratégia visual para as postagens do seu instagram.

Essas empresas são as responsáveis por dar começo à construção da ponte entre um afiliado que vai se apresentar como a cara de seu produto/serviço e um consumidor que está procurando um produto/serviço que possa ter alguma “cara” que ele possa confiar.

Teoricamente, **as empresas não precisariam de um afiliado para realizar suas vendas. Todavia, devemos lembrar que determinadas empresas têm um campo de ação para vendas muito curto.** Por exemplo: Digamos que você tem uma loja que vende produtos digitais (celulares, computadores, etc) que pode atender a todo o Brasil, todavia, sua loja física está estabelecida no interior do

Ceará. Como fazer esse negócio crescer? É aí que entra a figura que vamos falar no próximo tópico.

Nível 2: O afiliado (ou o anunciante ou o divulgador)

Nessa fase, o dono daquela loja de produtos digitais do interior do Ceará vai encontrar o Marcos, o afiliado que vai ajudar ele a levar o nome da loja para todo canto do Brasil. O nosso afiliado Marcos é um influencer que faz sucesso em todo Ceará, além de ter um alcance respeitável em outros estados do Nordeste. Ele confia tanto na qualidade da loja que ele **acabou de se tornar um embaixador da marca** (uma das características que o afiliado pode desempenhar).

Marcos terá como função ser o responsável por promover os produtos e serviços da loja que ele escolheu para ser embaixador. O Gustavo (dono da loja de produtos) não precisou assinar um contrato para fazer com que o Marcos fosse seu garoto propaganda, já que os afiliados não precisam ter uma ligação contratual com as empresas que os contratam.

O Marcos tem um acordo com o Gustavo que ele fica com um determinado percentual de cada produto que a loja vender. Como o Marcos vai conseguir fazer isso? Bom, existem diversas possibilidades. **Você lembra quando a gente disse que o Marcos era influencer? Então, uma das possíveis soluções poderia ser algumas stories do instagram.** Ele visitaria a loja e faria essas stories promocionais para serem postadas durante um período determinado de tempo (até que aqueles produtos fossem vendidos).

Além dessas stories, o Marcos também poderia fazer uma postagem no feed falando sobre a qualidade do atendimento que o Gustavo oferece e que todo mundo que clicar no link que o Marcos deixou na bio vai ganhar 15% de desconto nas compras acima de mil reais!

O papel do Marcos como embaixador da marca é te convencer a realizar uma compra na loja do Gustavo. Eles promovem os produtos da marca que representam, atraem os potenciais clientes de que esse é um bom negócio e por último, efetuam a venda.

Aí fica a dúvida, como o Gustavo paga o Marcos? Esse pagamento pode ser realizado da forma que melhor esteja posta para ambas as partes envolvidas. Todavia, dois tipos de pagamentos são mais comuns de serem realizados. **Um deles pode ser o Gustavo pagar uma quantia fixa ao Marcos, independente de quantos produtos forem vendidos** (o que pode significar algo de bom ou ruim para o Marcos, dependendo de como o mês termine). **A outra opção** (é a mais

usada por todos) **é o Marcos receber um percentual das vendas realizadas durante o mês; algo que é mais justo para os lados envolvidos.**

Lembra do que falamos sobre os afiliados terem mais meios de contato do que as lojas? Como o Marcos é um influencer famoso e que tem mais visibilidade fora do estado do que a empresa do Gustavo, isso vai ajudar bastante no sucesso da ação!

Nível 3: O consumidor

Moradora de Recife, a Luiza está desesperadamente procurando uma loja que possa vender o celular que ela sempre sonhou, que ofereça planos que ela possa pagar e que seja uma recomendação confiável. A Luiza segue o Marcos no instagram porque adora o conteúdo que ele posta, então, a Luiza vê o Marcos como uma pessoa de confiança e por isso compraria qualquer coisa que ele fosse recomendar.

Um belo dia, descansando do almoço, a Luiza foi ver as novidades do instagram quando ela viu aquele story promocional do Marcos que a gente falou no tópico anterior. “Meu Deus, era tudo que eu queria!”.

É assim que nasce o terceiro nível e o participante mais importante dessa engrenagem eficiente que é o marketing de afiliados; o papel do consumidor. A Luiza (consumidora) vai comprar o produto do Gustavo (produtor) que foi muito bem divulgado pelo Marcos (afiliado). Todo mundo saindo feliz.

Muitas vezes, as pessoas no lugar da Luiza (de consumidora, no caso) as vezes nem percebem que estão consumindo um conteúdo que conta com a ajuda de um intermediário para chegar até você.

Sem o consumidor, não existe a importância das postagens do Marcos e a ideia do Gustavo em expandir a loja pra todo os país só vai ser mais uma boa ideia que não foi desenvolvida. Por melhor que seja seu produto ou a sua estratégia de recomendação do mesmo, sem o consumidor é impossível ter sucesso.

Nível 4: Rede de afiliados

No exemplo que usamos anteriormente para explicar como funciona a relação entre os três primeiros níveis do marketing de afiliados; você pôde perceber que a

empresa do Gustavo não tem uma rede de afiliados. Isso acontece porque muitas empresas não utilizam desse meio de negócio.

Nós podemos definir as redes de afiliados como um intermediário bem organizado entre os comerciantes que desejam um representante para seu produto e aqueles afiliados que procuram um produto que se encaixa com sua área de trabalho e assim aumente suas chances de fazer o negócio dar certo.

No caso das empresas que possuem programas de afiliados (Rakuten ou Amazon, por exemplo), elas usam a rede para gerenciar o programa. As redes também podem servir para fazer o controle de pagamento e da entrega do produto.

Quais os modelos do Marketing de Afiliados?

No exemplo que demos para explicar como funciona o marketing de afiliados, você foi apresentado a um dos modelos do marketing de afiliados. É importante você conhecer esses modelos para que você possa escolher qual deles se encaixa melhor com seu negócio. Vamos falar sobre dois deles aqui.

- 1. Marketing de afiliados com influenciadores:** Essa é uma estratégia recente e está se tornando muito popular entre as empresas. Esse tipo de marketing se encaixa com o exemplo que usamos anteriormente. **O influenciador recebe o produto e usa por algum tempo, faz sua recomendação (caso ele goste do produto) e ganha uma porcentagem através da quantidade de vendas que são feitas quando os seus seguidores compram o produto (ou serviço) clicando no link que ele disponibilizou.**
- 2. Marketing de afiliados com nicho:** Esse é o tipo de marketing de afiliados mais comum e que a maioria dos comerciantes se sente confortável para fazer. Com o MA de nicho, você não precisa gastar tanto quanto faria com o MA de influenciadores, por exemplo. **É mais fácil de começar, você precisa escolher com cuidado seu nicho de trabalho (vamos falar sobre isso mais a frente), criar um site ou um blog que atenda a esse nicho e focar seu trabalho para atender as necessidades desse nicho em específico.**

Quais os modelos de comissão existentes no Marketing de Afiliados?

Depois de você entender como funciona o marketing de afiliados e quais os modelos que você pode adotar (seja como empresa ou como afiliado), **chegou a hora de saber quais os modelos de comissão que cada afiliado pode receber pelo seu trabalho.** Nesse tópico, vamos abordar seis dessas comissões: CPA, CPC, CPF, CPL, CPM e CPV.

CPA - Custo por Ação

Quando associamos o CPA ao marketing de afiliados, o afiliado que for receber por esse tipo de comissão precisa saber que ele não vai ter como papel fazer só uma simples propaganda.

A tarefa do afiliado que trabalha com CPA é gerar um interesse grande o suficiente para fazer com que aquele visitante possa fazer algo mais do que uma ação simples; o meio de comissão via CPA é um dos mais usados e tem eficácia comprovada.

Esse tipo de métrica é definida anteriormente pela empresa e passada ao afiliado quando ele vai começar suas atividades. Esse tipo de comissão costuma pagar bem, todavia, requer um empenho maior do responsável por fazer esse papel, já que ele exige um esforço criativo maior para “seduzir” os potenciais clientes.

Então, o que é o CPA? O custo por ação se configura em o afiliado fazer com que o visitante faça mais do que apenas visualizar sua propaganda. Ele precisa convencer o visitante a realizar uma ação que vá além do básico (nesse caso, que vá além de ver a propaganda ou de clicar nela)

Por exemplo: Você tem um site que fala sobre viagens para o exterior e intercâmbios estudantis. Um dia você é procurado por uma empresa especialista nesse ramo e ela te oferece a seguinte proposta: Você deve reservar um espaço interessante do seu site para que ela possa fazer uma chamada de promoções especiais para intercâmbios ou viagens de férias. A cada venda ou preenchimento de cadastro no qual a empresa de viagens possa manter contato, você recebe um valor por isso.

Dependendo do nicho do mercado no qual você for contratado, essa ação pode ser diferente. Essas ações podem ser o preenchimento de um cadastro, um encontro com um especialista da empresa, a compra de um determinado produto ou serviço. Em todos esses casos, o afiliado recebe uma porcentagem. O afiliado só recebe a comissão combinada se alguma ação for feita além do clique ou da visita a página que está sendo divulgada.

CPC - Custo por Clique

Se você tem um site que consegue gerar muito tráfego e está procurando maneiras de monetizar isso, as comissões via custo por clique podem satisfazer suas necessidades. As empresas que procuram essas campanhas de clique buscam um aumento de tráfego indiferenciado em seus sites e conseqüentemente, o aumento de novas possibilidades decorrentes disso.

Explicando o custo por clique: Você tem um site sobre esportes que faz muito sucesso com as pessoas da sua cidade, já que você consegue manter ele sempre atualizado e oferece conteúdo de qualidade. Com sua posição estabelecida, você é procurado por uma nova casa de apostas digital que está chegando na sua cidade e quer vincular a imagem dela a pessoas conhecidas e aprovadas pela comunidade esportiva do local.

Por isso, vocês vão fazer uma troca: **Você vai oferecer um espaço de destaque no seu site para que essa empresa possa fazer sua publicidade. Esse banner de publicidade pode ser feito por você ou como é mais comum, ser enviado pelo contratante.** É importante pontuar que esses anúncios devem ser interessantes o suficiente para levar o visitante a clicar neles. **Em troca, você será remunerado de acordo com a quantidade de cliques que essa publicidade receber. Esse valor costuma ser fixo, mas também existem casos nos quais esse valor é flutuante.**

O modelo de comissão via custo por clique é um dos mais antigos desde a expansão da internet e seu uso para publicidades; tendo sido muito usado quando o Google lançou a ferramenta Google Ads. Apesar deste ser um modelo que pode oferecer uma remuneração mais simples de ser conquistada, ele também apresenta uma dificuldade, já que você precisa de um volume considerável de cliques para ter um lucro que chame atenção.

CPF - Custo por Formulário

Como o nome já deixa bem explicado, o afiliado que pretende trabalhar com o CPF como modo de comissão é incentivado a criar formas interessantes de levar seus seguidores (ou visitantes do seu site) a preencher um determinado formulário. Esse formulário não precisa, necessariamente, ser de compra de um produto ou serviço.

Assim se dá o processo: O afiliado é contratado pela empresa com a finalidade de que ela convença as pessoas a fazer o preenchimento de um formulário específico. O valor da comissão é determinado de forma fixa e depois que o cliente preenche o formulário, o afiliado recebe o valor combinado. Sendo assim, o recebimento da comissão não depende de que outro serviço seja realizado após a confirmação de preenchimento do formulário.

CPL - Custo por Lead válido

Muito utilizados por negócios B2B e por serviços que possuem aplicativos mobile como o Uber, o método de comissão CPL é um causador de algumas controvérsias no meio dos afiliados. Quando analisamos suas características, percebemos que ela é bastante parecida com um meio de comissão que já falamos antes, o CPA (custo por ação). Os afiliados que têm o CPL como meio de comissão não recebem o valor mediante a inscrição na plataforma e sim por cada pessoa que é aceita.

Por exemplo: Digamos que você representa uma empresa de negócios B2B e tem como finalidade a captação de contatos para transformar os mesmos em potenciais clientes. Sua tarefa é identificar essas pessoas e fazer com que as pessoas se inscrevam no aplicativo dessa empresa. Todavia, sua remuneração só acontecerá se a empresa considerar o inscrito qualificado o suficiente para que ele seja um cliente em potencial.

A reclamação de muitos afiliados que trabalham com esse time de comissão é que muitas empresas têm um sistema de aprovação de novos leads muito rígido e que diminui muito a possibilidade de novos leads aprovados. Em consequência disso, diminui também a margem de lucro dos afiliados que fazem a recomendação desses leads.

CPM - Custo por mil impressões

Apesar de não ser um modelo tão usado atualmente, o custo por mil impressões fez sucesso por muito tempo como sendo uma forma de publicidade bastante usada por grandes marcas. Ele tem muitas semelhanças com o CPC mas a

diferença reside na forma com a qual a remuneração acontece. **Enquanto no CPC você precisa de fato interagir com a publicidade (ou seja, clicar na mesma); no CPM você vê a propaganda e ela já conta como interação.**

Não entendeu? Funciona da seguinte forma: determinada empresa contrata um espaço de publicidade no seu site e coloca seu banner. A cada visitante que entra no seu site ele gera duas coisas. Para a página, ela gera um pageview. Para o banner de publicidade, ela gera uma impressão. **A cada mil impressões, você recebe uma comissão.**

Sendo assim, **quanto mais pessoas visitarem o seu site, mais impressões o banner vai ter e mais você vai receber.** Sempre lembrando que o valor de pagamento dessa comissão é previamente acordado pelas partes.

CPV - Custo por venda

Você lembra do exemplo que a gente usou da loja de produtos digitais do Gustavo no qual o Marcos era o representante? Você sabia que eles podiam adotar um sistema de CPV para remuneração?

Como o nome bem coloca, **a comissão aqui é recebida através de toda venda que é feita através da influência do afiliado. Esse é um modelo de comissão que faz bastante sucesso porque agrada todas as partes envolvidas.** O produtor está feliz por ter seus produtos sendo comprados; o afiliado fica feliz porque (dependendo do nicho no qual ele trabalhe) ele tem uma comissão bem atrativa para manter sua vida e o consumidor adquire o produto que sempre quis.

Então, em poucas palavras, **o objetivo do afiliado que trabalha com a comissão por CPV busca levar o máximo possível de pessoas a comprar coisas de uma determinada empresa (ou loja).** Esses produtos não precisam ser aqueles que você fez a propaganda (por exemplo), mas eles precisam acessar a loja pelo link disponibilizado por você. Depois que as compras forem concluídas, você recebe o percentual combinado.

Quais canais usar para divulgar seus produtos?

Divulgar os produtos dos quais você é afiliado é uma parte importantíssima do processo de fazer sua vida nesse mercado andar. Nesse tópico, vamos falar de cinco meios pelos quais você poderá fazer a divulgação dos produtos da sua empresa ou dos produtos que você representa.

Blog/Site

Liberdade editorial é tudo o que nos queremos e desejamos, ainda mais quando estamos pensando em falar sobre coisas que nós gostamos e que podem nos trazer benefícios. Para quem não tem condições de criar um site (por motivos financeiros ou falta de conhecimento técnico), a criação de um blog é uma ótima saída para quem deseja fazer seu próprio conteúdo.

Diferente de um site, **a criação de um blog oferece a mesma liberdade de criação com um processo de gerenciamento e criação mais fácil.** Plataformas como o wordpress oferecem ferramentas que permitem a criação rápida de um espaço como esse. **Tendo um blog, além de ser uma das melhores estratégias de divulgação conhecidas no marketing de afiliados, você pode utilizar o meio como uma forma de monetizar mais ainda seu espaço (lembra do que falamos sobre os CPC's e CPM's?).**

Outra vantagem de ter um blog para complementar seu trabalho de afiliado é a possibilidade de postar diversos formatos de conteúdo, diferente de outras plataformas. Com isso, você consegue aumentar o número de pessoas atingidas pelo seu conteúdo; além de aumentar o senso de autoridade que as pessoas têm por você na rede.

Já no caso dos sites, além da liberdade editorial já comentada antes, você também ganha mais algumas cartas na manga. Apesar de ser uma escolha mais cara, você ganha a oportunidade de também ter liberdade visual no site. Um site dá uma cara mais profissional para o seu negócio do que um blog, o que ajuda bastante o reforço de sua autoridade na rede. Isso sem falar nas maravilhas que as ferramentas de SEO podem te oferecer.

Email Marketing

Você com certeza já viu um monte de gente querer enterrar o email marketing e dizer que ele está ultrapassado. A verdade é que, **quando você tem uma base de emails bem organizada e um processo eficiente, o email marketing pode se configurar como uma ótima opção de levar seus produtos até as pessoas certas.**

Apesar de ser uma estratégia que pode ser considerada simples e eficiente, essa construção precisa ser feita com cuidado para que não seja um tiro no pé. **Utilizar o**

email marketing como uma forma de contato não significa mandar um email a cada minuto. Isso vai irritar sua audiência e terá um efeito negativo extremamente negativo para sua imagem. Então, como fazer?

Antes de tudo, **é necessário que você entenda que essa é uma oportunidade de estabelecer um relacionamento profundo com sua base de emails.** Para que esse relacionamento dê certo, **você precisa entender que o email marketing deve apresentar conteúdo de qualidade e que possa ser útil.** Um email que seja informativo, possa responder uma pergunta importante; que ensine alguma coisa ou que possa oferecer conteúdo de qualidade para que seus produtos (ou sua empresa) possam ficar na cabeça do seu alvo.

Muitas empresas de sucesso utilizam o email marketing como uma solução inteligente, enviando conteúdo de valor e ganhando a confiança do seu cliente.

Influenciadores

Acredito que já falamos bastante deles e de sua importância aqui. **Os influenciadores atualmente podem ser categorizados como a melhor (ou talvez, mais rápida) forma de chegar no seu consumidor final e conseguir sucesso. Seja esse sucesso financeiro ou reconhecimento de marca.** Você deve encontrar o influenciador certo para fazer com que sua estratégia funcione.

Redes sociais

Todo mundo tem pelo menos uma rede social, certo? Nossas queridinhas são ótimos canais para que você (afiliado ou produtor) possa divulgar o seu produto. **Apesar de criar um site oferecer mais liberdade criativa, as redes sociais (principalmente facebook e instagram, ferramentas ideais para a divulgação dos produtos) oferecem um alcance muito maior do que um site.**

Além de alcance, o engajamento também é a menina dos olhos de muitos produtores que investem em influenciadores. Você precisa investir onde seu público está, aumente suas chances de sucesso.

Quais os benefícios/vantagens de se trabalhar com marketing de afiliados?

Depois de entender como essa roda funciona, chegou a hora de você descobrir quais são as vantagens de se empenhar e começar a trabalhar com o marketing de afiliados. Fique de olho na nossa lista!

- É um marketing que por suas configurações, tem um enorme potencial de venda
- Versatilidade é um de seus sobrenomes. Ele te oferece a capacidade de se adaptar a qualquer situação ou nicho de trabalho que você queira explorar.
- Oferece valor para o consumidor, seja de conteúdo ou de produtos/serviços para adquirir.
- Marketing não invasivo, cada vez mais necessário nos tempos atuais.
- Caso você seja um afiliado em potencial, você não precisa investir muito para começar ou não precisa ter um estudo vasto (todavia, recomendamos que você estude O MÁXIMO POSSÍVEL).
- É uma oportunidade de ter uma renda extra de forma consistente, isso porque seu rendimento é o que vai definir (em muitos casos) o seu pagamento.
- Flexibilidade: Trabalhe a hora que você se sentir melhor para produzir por quantos dias achar necessário.

Nós esperamos que você tenha gostado do nosso guia falando sobre marketing de afiliados! Ficou com alguma dúvida? Você já colocou algumas dessas ações para acontecer e colheu os resultados? Deixe seu recado nos comentários. Até o próximo post!