

# El ABC del Afiliado *Profesional*



**TOD LO QUE HAS QUERIDO SABER SOBRE EL  
MARKETING DE AFILIACIÓN**

## Índice

<b>Descargo de responsabilidad</b>	<b>2</b>
<b>Biografía de autor y traductor</b>	<b>3</b>
<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>Marketing de afiliación In's and Out's</b>	<b>9</b>
<b>Encontrar programas de afiliación</b>	<b>11</b>
<b>Superando a otros afiliados</b>	<b>13</b>
<b>SI ERES PRODUCTOR DE CURSOS ONLINE</b>	<b>29</b>
<b>Checklist</b>	<b>30</b>
<b>EL GESTOR DE AFILIADOS</b>	<b>33</b>



## Descargo de responsabilidad

Este libro electrónico se ha redactado y traducido únicamente con fines informativos. Se ha hecho todo lo posible para que este ebook sea lo más completo y preciso posible.

No obstante, puede haber errores de tipografía o de contenido.

Además, este libro electrónico proporciona información sólo hasta la fecha de publicación y traducción. Por lo tanto, este ebook debe ser utilizado como una guía, no como la fuente definitiva.

El propósito de este libro electrónico es educar sobre el universo de la afiliación.

El autor y el editor no garantizan que la información contenida en este libro electrónico sea totalmente completa y no serán responsables de ningún error, omisión o actualización futura

El autor y el traductor no tendrán ninguna responsabilidad ante personas o entidades con respecto a cualquier pérdida o daño causado o supuestamente causados, directa o indirectamente por los consejos vertidos en este libro electrónico.

Estás leyendo una traducción libre y adaptada del libro original **“A for Affiliates, Learn the ABC’s of Affiliates Marketing”**, que puedes encontrar en la red, en inglés de forma totalmente gratuita y libre de derechos.

## Biografía de autor y traductor

- **HJ. Taylor** es un empresario que vive en Australia y al que le encanta compartir conocimiento y ayudar a otros en el tema del marketing de afiliación.

- **Fernando León es un Afiliado Profesional** que ha traducido la guía de Taylor para hacerla accesible al mercado hispano.

Las palabras de sabiduría de Henry:

"Creo que no hay secretos para tener éxito en la vida. Creo realmente que el resultado del verdadero éxito en la vida es el resultado del trabajo duro, la preparación y lo más importante de todo, el aprendizaje de los fracasos".



## Introducción



El marketing de afiliación siempre ha sido uno de los métodos más populares para ganar dinero.

Para cualquiera que esté empezando, no hay un método más fácil o más rápido de

generar ingresos. Para cualquiera que ya opere su propio negocio on line, la venta de productos de otras personas puede crear un impulso sustancial a los ingresos que ya están generando.

El atractivo principal proviene del hecho de que la única tarea que el afiliado tiene que realizar es promocionar cualquier producto o servicio que crea que tiene potencial de ventas. El propietario del servicio o producto se encarga todo lo demás.

En teoría, ni siquiera se necesita un sitio web para ganar dinero como afiliado. Sólo tienes que promocionar el enlace de afiliado que se te ha asignado y enviar a los posibles compradores a la página de ventas del propietario.

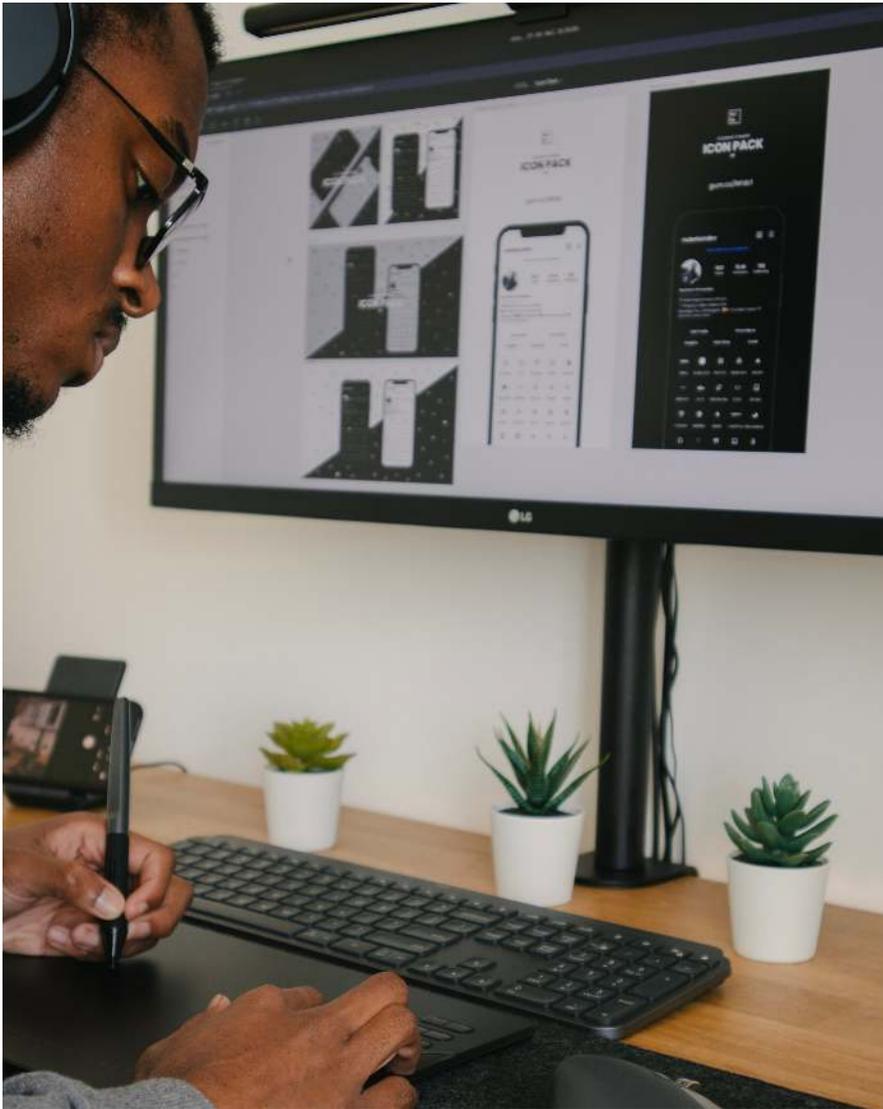
Por supuesto, el inconveniente obvio es que casi todos los demás afiliados estarán haciendo exactamente lo mismo.

Si todo lo que estás haciendo es dirigir a través de tu enlace de ventas de afiliado, estarás compitiendo en igualdad de condiciones con otras innumerables personas que también promocionan el mismo producto.

# El ABC del Afiliado Profesional

La única manera de salir del “rebaño” es comercializar y promover el producto de afiliación de una manera más inteligente y agresiva.

Los llamados Afiliados Profesionales, ganan mucho dinero vendiendo productos de otras personas. Esto se debe a que comercializan y promueven de la misma manera que lo harían con sus propios productos.



Aunque hay una página de ventas del propietario asociada a cada uno de los productos de los afiliados, crean una página en su propio sitio web. El propósito de esa página es pre-vender el artículo. En otras palabras, consiguen el prospecto preparado y listo para comprar antes de enviarlos al sitio de ventas del propietario.

También utilizan la publicidad de pago por clic para conseguir clientes potenciales. Saben que para ganar dinero, tienen que invertirlo.

Por supuesto, la mayoría de ellos se han convertido en maestros de la publicidad de pago por clic, en plataformas como Google Ads o Facebook Ads. Saben exactamente lo que funciona, cuánto ofertar y cómo atraer a los clientes potenciales adecuados, es decir a los prospectos correctos.

Y como han aprendido a jugar tan bien el juego, la mayoría a menudo generan mucho más dinero que si simplemente hubieran usado métodos de publicidad gratuitos.

Pero el pago de publicidad por clic y el uso de su propio sitio web para promover los productos son sólo dos de los métodos que utilizan.

Otros incluyen:

- **Escribir reseñas de productos y recomendaciones personales, así como testimonios.**
- **Crear blogs de nicho que están directamente asociados con los productos que promocionan.**
- **Escribir y distribuir artículos que contengan información relacionada con productos individuales (que incluyen su enlace de afiliación).**
- **Ofrecer bonos especiales que sólo está disponible si el producto se compra a través del propio enlace de ventas del afiliado.**
- **Regalar consejos e información gratuitos, ya sea en su sitio web o distribuidos a través de libros electrónicos o correos electrónicos con autoresponder.**
- **Captura de nombres y direcciones de correo electrónico de clientes potenciales para futuros contactos y un seguimiento continuo.**
- **Utilizar sus propios materiales de marketing y promoción.**

Aunque cada uno de esos métodos es valioso y eficaz, el último es extremadamente importante.

# El ABC del Afiliado Profesional

Mientras todos los demás afiliados se limitan a copiar y pegar solamente los anuncios que el propietario del producto ha puesto a disposición, el afiliado Profesional está desarrollando su propio contenido de ventas único y original.

En lugar de dar un mensaje idéntico al resto de afiliados, ellos pueden poner su propio toque personal en él. Eso significa que pueden hacer que la oferta parezca más valiosa, más atractiva y más original. Y, por supuesto, en última instancia, generarán más ventas.

Pero eso no es lo único que hacen:

También garantizan su éxito asegurándose de que tengan un buen comienzo. En lugar de lanzarse a todos los programas, productos y servicios que aparecen que se les presenta, eligen cuidadosamente los que están seguros de que pueden comercializar y promocionar eficazmente.

Aunque un cierto grado de instinto y experiencia anterior funcionan bien en este sentido, hay factores básicos que ayudarán a cualquiera a elegir los mejores productos.



Cosas como:

- **Determinar el nivel de interés y demanda.**
- **Evaluar si la página de ventas es capaz de convertir en compradores a los prospectos que envíe.**
- **Verificar la calidad y el valor global del producto.**
- **Tener suficiente información sobre el producto para comercializarlo efectivamente.**

Los Afiliados Profesionales no adquieren su estatus de la noche a la mañana. Trabajan duro, dedican el tiempo y el esfuerzo necesarios para vender más que los demás en su ámbito de afiliación.

## **¿Y la recompensa final?**

Ingresos sustanciales que se generan una y otra vez, mes tras mes y año tras año, durante todo el tiempo que deseen seguir comercializando y promocionando productos de afiliación.



**Pulsa para descubrir el paso a paso**

**Cómo puedes generar ingresos online que te permitan tener libertad geográfica y temporal.**

## Marketing de afiliación In's and Out's

### Cómo elegir los productos adecuados

En la mayoría de los casos, no lo sabrás con certeza hasta que empieces a promocionar un producto determinado. Pero hay factores que pueden ayudar a disminuir el riesgo de elegir productos que tienen poco o ningún potencial.

- 1. En primer lugar, debes determinar si existe o no demanda para un producto. Además de determinar si la gente quiere el producto, hay que averiguar qué tipo de personas estarían interesadas y si puedes llegar fácilmente a ese público objetivo.**
- 2. ¿Cómo de buena es la página de ventas del producto?. Si no parece que pueda convertir a los visitantes en compradores, tienes que decidir cuánto trabajar por tu parte para superar ese inconveniente en particular.**  
A continuación, decidir si vale la pena el esfuerzo adicional que vas a invertir. En general, tienes que decidir si el sitio web ayudará o dificultará tu capacidad de venta. Sigue tu instinto. Si no te sientes cómodo con el aspecto, el texto de venta o el proceso de compra, lo más probable es que el comprador medio tampoco lo esté.
- 3. ¿Puede obtener suficientes beneficios promocionando el producto?. Algunos propietarios recompensan a sus afiliados dándoles generosas comisiones mientras que otros se limitan a ofrecer un porcentaje muy pequeño. En la mayoría de los casos esas diferencias están asociadas a dos categorías muy específicas... productos digitales y físicos.**

Por ejemplo, normalmente puedes ganar al menos un 50% de comisión vendiendo libros electrónicos, productos de software o cursos y programas formativos online. Con artículos físicos como vitaminas, libros impresos y productos para mascotas, una comisión de afiliación puede ser relativamente baja (en promedio, entre el 5% y el 10%).

Aunque el porcentaje de comisión es algo importante a tener en cuenta, también depende del precio del producto. Si promocionas una máquina de ejercicios que se vende por 1800 €, incluso una comisión mínima del 10% te hará ganar 180 € por cada venta que consigas.

Por otro lado, si eres un afiliado de Amazon (<https://www.amazon.es>), tratarás con artículos que suelen tener un precio de venta muy bajo. Para ganar una comisión sustancial, tendrá que mover un volumen increíblemente grande de productos.

**4. La calidad del producto es muy importante. Si tú mismo no te sientes seguro de su calidad o de su rendimiento, va a ser difícil lanzar una campaña promocional con éxito y mucho menos mantenerla durante un periodo de tiempo prolongado.**

**5. Necesitas tener la capacidad de rastrear y monitorizar todo lo relacionado con tus actividades de afiliación. Eso incluiría cosas como el número de visitantes que envías a cada página de ventas, cuántos de ellos realmente hicieron una compra, las ventas realizadas y las estadísticas de reembolso.**

Asegúrate de que puedes hacerlo, ya sea a través del programa o utilizando tu propio dispositivo de seguimiento independiente. Esto te mantendrá al tanto del rendimiento de cada producto, lo que te permitirá determinar qué campañas deben ser ajustadas, aumentadas o abandonadas.



## Encontrar programas de afiliación

Hay tres métodos básicos para localizar buenos programas de afiliación:

- 1. Realizar búsquedas basadas en un nicho de mercado concreto.**
- 2. Inscribirse para utilizar los servicios de una red de marketing de afiliación.**
- 3. Buscar en las categorías de los directorios de programas de afiliación.**

La primera opción requerirá una cantidad considerable de tiempo, pero definitivamente merece la pena el esfuerzo. Suponiendo, por supuesto, que hayas completado todo trabajo preliminar que garantice un resultado positivo.

Eso incluiría cosas como determinar el público objetivo exacto, elegir palabras clave específicas y muy relevantes, y establecer qué criterios constituyen un programa de afiliación justo y equitativo.

La búsqueda propiamente dicha se llevaría a cabo en dos etapas:

- **La primera etapa consistiría en las palabras clave. Primero habría que seleccionar una lista de frases de búsqueda que sean altamente relevantes para el producto. A continuación se realizarían búsquedas con cada una de esas palabras clave. Esto le llevará a nichos de mercado y sus productos.**
- **En la segunda fase, se trata de una palabra clave cualquiera más la palabra "afiliado". Por ejemplo, "afiliado adiestramiento de perros". Lo que esto generalmente es un programa de afiliación para productos que están asociados con esa palabra clave en particular o un sitio de contenido que ya es un afiliado. De cualquier manera, permite una acción posterior con respecto a convertirse en un afiliado para una palabra clave específica o un nicho de productos.**

# El ABC del Afiliado Profesional

Con la segunda opción, simplemente se abre una cuenta principal en una red de afiliación que, a su vez, te da derecho a promocionar cualquiera de los productos que se incluyen en sus listados.

Aunque estas redes de afiliación no siempre son capaces de ofrecerte las coincidencias exactas con lo que busca, pueden ahorrarte mucho tiempo.

Los sitios web de marketing de afiliación como Hotmart <https://www.hotmart.com/es> hace que sea extremadamente fácil localizar buenos programas de afiliación. Y generalmente, para los productos y servicios que son muy compatibles con el nicho o el público objetivo al que vas a alcanzar.

La tercera opción te permite buscar programas de afiliación por categoría, al igual que como puedes hacer con redes como Hotmart.

La única diferencia es que te inscribes en cualquiera de los programas que elijas de forma independiente (a través del proceso de afiliación del propietario del producto).

Todo lo que el directorio hace es proporcionar un método conveniente para la localización de programas de afiliación. El resto depende de ti.



## Superando a otros afiliados

Tener que competir con cientos o incluso miles de otros afiliados puede hacer que la tarea de generar ingresos sea extremadamente difícil. Y la única manera de combatir toda esa competencia es idear métodos y técnicas que te hagan destacar entre la multitud.

Aquí hay varias maneras de hacerlo:

### 1. Utiliza tu propio sitio web

Si aún no tienes un sitio web, consigue uno. Si tienes un sitio web pero no se presta a la promoción de productos y servicios de otras personas, crea una web que sí lo haga.

Aunque puedes promocionar productos de afiliados sin un sitio web, tener una base de operaciones tiene claras ventajas.

La ventaja más importante es el hecho de que puedes pre-vender los productos. En lugar de enviar a los prospectos fríos a la página de ventas del propietario, los tendrás calentados y listos para hacer la compra.

La forma de calentarlos depende del propio producto. Con algunos de ellos puedes simplemente escribir un testimonio positivo y brillante, diciéndoles lo bueno que es el producto y los beneficios que recibe cada vez que lo utiliza.

Con otros productos, es posible que quiera darles una carta de ventas que incluya un problema común (mal rendimiento en el campo de golf) y la solución definitiva (un nuevo palo revolucionario que garantiza mejorar su puntuación).



## 2. Escriba reseñas y recomendaciones personales

Hay una razón por la que los anuncios de televisión en los que aparecen celebridades promocionando productos son tan populares. Si algún famoso bebe ese refresco o lleva esos vaqueros o conduce ese coche, debe valer la pena comprarlo.

El hecho de que alguien promocione personalmente un producto es el principal impulsor de las ventas. Y aunque tu no seas famoso, tu recomendación personal contribuirá en gran medida a convencer a los compradores de lo bueno que es tu producto de afiliación.

Haz una reseña positiva del producto. Utilice información de la página de ventas del propietario o enumera las ventajas que tu mismo has pensado. Dá a los posibles compradores una razón sólida para hacer clic en el sitio web del producto.

Implementar el enfoque de ventas habitual está bien. Pero la táctica más eficaz, la que aumentará rápida y fácilmente la tasa de conversión, es que tu personalmente alabes cualquier producto que estés promocionando.

**Curso 100% online y gratuito**

**Crea de tus propios proyectos desde casa**



## 3. Abrir un blog de nicho

No hay mejor método para promocionar productos que un blog. Naturalmente, puedes hacer lo mismo en un boletín de noticias, pero que sólo se lee por aquellos que ya están en tu lista de correo electrónico.

Con un blog, puedes llegar a un número ilimitado de personas que estarían interesados en el tipo de productos que estás promocionando.

Por supuesto, no puedes utilizar el blog simplemente para vender cosas. Tiene que proporcionar contenido valioso y útil, algo que no sólo hará que la gente te lea, sino que hará que vuelvan con regularidad.

El contenido más sencillo -al menos para quien depende de las ventas de afiliados- es simplemente ofrecer reseñas de productos. Si, por ejemplo, promocionas diversos artículos para mascotas y libros electrónicos de adiestramiento, podrías crear un blog para ese nicho en particular y luego incluir informes en profundidad sobre diferentes aspectos de los productos individuales.

También puedes dar consejos y asesoramiento sobre el uso de cualquiera de los productos. O puedes aportar ideas sobre la mejor manera de utilizar los productos. Incluso puede pedir a los lectores que ofrezcan sus propias opiniones y recomendaciones.

En la mayoría de los casos, este tipo de publicaciones suscita comentarios de los espectadores, que a su vez estimularán los comentarios de otros espectadores. Y, por supuesto, cuantos más comentarios se publiquen, más interés se generará.

## 4. Escribir artículos

No hay mejor manera de conseguir reconocimiento personal que escribir y distribuir tus propios artículos. Y una vez que consigas reconocimiento, todos tus recomendaciones de otros productos serán tomados aún más en serio.

A la hora de elegir los temas para tus artículos, escoge siempre algo que esté directamente relacionado con al menos uno de los productos que estás promocionando. De este modo, podrá recomendar el producto e incluir su enlace de afiliado en el mismo artículo.

Y asegúrate de aprovechar al máximo la caja del autor, escrito por...

Si tienes un sitio web de ventas primario, donde promocionas productos de afiliados, incluye ese enlace. Si tienes un blog en el que haces reseñas de productos, incluye también ese enlace. O, si tiene un boletín de noticias y prefiere solicitar más suscriptores, dirige a los lectores a la página que les ofrece toda la información necesaria para el registro.

Una vez que hayas escrito los artículos, debes enviarlos a todos los directorios en línea que puedas. Y haz saber siempre que tus artículos son libres de volver a publicarse siempre que no se hagan cambios y se te mencione en los recursos.



## 5. Ofrece Bonos Especiales

Este es, con diferencia, el mejor método para superar a otros afiliados. Básicamente, mejoras el paquete de productos original del propietario añadiendo otro producto (o productos) complementarios sin coste adicional.

Por supuesto, cuanto más valioso y único sea el bono, mayor será la posibilidad de hacer más ventas que otros afiliados.

El único criterio es que, sea cual sea la bonificación que elija, tiene que estar directamente relacionada con el producto principal y complementarlo.

Aunque podrías ofrecer un artículo tangible, el bono menos problemático sería algo digital. De este modo, no tendrá que preocuparse de entregarlo físicamente al comprador.

Por ejemplo, si el producto que vendes es ese nuevo y revolucionario palo de golf, podrías crear un libro electrónico con consejos sobre cómo un golfista puede mejorar su swing. O bien, podría crear un vídeo que les muestre cómo hacerlo correctamente.

La cuestión es que crees una bonificación que el comprador pueda descargar simplemente una vez que haya realizado la compra inicial del producto. Esto reduce automáticamente la cantidad de trabajo que implica la entrega del bono.



Naturalmente, la cantidad de tiempo y dinero que inviertas en la creación del bono digital dependerá de la cantidad de dinero que recibas como afiliado por cada venta.

Sólo ten en cuenta que sólo tendrás el coste de crear un bono digital una vez. Pero el valor de ofrecer a los posibles compradores un bono especial podría fácilmente traer ingresos sustanciales durante un período de tiempo considerablemente largo.

Y asegúrate de anunciar claramente que el bono sólo puede ser adquirido si hacen su compra a través de tu enlace de afiliado. Si adquieren el producto en cualquier otro lugar, bajo cualquier condición que no sea la tuya, no recibirán el bono que estás ofreciendo.

## 6. Regalar consejos e información gratuitos

En lugar de descartar a todos aquellos espectadores que echan un vistazo a su oferta pero no compran de inmediato, debería ofrecerles consejos e información gratuitos.

Naturalmente, el contenido estará directamente relacionado con los productos que promocionas. Puedes colocar ese contenido en tu sitio web, pero promocionando que el espectador pueda consumir la información en su propio ordenador.



# El ABC del Afiliado Profesional

Por ejemplo...

- **Elabora una lista descargable de preguntas frecuentes sobre el producto y su uso.**
- **Crear un libro electrónico que incluya ideas para aprovechar todo el potencial de un producto o servicio.**
- **Desarrollar un curso electrónico de instrucciones o de información general que se entregará en un periodo de días o semanas posteriores.**

En cada caso en que ofrezcas consejos, sugerencias o información, asegúrate de incluir detalles específicos sobre el producto con el que se relaciona. Y por supuesto, deberás incluir también su enlace personal de afiliado.



## 7. Capturar nombres y direcciones de correo electrónico

Una de las principales desventajas de ser un afiliado es el hecho de que generalmente no tiene la oportunidad de obtener los nombres y direcciones de correo electrónico de personas que compran a través de su enlace de afiliado.

Además, vas a atraer a un montón de personas que todavía no están listos para comprar durante su primera exposición a la oferta.

Haz lo que sea necesario para animar a los clientes potenciales a inscribirse en su lista de email. Si creas un curso online (y utilizas un servicio de autorespuesta cualificado), recibirás automáticamente nombres y direcciones de correo electrónico. Pero, ¿qué pasa con las descargas gratuitas, como libros electrónicos o informes que estás regalando?

En lugar de dejar que las personas los cojan de forma anónima, haz que rellenen y envíen primero un formulario. De esta manera, ellos obtienen la información gratuita y tu obtienes su nombre y dirección de correo electrónico.

Ahora puedes ponerte en contacto con ellos durante un largo periodo de tiempo, y seguir dándoles valiosos consejos e información sobre el producto o tipo de productos en los que estaban interesados inicialmente. Eso sí, no abuses enviándoles mensajes promocionales y nada más.

Tu objetivo final es vender algo, pero para que los miembros de tu lista de correo pasen a comprar, primero debes establecer una relación de confianza y respeto. Esto se consigue proporcionándoles información valiosa y, al mismo tiempo, haciéndoles saber los beneficios del producto.

## 8. Utiliza tus propios anuncios y materiales promocionales

La mayoría de los afiliados se basan en materiales promocionales que son suministrados por el propietario del producto. Esto incluye cosas como anuncios individuales y clasificados, banners, textos de venta pre-escritos e imágenes de la portada y del producto.

Aunque se trate de material de calidad, el hecho de que muchos otros afiliados lo utilicen diluirá automáticamente el impacto y la eficacia.

Puedes obtener resultados mucho mejores escribiendo tus propios anuncios, redactando nuevos textos de venta y creando nuevos banners e imágenes. El objetivo principal es tener algo diferente que los demás afiliados. Pero también es posible que lo que crees sea superior a los materiales de marketing originales.

En general, se trata simplemente de hacer algo diferente y único. Y de hacerlo mejor y de forma más agresiva que los demás.



## 9. Publicar en las redes sociales

Es casi una obligación realizar publicaciones periódicas en las principales redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram. Utilizar siempre imágenes y vídeos que atraigan la atención del lector, destacando los beneficios del producto que estás promocionando. Si ya tienes una comunidad establecida, excelente, si no, comienza a crear una comunidad en torno a los servicios o productos que piensas promocionar. Trabaja con nichos específicos y crea posts sobre ese nicho.

En Facebook, crea una página de fans. Publica varios enlaces, imágenes, vídeos, todo relacionado con el nicho. Compártelo con todos tus contactos y pide a tus contactos que lo compartan con sus contactos.

Busca grupos de Facebook relacionados con el nicho, pide el registro y empieza a compartir fotos, vídeos e imágenes que aporten algo al grupo. Nunca compartas enlaces externos en tu página web. Está mal visto.

Crea interés aportando cosas que beneficien a los miembros.



## Errores a evitar en las redes sociales

Las redes sociales pueden ser “el país de las maravillas” del diseño para las marcas. La constante evolución de los comportamientos de los usuarios y de los formatos de los contenidos ofrece a los profesionales del marketing interesantes oportunidades para experimentar con nuevos elementos visuales y conectar con el público de forma novedosa.

Pero las redes sociales también pueden ser un reto. Como las redes cambian tan rápido y tienen estructuras tan diferentes, puede ser fácil cometer errores de diseño que molesten a los usuarios y reduzcan la participación.

¿Cuáles son los errores de diseño que los profesionales del marketing deben evitar?

¿Cuáles son los principales errores que suelen ser percibidos por los consumidores?

He aquí siete errores clave de diseño que las marcas de todo tipo deben evitar en las redes sociales:

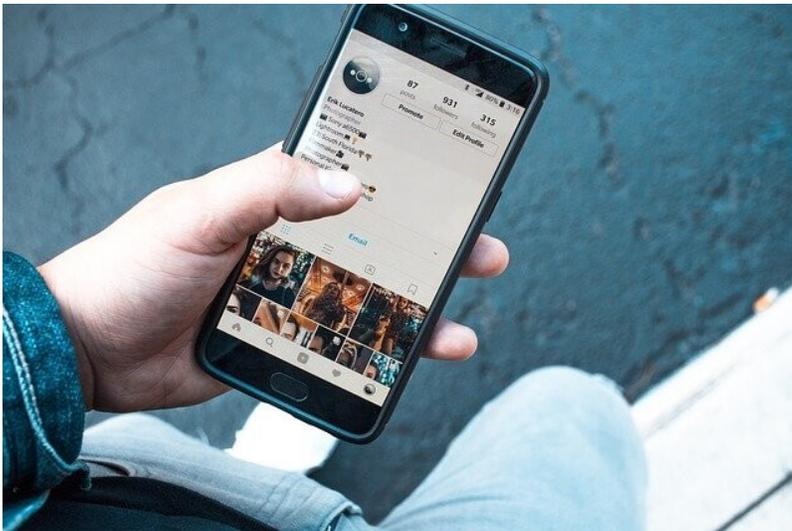
### a) Uso de tamaños y resoluciones de imagen incorrectos

El enfoque incorrecto: Los tamaños correctos para los elementos clave del diseño - cabeceras, avatares, etc.- varían entre las distintas redes sociales. Además, dentro de cada plataforma, existen diferentes directrices de tamaño para diferentes experiencias.

Además de todo esto, suele haber una serie de requisitos de resolución para las imágenes y los gráficos. Equivocarse en cualquiera de estos aspectos es un gran error: los elementos de diseño con tamaños y resoluciones incorrectos se muestran mal y son percibidos rápidamente por el público.

El enfoque correcto: No hay ningún atajo; hay que determinar los tamaños y resoluciones óptimos para cada plataforma social y, a continuación, desarrollar variaciones de la creatividad para cumplir estos requisitos. Para saber qué se necesita para las distintas redes, consulta una guía actualizada.

## b) No ser adaptable a las pantallas de los móviles



El enfoque equivocado: Alrededor del 96% de los usuarios de Facebook acceden a la plataforma en un dispositivo móvil, frente a sólo el 25% que utiliza un ordenador portátil o de sobremesa.

En el caso de las plataformas "mobile-first", como Instagram, el número de personas que utilizan

teléfonos inteligentes y tabletas se acerca al 100%. Sin embargo, muchas marcas siguen diseñando principalmente para ordenadores portátiles y de sobremesa, desarrollando imágenes y gráficos que se ven muy bien en las grandes pantallas, pero que no se adaptan bien a las situaciones móviles.

El enfoque correcto: Canva es una organización inteligente que entiende los comportamientos de los dispositivos de las audiencias de las redes sociales de hoy en día. El editor lo demuestra en sus diseños, como los fondos e iconos, que son sencillos y destacan en las pantallas pequeñas.

## c) Creación de diseños demasiado recargados

El enfoque equivocado: La combinación de pantallas móviles pequeñas y mucha competencia de contenidos hace que los diseños recargados se pierdan a menudo. Para destacar entre una avalancha de diseños en pantallas móviles, menos es más. Cuanto más clara y fácilmente reconocible sea una imagen, más probabilidades tendrás de llamar la atención.

El enfoque correcto: En menos de cinco años, Kylie Jenner ha convertido su empresa de cosméticos en un gigante valorado en cientos de millones de dólares principalmente a través de los canales sociales. Las publicaciones no suelen ser llamativas ni excesivamente complicadas: simplemente -y con eficacia- muestran los productos con imágenes claras y fondos sencillos.

## d) Utilizar demasiadas tipografías



El enfoque equivocado: Es un momento maravilloso para las fuentes. Ahora hay tantas para que las marcas elijan -fuentes con serifa, sin serifa, con letra de imprenta, decorativas...- que puede ser tentador utilizar tantas como sea posible en las redes sociales. No lo hagas. Más tipos de letra significan que la gente tiene que procesar más, lo que puede hacer que el público se canse y abandone.

El enfoque correcto: Está bien utilizar (con criterio) algunos tipos de letra diferentes si quieres transmitir una jerarquía o hacer que algo como el titular de un gráfico destaque. Sin embargo, la coherencia también tiene mucho que decir.

A lo largo de su historia, incluso en las redes sociales, Apple se ha ceñido a la tipografía principal, asegurándose de que el público asocie incluso el aspecto de las letras con su marca.

## e) Confiar demasiado en imágenes genéricas de stock

El enfoque equivocado: A medida que la producción de contenidos ha aumentado y los plazos de entrega se han reducido, los profesionales del marketing han confiado cada vez más en los servicios de stock para sus imágenes. El problema es que esto puede llevar a que las publicaciones de diferentes marcas se parezcan. Como se utilizan las mismas imágenes genéricas una y otra vez, los diseños tienden a mezclarse.

El enfoque correcto: Varias marcas, como la plataforma de correo electrónico Mailchimp, han invertido en el desarrollo de sus propias imágenes e ilustraciones, lo que garantiza que su contenido destaque en las redes sociales. Incluso si esto no es posible debido a las limitaciones de tiempo o de costes, los profesionales del marketing pueden utilizar las imágenes de stock de forma creativa, añadiendo filtros o superposiciones y tomando decisiones poco convencionales.



## f) No adaptar los diseños a las plataformas de manera única

El enfoque equivocado: Con las prisas por publicar en las redes sociales, las marcas a veces olvidan que no todas las plataformas sociales son iguales. Hay variaciones en los comportamientos de los usuarios, en la visualización de los feeds y en los requisitos de diseño que deben tenerse en cuenta. El contenido que se difunde en todas las redes sin estar optimizado puede parecer fuera de lugar.

El enfoque correcto: Wendy's es una de las organizaciones que más sabe de redes sociales, y eso se nota en cómo adapta sus piezas a las distintas plataformas. Siempre se crean diferentes versiones gráficas para garantizar que el contenido se visualizara bien en diferentes formatos. Este tipo de cambios puede parecer insignificante, pero su realización puede tener un gran impacto en la participación.



## g) Tener una identidad de marca incoherente

El enfoque equivocado: Cuando se trata de contenido en las redes sociales, las marcas deben caminar sobre una fina línea: las publicaciones deben sentirse distintas, pero también deben tener hilos que las unan. Sin esta coherencia visual - sin una identidad de marca- las piezas pueden parecer desconectadas y su impacto puede ser menor.

El enfoque correcto: Una identidad de marca no significa que todos los artículos deban ser idénticos. Más bien, debe haber algunos elementos coherentes y una sensación visual general. Por ejemplo Nike publica contenidos separados en el tiempo. Muchos elementos son diferentes, como el color y el encuadre de las imágenes, pero el logotipo los conecta, al igual que el tono moderno y triunfante de algunas de sus imágenes. Hay una línea en el diseño que los une y los hace pertenecer a la misma identidad visual.

*En última instancia, un buen diseño en las redes sociales se reduce a acertar tanto en las cosas grandes como en las pequeñas. Las marcas deben centrarse en detalles como el tamaño de las imágenes y los tipos de letra, sin perder de vista los comportamientos generales de la plataforma y la necesidad de una identidad visual global.*



## SI ERES PRODUCTOR DE CURSOS ONLINE

Puede conseguir visibilidad, autoridad y ventas usando el potencial de personas muy posicionadas en tu sector gracias a un sistema completo de Marketing de Afiliación BIEN HECHO.

La afiliación es la estrategia de marketing que aporta gran parte de los resultados de muchos de proyectos referentes del mundo digital.

Incorporando el Marketing de Afiliación a tu proyecto, conseguirás que **otras personas inviertan sus recursos en promocionar** TUS productos o servicios ante sus audiencias.

Para conseguir resultados tendrás que conocer cómo conseguir siempre un retorno positivo de tu inversión sin depender únicamente de la publicidad online para vender.

Es fundamental saber encontrar los mejores afiliados para ti, convencerles de que recomienden tu producto y trabajar con ellos para que vean resultados.

Como productor debes ver en el afiliado un socio que persigue el mismo fin que tú, al que hay que ayudar y guiar en el camino.

[Quiero inscribirme en el intensivo gratuito](#)

Inscríbete para implementar el Marketing de Afiliación BIEN HECHO y llega a grandes comunidades que necesitan tu producto/servicio.

## Checklist

- Para cualquier persona que acaba de empezar, no hay un método más fácil y rápido de generar ingresos que el marketing de afiliación.
- Para cualquier persona que ya opera su propio negocio en línea, la venta de productos de otras personas puede crear un impulso sustancial a sus ingresos actuales.
- Los Afiliados Profesionales ganan mucho dinero vendiendo productos de otras personas, principalmente porque los comercializan y promocionan igual que lo harían con sus propios productos.
- Los Afiliados Profesionales utilizan el pago por clic como método principal de publicidad (saben que tienen que gastar dinero para ganar dinero).
- Mientras que otros afiliados se limitan a copiar y pegar los anuncios que el propietario del producto ha puesto a su disposición, los Afiliados Profesionales desarrollan su propio contenido de ventas único y original.
- En lugar de lanzarse a todos los programas, productos y servicios que se les presentan, los Afiliados Profesionales eligen cuidadosamente los que están seguros de poder comercializar y promocionar con eficacia.



- A la hora de elegir un producto, hay que determinar si existe o no una demanda viable.
- Si no te sientes cómodo con el sitio web del productor, el texto de venta o el proceso de compra, lo más probable es que el consumidor medio tampoco lo haga.
- Si no te sientes seguro de la calidad de un producto, te resultará difícil lanzar una campaña promocional con éxito.
- Debe tener la capacidad de rastrear y supervisar todo lo relacionado con tus actividades de afiliación.
- Para localizar buenos programas de afiliación puedes realizar búsquedas basadas en un nicho de mercado concreto, inscribirte para utilizar los servicios de una red de marketing de afiliación o buscar en las categorías de los directorios de programas de afiliación.
- Los sitios web de marketing de afiliación, como Hotmart o Amazon, facilitan enormemente la localización de buenos programas de afiliación, es decir, productos muy compatibles con su nicho o público objetivo.
- Amazon ofrece toda la gama de productos, servicios y programas, tanto digitales como físicos con bajas comisiones
- Hotmart sólo maneja productos digitales como libros electrónicos y programas de software, con comisiones más elevadas.
- Utiliza tu propia página web para promocionar y pre-vender tus productos de afiliación.



- Una de las tácticas más eficaces es escribir reseñas y recomendaciones personales de productos.
- Con un blog especializado en un nicho puedes llegar a un número ilimitado de personas que estarían interesadas en el tipo de productos que estás promocionando.
- No hay mejor manera de obtener reconocimiento personal que escribir y distribuir tus propios artículos.
- Uno de los mejores métodos para superar a otros afiliados es mejorar el paquete del producto original del propietario con otro producto (bono) sin coste adicional, solo por comprar a través de tu enlace.
- Ofrece consejos, sugerencias e información junto con detalles específicos sobre el producto relacionado y su enlace de afiliado.
- Anima a los visitantes a inscribirse en tu lista de correo electrónico para que puedas ponerte en contacto con ellos durante un largo periodo de tiempo y seguir dándoles valiosos consejos e información sobre el producto.
- Puedes conseguir resultados mucho mejores escribiendo tus propios anuncios, redactando nuevos textos de venta y creando nuevos banners e imágenes.
- La principal ventaja de Hotmart -aparte del hecho de que es una mina de oro virtual para los afiliados- es la simplicidad innata de su uso e implementación.
- Dado que no hay un método de publicidad más eficaz y rentable que el uso del pago por clic, la combinación perfecta para ganar dinero es Hotmart y AdWords (Google Ads y Facebook Ads).



## EL GESTOR DE AFILIADOS

Es la persona que se encarga de mantener las relaciones dentro de una empresa para conseguir afiliados que promocionen los productos de la misma en sus comunidades.

- El gestor busca nuevas comunidades donde poder ofrecer los servicios de su cliente o la empresa en la que trabaja.
- Es capaz de contactarles para que quieran aceptar la misión de ofrecer el producto para el que trabajas a sus comunidades.
- Y una vez que consigues esa relación, el gestor es capaz de definir una estrategia que haga que ese producto pueda venderse durante meses, años o en un momento puntual si estamos ante un lanzamiento.

Al igual que otras profesiones como gestores de tráfico, closers, copys, etc; el gestor está directamente en contacto con la venta y por tanto su figura es vital en el desarrollo de un negocio.

Ya hay unos perfiles de profesionales que encajan encajan con esta figura y que ya están desempeñando estas funciones:

- Estás ofreciendo servicios de tráfico (trafficker, media buyer, o cómo lo quieras llamar 😊 ).
- Trabajas o está formado como closer de ventas.
- Eres project manager.
- Asistente virtual.
- Launch manager.
- Incluso haces ya acciones como afiliado profesional.
- O si tienes una empresa que ofrece cualquier tipo de servicios de marketing.

**Construye en 4 días una oferta irresistible**

Como has visto, para que el desarrollo profesional del gestor de afiliados esté a la altura de lo que se espera hay que conocer el paso a paso para poder gestionar la afiliación en una empresa de un modo profesional para el que casi nadie está capacitado.

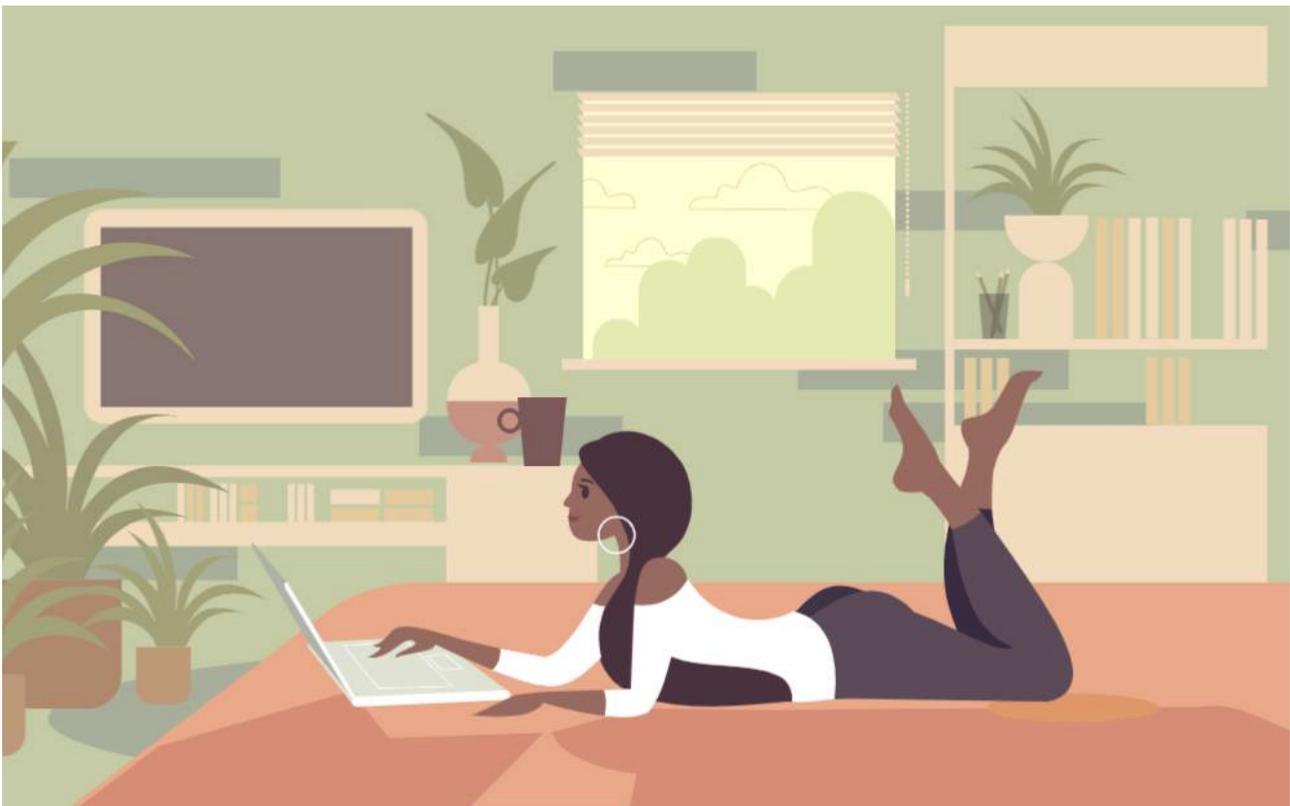
# El ABC del Afiliado Profesional

Si te interesa descubrir cómo lograr:

- encontrar la empresa perfecta para ofrecer estos servicios de gestión de afiliación,
- cómo hacer una propuesta irresistible diferenciándose del resto,
- elaborar el mensaje perfecto para incorporate al equipo o actuar como freelance,
- definir el contrato ideal,

Aquí hay información del paso a paso para poder gestionar la afiliación en una empresa de un modo profesional para el que casi nadie está capacitado.

De la mano de una de las personas que más saben sobre afiliación del país.



## Algunas opciones en el Marketing de Afiliación

HAZ CLIC SOBRE LAS IMÁGENES PARA CONOCER TODAS LAS OPCIONES PARA AVANZAR EN EL MARKETING DE AFILIACIÓN INDEPENDIEMENTE DEL PUNTO EN QUE TE ENCUENTRES.



**AFFILIATEKERS**  
Acceso inmediato GRATIS  
**GRATUITO**



**MONETIZA TU PASIÓN**  
Curso 100% online y gratuito  
**GRATUITO**



**GESTOR DE AFILIADOS START**  
FORMACIÓN EN VÍDEO PARA CONSUMIR A TU GUSTO



**Intensivo TOP AFILIACIÓN**  
Entrenamiento 100% gratuito y online.  
*No importa si ya has lanzado o empiezas de cero.*  
**ONLINE GRATUITO**

Gracias por tu atención y espero que haya sido lo suficientemente ilustrativa como para conocer el mercado de la afiliación y animarte a formar parte de este universo en algún momento.



Saludos y buenas ventas!!!!