**Как правильно выбрать партнерскую программу**

Правильный выбор партнерской программы - это ключ к стабильному заработку с помощью сайта. Не важно, каков процент комиссионных по конкретной партнерской программе, важно, насколько эксклюзивно будет само предложение товара и/или услуги.

Следующие заметки помогут вам определить подходящую партнерскую программу.

1. Определите ваше направление.

Являетесь ли вы профессионалом в какой-либо области? Можете ли вы провести консультацию, дать рекомендации в какой-либо области? Обратите внимание на уже имеющиеся знания и опыт.

2.Изучите существующую конкуренцию.

Сколько сайтов принимают участие в конкретной партнерской программе? 10, 100, 5000? Воспользуйтесь поисковыми системами, набрав в строке поиска адрес сайта (без http:// и www). Вы увидите число сайтов, на которых упоминается данный сайт. Не принимайте участие в партнерской программе, которая насчитывает тысячи участников. Ваш сайт просто затеряется в море уже существующих предложений. Старайтесь находить уникальный продукт, который еще не распространен в сети

Далее, введите в строке поиска название товара. Просмотрите результаты. Лучше всего будет, если в первой десятке (пятерке) результатов будут сайты, не продающие данный товар. Это позволит вам быть "эксклюзивным представителем" среди первых сайтов по данному запросу в поисковых системах, как только вам удастся добиться высокого позиционирования.

3. Проанализируйте информационное наполнение сайта.

Подготовлена ли информация о продукте?

Готовы ли вы регулярно пополнять сайт специализированной информацией?

Существуют ли источники, публикующие информацию о продукте? Если да,возможна ли републикация на вашем сайте новой информации?

Проработайте эти пункты.

4. Маркетинг.

Какие методы продвижения сайта вы осуществляете? Находится ли сайт в первой десятке по запросам "ваш продукт" в поисковых системах? Имеете ли вы доступ к рассылке, подписчики которой являются потенциальными клиентами? Можете ли вы разместить баннерную рекламу на сайтах, имеющих ваших потенциальных клиентов? В состоянии ли вы публиковать пресс-релизы на других сайтах, освещая ваш продукт?

Найдите сайты, которые посещают потенциальные клиенты, но которые не являются конкурирующими сайтами. Например, если вы предлагаете хостинг, то, возможно, партнерами могут оказаться студии веб-дизайна. Предложите обмен ссылками, изучив, прежде всего, посещаемость каждого из сайтов. (примечание 1)

В случае отказа в обмене ссылками будьте готовы предложить оплату за размещение баннера на небольшой срок.

5. Последующая работа над сайтом.

Проработав предыдущие пункты, вы должны иметь, как минимум, потенциальных клиентов, посещающих сайт из:

поисковых систем

близких по тематике сайтов

сайтов, на которых размещена ваша баннерная реклама

сайтов, опубликовавших ваши пресс-релизы и разместивших ссылку на ваш сайт как источник

Теперь продолжайте работать над развитием сайта, а именно: регулярно, 1-2 раза в неделю публикуйте новую информацию о продукте на главной странице и в рассылке предлагайте новые продукты, которые будут интересны вашей аудитории. Не бойтесь принять участие в новой партнерской программе (очень важно!) постарайтесь собрать отзывы тех, кто уже воспользовался продуктом и публикуйте их на главной странице. Это мощный побуждающий фактор будьте в курсе событий, происходящих в мире, касающихся вашего продукта.

Освещайте эти события на сайте и в рассылке. Если это возможно, уведомьте вебмастера сайта, с которого вы получили информацию о том, что вы разместили краткий анонс со ссылкой на его сайт. Попросите, если это не противоречит правилам его сайта, поставить ссылку на ваш сайт.

В процессе работы возвращайтесь к п.4, проделывайте те же действия, но ищите новые решения.

Если вы сделаете все правильно, вас ожидают плодотворные результаты.