**Как заработать в партнерской программе**

Первое, на что необходимо обратить внимание в интернет-маркетинге простому вебмастеру – это партнерские программы. Они не требуют капиталовложений, времени на подготовку собственного интернет-магазина, наличия товара на складе. Действительно, зарегистрировавшись в партнерской программе можно сразу же начинать зарабатывать.

Но не все так просто, как кажется. Большинство вебмастеров безрезультатно пробуют заработать в одной партнерской программе за другой. Почему?

Нет определенного плана действий, стратегии, которая сработала бы на все 100%. Я попытаюсь изложить свой план действий, с успехом работающий вот уже 5 месяцев.

Необходимо начать с поисковых систем. Именно с них. Ни баннерная реклама, ни рейтинги не имеют такой эффективной отдачи, как поисковые системы.

Прежде всего, необходимо подобрать ключевые слова, с помощью которых пользователи находят данный товар. Для западных поисковых систем заходим на http:///wordtracker.com/ \*

Для русских поисковых систем – смотрим на http://direct.yandex.ru/

Составьте список ключевых запросов. Наберите в поисковой системе запрос, и просмотрите каждый сайт из первой десятки результатов. Оцените конкуренцию по конкретному товару. Идеальный вариант, когда ни один из сайтов не продает товар, т.е. на сайте просто находится упоминание о товаре, но в последнее время это практически невозможно.

Создайте таблицу (например, в Excel), в которую занесите данные о каждом сайте:

? Page Rank \*\* страницы, на которую сослалась поисковая система

? Page Rank главной страницы сайта, на которую сослалась поисковая система

? Число проиндексированных данной поисковой системой страниц сайта

? Число ссылок на сайт из сети с точки зрения поисковой системы (см.

http://www.webmasterpro.com.ua/ideas/idea44.html)

? Число ссылок на саму страницу из сети с точки зрения поисковой системы

? Число страниц на сайте, на которых уделяется внимание данному товару (придется

немного побродить по сайту)

Как только данные о 10 сайтах введены в таблицу, необходимо провести анализ содержания страниц, на которые сослалась поисковая система.

? Число повторов ключевого слова в видимом тексте страницы

? Число ключевых слов в alt-тэгах

? Число ключевых слов в Title, Keywords, Description.

Просмотрите тексты. Эксклюзивное ли содержание текста на странице? Эксклюзивное ли  содержание других страниц, сайта в целом? Каков объем страниц о продукте на каждом  сайте? Как часто обновляется сайт?

Внесите полученные данные в таблицу. Если ваша цель - создать сайт, насыщеннее и

информативнее конкурентов и вы готовы обновлять его так же часто, как сайты-конкуренты, вот те необходимые шаги, которые вам следует предпринять.

Нужно начать с подготовки материалов. Статьи, пресс-релизы, новости – все, что касается рекламируемого продукта. Наполните сайт некоторым объемом информации и ожидайте его переиндексации поисковыми системами – смотрите лог-файлы (надеюсь, в основных  поисковых системах сайт уже зарегистрирован).

Пока поисковики еще не добрались до сайта, продолжайте исследовательскую работу. Соберите адреса сайтов, которые ссылаются на каждый из конкурирующих сайтов. Информацию о ссылках можно получить с помощью самих поисковых систем (см.

http://www.webmasterpro.com.ua/ideas/idea44.html). Посмотрите, в каком контексте ссылается сайт-партнер конкурента. Если они просто обменялись ссылками между собой, вы можете предложить обмен ссылками партнеру конкурирующего сайта. Если ссылка находится в контексте новостей, пресс-релизов, статей, то будьте готовы предложить такому сайту подобную, более интересную информацию для публикации (естественно, при условии обратной ссылки на ваш сайт). Сделайте вывод о каждом ссылающемся на конкурента сайте, находите свои решения для сотрудничества с партнерами конкурента.

Как только этот этап работы будет завершен и план составлен, переходите к следующему.

Снова введите в поисковую систему ключевой запрос. Из результатов выберите возможные сайты-партнеры, отсеяв конкурентов. Предложите каждому из вебмастеров обмен ссылками, или информацию, которая им будет интересна, при условии обратной ссылки на ваш сайт. В любом случае, вам необходимо добиться того, чтобы они поставили ссылку на ваш сайт. Во-первых, потенциальные клиенты посещают именно эти сайты, во-вторых, сайты оказались в первой тридцатке результатов поиска. А это означает, что поисковая система отдала наибольшее предпочтение именно этим сайтам. Ссылка с подобного сайта на ваш повысит «авторитет» вашего сайта для поисковой системы.

Таким образом, проработайте все запросы во всех основных поисковых системах. Важно так же упомянуть об обратных ссылках (тех, что ведут на ваш сайт). В тексте  ссылки предпочтительно указать ключевые слова, за которые вы ведете борьбу. Также, хорошо, если страница, ведущая на ваш сайт содержит меньше других внешних ссылок и больше ваших ключевых слов в мета-тэгах, заголовках.

Проведя эту работу, ожидайте переиндексации сайтов ваших новых партнеров. Снова

вернитесь к своему сайту. Кроме регулярного пополнения и обновления страниц необходимо создавать одну за другой новые директории внутри основной директории сайта. Директории нужно называть ключевыми словами (если запросы русскоязычные, вводите их английский эквивалент. Например, запрос «карандаш» - имя директории – «pencil»).

Внутри директории также необходимо создавать и регулярно обновлять новые страницы с упоминанием ключевых слов. Имя страницы должно состоять целиком из ключевого слова.

http://www.yoursite.com/keyword/keyword.html

http://www.yoursite.com/keyword1/keyword1.html

Каждая страница должна быть содержательной и не в коем случае не повторять уже существующий материал на сайте (исключения – «версия для печати»). Создайте навигацию таким образом, чтобы на самую «дальнюю» страницу можно было попасть не далее, чем за 3 клика. Большое количество созданных вами внутренних страниц с уникальным содержанием повысит Page Rank сайта. Я не останавливаюсь на важности употребления ключевых слов в keywords, description, title, надеясь, что вы уже знакомы с данным аспектом.

Ежедневно проверяйте лог-файлы на предмет:

Переиндексации сайта поисковыми системами

Позиционирования сайта в поисковых системах по конкретному запросу

Когда поисковая система переиндексировала сайт (и обновила свою поисковую базу),

можно проверять лог-файлы и искать страницы, которые, возможно, поисковая система стала высоко позиционировать. В самих лог-файлах можно найти адрес страницы поисковой системы, с которой пришел посетитель, с точным запросом.

Если вы сделали все правильно, то рано или поздно поисковые системы будут позиционировать сайт достаточно высоко, хотя и не по точным запросам, за которые вы боретесь. Считайте это промежуточным результатом, т.е. вы на правильном пути.

Дальнейшая работа заключается в пополнении сайта, установлении ссылок на сайт с тематических сайтов (имеющих больший Page Rank), слежение за переиндексацией сайта в поисковых системах и его позиционированием по запросам. Сайт должен набирать свою «массу» и «известность» + «авторитет» в сети.

Вернитесь к созданной вами таблице с данными о конкурирующих сайтах. Ваш сайт должен постепенно становиться выше конкурентов по большинству из этих параметров. Даже если вы все еще не добились желаемого позиционирования в поисковых системах, но ваши параметры выше, чем у конкурента, ваша цель близка. Повышайте Page Rank сайта, число ссылок на сайт.

Не ожидайте быстрых результатов. Над некоторыми запросами мне пришлось потрудиться в течении более 3-х месяцев, прежде чем я увидел себя в первой десятке

Яндекса и Рэмблера. Также не стоит расслабляться, поднявшись до первого места – исчезнуть из первой десятки (а то и сотни) намного проще, чем попасть в нее.

Чтобы подписаться на рассылку моих статей, отправьте пустое письмо на subscribe@webmasterpro.com.ua

\* Технология поиска и отбора ключевых слов с помощью WordTracker описана в статье "Как подобрать ключевые слова для вашего сайта" – http://www.webmasterpro.com.ua/articles/article33.html

\*\* Page Rank страницы можно приблизительно определить с помощью Google Toolbar - http://toolbar.google.com/, установив его в IE. Точное определение Page Rank неизвестно никому, кроме разработчиков алгоритмов поиска.