

3 CLÉS

POUR GÉNÉRER DE
GROSSES COMMISSIONS



**VIP PACKAGE
DE RICHESSE**

MAINTENANT ZEN

Rapport spécial

Par : Jimmy D. Brown Benchmark Publishing, LLC

AVIS - Vous pouvez donner ce rapport aussi longtemps que vous ne faites pas de changements à elle, ni faire de fausses déclarations concernant le contenu contenu ci-inclus

Laissez-moi vous envoyer un moyen efficace de promouvoir votre lien d'affiliation chaque semaine ... en seulement 1-3 heures !

Vous me dites quelles ressources "supplémentaires" (tutoriels vidéo, listes de contrôle, modèles, etc.) vous voulez créer sur mesure !

Chaque stratégie majeure de trafic d'affiliation rendue si simple que les débutants sans aucune expérience peuvent voir des résultats !

Clé #1 : Capturer l'abonné en premier.

Bienvenue dans ce rapport spécial. Je suis Jimmy D. Brown et je serai votre guide touristique.

Nous allons entrer dans le vif du sujet aujourd'hui avec un concept fondamental qui va certainement augmenter la taille et la cohérence de vos chèques de commission d'affiliation, quel que soit le programme que vous choisissiez de promouvoir.

Clé #1 : Capturer l'abonné en premier.

Voici comment beaucoup de gens font la promotion de leur offre préférée...

Ils annoncent simplement leur lien d'affiliation et envoient les visiteurs directement sur le site Web où la lettre de vente du produit les attend.

Deux questions rapides pour vous concernant cette pratique :

- 1) Qui en tire le bénéfice final ?
- 2) Qu'arrive-t-il à ceux qui n'achètent pas ?

Réfléchissez-y un instant.

Lorsque vous envoyez un visiteur sur la page de vente, qui bénéficie de votre effort ? Je vais vous donner un indice : ce n'est PAS VOUS.

C'est le propriétaire du produit. Pourquoi ?

Parce que s'il est un spécialiste du marketing, il a une sorte de LISTE à laquelle les visiteurs peuvent s'inscrire.

Et ensuite ils peuvent faire la promotion de cet abonné encore et encore. Et pas seulement pour leurs produits, mais aussi pour les produits d'autres personnes.

SIDEBAR : Pour être sûr, ils dépenseront probablement les premières offres de suivi pour promouvoir leur propre offre et vous gagnerez probablement une commission sur les références, tout le monde sait que la vraie valeur est dans les offres à long terme envoyées. Toutes ces offres futures qu'ils envoient pour promouvoir d'autres choses vous laissent sur la touche.

Et même si c'est grâce à vos efforts qu'ils ont obtenu cet abonné, vous ne serez pas payé un centime pour toutes ces ventes futures.

Passons à la deuxième question...

La lettre de vente moyenne obtient environ 2% de conversion. Cela signifie que 98 personnes sur 100 que vous envoyez sur le site n'achèteront PAS. Qu'arrive-t-il à ces personnes ? Soit elles repartent les mains vides et on ne les revoit plus jamais, soit elles s'inscrivent sur la liste et se voient proposer diverses offres. Dans les deux cas, cela ne vous aidera pas à long terme.

C'est beaucoup d'efforts gaspillés, n'est-ce pas ? Votre investissement en temps et en argent pour inciter les visiteurs à cliquer sur votre lien d'affiliation vous rapporte relativement peu.

Heureusement, il y a une meilleure façon. Une bien meilleure façon. Et c'est la clé #1 : "capturer l'abonné d'abord".

Voici la meilleure façon de promouvoir votre lien d'affiliation...

- 1) Créez une liste sur votre site.

Cela peut être pour donner un rapport gratuit, publier une newsletter régulière, offrir un mini-cours (comme celui que vous lisez), partager des articles, etc. Vous pouvez faire tout ce que vous voulez. Assurez-vous simplement que c'est...

- A. Des informations souhaitables qui attireraient des abonnés.
 - B. Qu'il soit étroitement lié à l'offre dont vous faites la promotion en tant qu'affilié.
- Une fois votre liste établie et en place, faites ceci...

2) Faites la promotion de votre liste AU LIEU de votre lien d'affiliation.

Votre objectif principal devrait être de construire VOTRE liste plutôt que celle de quelqu'un d'autre. De cette façon, VOUS pouvez promouvoir des offres à eux encore et encore à long terme.

3) Redirigez-les vers votre lien d'affiliation.

Configurez votre liste de façon à rediriger le nouvel abonné vers une page de remerciement qui confirme son inscription et l'informe qu'il doit vérifier son courrier électronique pour le premier numéro/le premier cours/le premier lien de téléchargement, etc. Incluez un lien en gras qui indique "Cliquez ici pour continuer". Ce lien en gras doit être votre lien d'affiliation !

REMARQUE : la plupart des outils de gestion de listes vous donneront des instructions complètes sur la façon de configurer ce système. Si le vôtre ne le fait pas, engagez un technicien d'Elance.com pour le faire à votre place.

Envoyez-moi un courriel pour obtenir une recommandation à faible coût si vous en avez besoin.

Maintenant, qu'est-ce que vous avez en place ?

Vous construisez VOTRE liste !

Vous construisez VOTRE marque ! (IE Votre nom, nom de domaine, nom de la liste) Vous construisez VOTRE crédibilité ! (Grâce au contenu que vous partagez)

Et, écoutez bien...

Vous les amenez TOUJOURS à la page de vente du produit d'affiliation comme vous le vouliez au départ.

Seulement, vous les avez maintenant sur une liste.

4) Suivi pour une conversion à long terme.

Une fois que les nouveaux abonnés ont rejoint votre liste, c'est à vous de construire une relation avec eux.

Proposez-leur d'excellents articles et d'autres contenus qui font la promotion de votre offre principale.

Et ne vous arrêtez pas là. Faites la promotion d'autres offres qui sont liées pour générer des revenus pendant des mois, voire des années, à venir.

Dans la prochaine section, nous en parlerons davantage lorsque nous examinerons la clé n° 2, je ne vais donc pas entrer dans les détails ici.

Rappelez-vous simplement

Vous devez capturer l'opt-in en PREMIER.

N'envoyez jamais les visiteurs directement à la page de vente du produit ou du service dont vous faites la promotion en tant qu'affilié. Assurez-vous toujours de les inscrire d'abord sur une liste. De cette façon, VOUS obtenez le bénéfice ultime de votre investissement en temps et en argent.

Clé n° 2 : Présentez l'offre.

Nous allons nous appuyer sur ce que nous avons vu précédemment, mais avant cela, je veux vous poser une question simple...

Que pensez-vous du marketing d'affiliation ?

1) Je suis simplement curieux à ce stade.
2) J'aime le concept et je suis quelque peu intéressé.
3) Montrez-moi exactement comment le faire et je suis partant !
Laquelle de ces réponses décrit le mieux votre situation actuelle ? Indice : il n'y a pas de "mauvaises" réponses.
J'aimerais m'asseoir sur votre canapé et discuter avec vous.

Si vous êtes "curieux", c'est bien. Je pense qu'en continuant à étudier le marketing d'affiliation, vous vous rendrez compte que c'est vraiment le moyen le plus facile d'être payé en ligne pour ceux qui n'ont pas d'expérience ou de formation. Et c'est aussi le moyen le plus rapide de se lancer. La courbe d'apprentissage est un jeu d'enfant par rapport aux autres options. Prenez le temps de lire ce rapport, de visiter le site et de satisfaire votre curiosité à ce stade.

Si vous êtes "plutôt intéressé", il est temps de vous motiver. Vous êtes manifestement conscient des mérites du marketing d'affiliation, mais vous n'avez pas encore pris l'engagement de vous impliquer davantage.

Qu'est-ce qui vous retient ? Je me souviens de ce que Wayne Gretzky, grand joueur de hockey, a dit un jour :
"100% des tirs que vous ne faites pas, ne rentrent pas."

Cela ne veut pas dire qu'il faut prendre aveuglément des coups au hasard dans la vie. C'est une recette pour un désastre. Mais, il y a beaucoup de vérité dans cette phrase en termes de prises de vue calculées. Vous en avez vu assez pour savoir que le marketing d'affiliation fonctionne. Vous trouvez de la valeur dans mon contenu.

Vous avez lu la page de vente d'Affiliatenaire et vous savez que j'ai ce qu'il faut. Si vous avez recherché mon nom sur Google.com, vous avez vu que j'ai une excellente réputation dans le secteur et que je fais ce métier depuis 1999. C'est un coup "calculé", vous ne trouvez pas ? Il est temps de prendre le vôtre.

Si vous êtes "motivé", alors il n'y a vraiment plus rien à discuter. Commençons.

Aujourd'hui. Maintenant. Je vais vous montrer exactement comment faire -- semaine après semaine. Si vous êtes le genre de personne qui est prête à agir et à faire avancer les choses, c'est une évidence. Je vous montrerai avec certitude comment faire. Et vous y arriverez. Rejoignez-nous maintenant avant que je ne ressemble un peu plus à Larry The Cable Guy. Git-R-Done.

Quelle que soit votre opinion actuelle sur le marketing d'affiliation, j'aimerais que vous vous joigniez à moi sur Affiliatenaire. Je suis convaincu que je peux vous aider à obtenir des chèques de commission d'affiliation de plus en plus importants en vous envoyant de nouvelles leçons semaine après semaine. Ensemble, nous attirerons du trafic sur votre site, les gens cliqueront sur votre lien d'affiliation et les ventes par référence vous seront créditées. Et maintenant, sans plus de commentaires...

Clé n° 2 : Présentez l'offre.

Quel est le moyen le plus efficace d'amener les personnes qui s'inscrivent sur votre liste à la suite de la clé d'hier à acheter réellement le produit ou le service dont vous faites la promotion en tant qu'affilié ?

La réponse : présenter l'offre.

Si nous voulons parler de "prévente", nous devons commencer par SAVOIR de quoi nous parlons.

Ce qui amène à la question...

"Qu'est-ce que la vente anticipée ?"

Depuis des années que je suis en ligne, je n'ai pas trouvé de meilleure définition de la "vente anticipée" que celle donnée par Ken Evoy.

Ken, en décrivant la technique de "prévente" dans le cadre du marketing d'affiliation, dit...

Définition

"Une PRE-VENTE efficace est la présentation d'un contenu éditorial de premier ordre, en y intégrant

naturellement les avantages d'un produit ou d'un service car ils se rapportent directement aux besoins uniques de votre public." - Ken Evoy

Ce que Ken enseigne est tout simplement le suivant

Vous devez fournir un contenu de valeur qui amène vos lecteurs à vous faire confiance.

Avec ces informations précieuses, vous incorporez des recommandations de produits et de services qui se rapportent directement aux informations que vous avez fournies, en insistant particulièrement sur les AVANTAGES de ces produits et services.

Vous utilisez un système en deux étapes qui fonctionne parfaitement avec le marketing de liste...

Étape 01 : Fournir.

Étape 02 : pointer.

Pour amener le lecteur à réagir comme vous le souhaitez - c'est-à-dire à acheter un produit ou un service par le biais de votre lien d'affiliation, à dire "oui" à l'offre que vous proposez dans le contenu - vous devez

(a) lui FOURNIR des informations crédibles, compréhensibles et utiles qui

(b) l'amener à prendre la décision de dépenser de l'argent.

C'est ainsi que vous les incitez à acheter. Vous fournissez un contenu utile qui pointe vers une offre quelconque... en soulignant particulièrement les AVANTAGES de cette offre.

Exemple

Vous pouvez le faire par le biais d'un article de bulletin d'information ou d'un cours en ligne - qui est une série d'articles connexes livrés séquentiellement par un répondeur automatique, ou par le biais d'un rapport spécial comme celui que vous êtes en train de rédiger.

un rapport spécial comme celui que vous êtes en train de lire.

Ce n'est pas une chose facile à accomplir.

Donnez trop d'informations et ils n'auront pas besoin d'acheter quelque chose de vous. Donnez trop peu d'informations et ils ne vous feront pas suffisamment confiance (ce qui est la clé de la prévente) pour croire qu'ils doivent acheter quelque chose chez vous.

Alors, qu'est-ce que "assez, mais pas trop" quand il s'agit de vos informations ?

Depuis que j'ai commencé à distribuer du contenu gratuit, j'utilise une expression que j'ai inventée pour décrire ce qui est "suffisant, mais pas trop".
Et cette phrase est...

"Utile, mais incomplet."

Cela signifie simplement ceci : le contenu en lui-même est utile au lecteur. Il a de la valeur. Il est bénéfique en soi. Il enseigne, il forme, il éduque. En d'autres termes, le lecteur obtient quelque chose qu'il peut utiliser simplement en le lisant. C'est la partie "utile" de l'équation. Mais il y a quelque chose qui manque. L'information peut être MAXIMISÉE en répondant à une offre contenue dans le contenu. C'est bien ... mais cela pourrait être amélioré en obtenant quelque chose de plus.

Laissez-moi vous donner quelques exemples...

EXEMPLE 1

"7 Easy Ways to Landscape Your Lawn For Free" serait une information utile pour quelqu'un qui s'intéresse à l'aménagement paysager. À l'intérieur de ce contenu (qu'il s'agisse d'un article ou d'une série de 7 articles, peu importe) pourrait se trouver une offre pour un eBook intitulé "101 Easy Ways to Landscape Your Lawn For Free".

Vous voyez comment ça marche ? Le contenu lui-même est utile... mais il est également incomplet. Il n'y a que 7 astuces d'aménagement paysager partagées, alors qu'il y en a 101 disponibles.

Pensez-vous que le lecteur est susceptible d'acheter la collection à 29,00 \$ si les 7 astuces du contenu gratuit lui ont été utiles ? Bien sûr, il le fera.

EXEMPLE 2

Que diriez-vous d'un article ou d'un cours en ligne intitulé "7 façons sûres de gagner des bénéfices mensuels avec les réponders automatiques" ? C'est une information utile à avoir. Mais, qu'est-ce qui manque ?

Le répondeur automatique lui-même, non ? Le contenu doit donc promouvoir un service de répondeur automatique comme offre. C'est l'idée de la vente anticipée... vous fournissez des informations utiles qui vous qualifient comme quelqu'un "dans le savoir". Quelqu'un qui peut être fait confiance. Et vous vous fondez dans - naturellement - des offres auxquelles le lecteur peut répondre. Encore une fois, mettez en avant les AVANTAGES des produits ou services que vous recommandez.

Le contenu conduit le lecteur à une offre. Proposez et pointez. Maintenant, en tant qu'affilié, permettez-moi de vous donner trois suggestions rapides pour le contenu que vous pouvez utiliser pour "pré-vendre"...

1) Contenu extrait.

Le créateur du produit dont vous faites la promotion en tant qu'affilié peut vous autoriser à "extraire" de petites parties du produit payant pour les offrir gratuitement à votre liste. S'il accepte de le faire, c'est un excellent moyen de montrer la valeur des informations fournies dans l'offre dont vous faites la promotion. Ensuite, il est facile de faire des commentaires comme...

Ce contenu a été utilisé avec l'autorisation de l'auteur et est disponible dans son intégralité à l'adresse... Ce n'est qu'une des 27 méthodes qu'il partage dans le cours disponible à l'adresse... Vous pouvez obtenir une explication complète, étape par étape, de la manière d'utiliser cette stratégie simple dans son livre à l'adresse...

2) Interviewer le contenu.

Contactez le créateur du produit dont vous faites la promotion et demandez-lui de répondre à 3 ou 4 questions relatives à ce produit. Ensuite, vous pouvez utiliser ces réponses comme base d'un article à partager avec votre liste.

Encore une fois, cela vous donne facilement l'occasion d'informer les lecteurs sur l'ensemble du produit. Fournissez et indiquez.

3) Contenu des études de cas.

La meilleure option est probablement d'expliquer à vos lecteurs comment le produit dont vous faites la promotion vous a directement touché. Comment avez-vous utilisé le produit et quels ont été les résultats spécifiques ?

Une simple étude de cas de votre propre expérience avec le produit dont vous faites la promotion est l'un des moyens les plus efficaces de vendre à l'avance.

Pourquoi ?

Parce qu'à la fin de la journée, tout le monde veut vraiment savoir ceci : est-ce que ça a marché ? Pensez-y un instant. Quelle est la première chose que vous demandez à quelqu'un qui a manifestement perdu du poids depuis la dernière fois que vous l'avez vu ?

** Comment avez-vous fait ? **

Lorsque vous répondez à cette question en désignant un produit comme étant la source du "comment vous avez fait", vous avez un gagnant.

C'est ce que signifie "pré-vendre l'offre". Vous utilisez un contenu "utile, mais incomplet" pour fournir de la valeur et pointer vers une offre.

Ensuite, nous avons la troisième pièce du puzzle à venir...

Clé n°3 : Créer une incitation.

Dans cette dernière section, je vais vous expliquer comment faire en sorte que la liste dont nous avons parlé dans la clé n°1, ainsi que le contenu de prévente dont nous avons parlé dans la clé n°2, fusionnent pour former le point culminant parfait d'une "décision d'achat".

Mais d'abord, permettez-moi de répondre à deux questions courantes que beaucoup de personnes ont posées sur le marketing d'affiliation en visitant le site Affiliatenaire...

QUESTION #1

"Vous voulez dire que je n'ai qu'à faire les trois clés et ensuite simplement promouvoir mon lien d'affiliation ?"

La réponse courte est "Oui". Et c'est tout. Il vous suffit de mettre en place les trois clés dont nous avons parlé dans ce rapport et, à partir de là, il ne vous reste plus qu'à faire en sorte que le plus grand nombre possible de personnes se rendent sur votre site et cliquent sur votre lien d'affiliation.

QUESTION N° 2

"Comment suis-je censé promouvoir mon lien d'affiliation ?"

Il existe de nombreuses façons de promouvoir votre lien d'affiliation. Certaines fonctionnent, d'autres non. Certaines coûtent beaucoup d'argent, d'autres sont gratuites ou ont des frais minimes. Certaines sont compliquées, d'autres sont faciles.

L'astuce consiste à trouver celles qui fonctionnent, qui sont gratuites et faciles parmi celles qui ne fonctionnent pas, qui coûtent beaucoup d'argent et qui sont compliquées.

C'est là qu'intervient l'Affilié.

En tant que membre, vous recevrez une leçon hebdomadaire qui vous apprendra à promouvoir votre lien d'affiliation. Chaque semaine, pendant 52 semaines, vous recevrez une leçon "étape par étape" qui vous guidera à travers l'idée de promotion.

Voici la chose, et je vais être honnête avec vous à ce sujet dès le départ :

Rien de ce que je vous enseigne dans cette série ne fonctionnera pour vous SANS que vous appreniez à commercialiser.

Bien sûr, il y a du contenu de qualité dans ces trois clés. Et c'est un contenu qui est incroyablement efficace pour inciter les gens à acheter.

MAIS...

Cela ne fonctionnera que si vous savez comment attirer les gens sur votre site en premier lieu.

Sinon, tout ce que vous avez, ce sont les trois clés en place qui prennent la poussière... parce que personne ne les voit.

Alors, continuez à lire ce rapport. Il va vous être d'une valeur inestimable. Mais, en même temps, vous devez réaliser que vous DEVEZ (c'est requis, obligatoire, nécessaire !) apprendre comment amener le plus de gens possible à se rendre sur votre site, à rejoindre votre liste et finalement à cliquer sur votre lien d'affiliation.

Et c'est pourquoi je pense qu'il est dans votre intérêt de prendre une adhésion à Affiliatenaire dès que possible, tant qu'elle est encore disponible. (Indice : je ne peux même pas garantir qu'ils seront disponibles lorsque vous retournerez sur le site aujourd'hui).

Maintenant, sur cette clé finale ...

Clé n°3 : Créer une incitation.

Pourquoi certains affiliés vendent-ils plus que d'autres ?

Ce n'est pas une question piège. Allez-y et pensez-y juste une seconde. En fait, prenez un stylo et du papier et notez quelques idées. Je vais attendre.

<Pause de 5 minutes -- Sérieusement, faites votre liste>

OK, donc vous avez votre liste, non ? Si rien d'autre, vous avez fait une liste mentale. Et quelles sont les raisons que vous avez trouvées pour répondre à la question "pourquoi certains affiliés vendent-ils plus que d'autres ?".

Avez-vous répondu par l'une de ces réponses...

- Ils ont une grande liste de diffusion.
- Ils ont un site web à fort trafic.
- Ils ont une réputation bien connue.
- Ils ont un budget publicitaire important.
- Ils ont un réseau influent.

Votre liste comprend probablement une ou plusieurs de ces réponses.

Et vous n'êtes pas seul.

Et vous n'êtes pas non plus dans l'erreur. Ce sont toutes des réponses plausibles qui expliquent pourquoi certains affiliés vendent plus que d'autres.

Je veux que vous revoyiez cette liste. Et je veux que vous l'examiniez, car il y a un dénominateur commun important que je veux souligner.

Le voyez-vous ?

Dans CHACUNE des raisons énumérées ci-dessus, l'affilié a un avantage concurrentiel sur l'affilié moyen. Qu'il s'agisse d'une liste importante ou d'un site Web à fort trafic, il n'en reste pas moins que les meilleurs affiliés ne sont pas en concurrence sur un pied d'égalité. Ils ont quelque chose que la majorité des affiliés n'ont pas :

**** Un avantage ****

Alors, quel est votre avantage ? Comment pouvez-vous inciter vos abonnés à commander par le biais de votre lien d'affiliation ?

Et, comment pouvez-vous les inciter à le faire MAINTENANT ? C'est simple, vraiment :

Vous créez une incitation.

En d'autres termes, vous offrez un article de valeur gratuitement à tous ceux qui commandent le produit recommandé via VOTRE lien d'affiliation.

SIDEBAR : Vous pouvez même inciter les gens à agir MAINTENANT en créant un peu d'urgence. "Cette offre n'est valable que pour les 25 premiers qui commandent". Vous voyez comme c'est facile ?

Les spécialistes du marketing hors ligne le font depuis des années - et ça marche très bien !

Alors, pourquoi ne pas suivre leur exemple et utiliser la même technique pour votre activité d'affiliation.

J'enseigne ce concept depuis des années et il est devenu presque incontrôlable, les gens offrant des incitations qui valent plus que le produit lui-même dans certains cas.

Mais la vérité est la suivante : cela produit des ventes comme jamais auparavant.

Laissez-moi vous donner un exemple tiré du monde réel. Supposons que vous cherchiez à acheter une nouvelle voiture et que vous vous rendiez chez plusieurs concessionnaires différents.

Tous ont EXACTEMENT la même voiture que celle que vous souhaitez acheter. Tous les prix sont EXACTEMENT les mêmes. Tous les facteurs sont les mêmes, sauf un...

*** L'un des concessionnaires vous offre une prime.

Si vous lui achetez le véhicule, il vous offre un an d'essence !

Maintenant je vous demande, chez lequel des concessionnaires allez-vous faire votre achat ? Si vous choisissez n'importe qui d'autre que le concessionnaire offrant l'essence gratuite, vous ne devriez probablement pas être sur la route à conduire ! Évidemment, tous les facteurs étant égaux, vous voudriez faire votre achat chez le concessionnaire qui vous en offre PLUS pour votre argent.

Les programmes d'affiliation sont un peu comme les concessionnaires automobiles - du moins à un égard. Chaque affilié d'un programme particulier propose exactement le même produit au même prix. Tous les facteurs concernant le programme d'affiliation sont fondamentalement les mêmes pour chaque affilié.

Alors, qui va faire la vente ?

Celui qui offre l'incitation supplémentaire, voilà qui !

Celui qui crée l'avantage, l'offre exclusive.

Pourquoi quelqu'un devrait-il acheter par le biais de VOTRE lien d'affiliation alors qu'il y a potentiellement des milliers d'autres affiliés qui font la promotion de la même offre ?

Vous voulez vendre plus cher que les autres affiliés ? Vous voulez les surpasser même si vous faites tous la promotion du même produit au même prix ? Vous voulez créer un avantage qui vous permette de jouer à armes égales avec les "grands" qui ont de grandes listes et de gros budgets ?

Offrez davantage.

Vous devez créer une incitation. Une raison unique et exclusive pour laquelle les gens devraient commander par le biais de VOTRE lien d'affiliation et non par celui d'un de vos concurrents.

C'est votre avantage. Vous avez besoin de quelque chose qui convainc les gens d'acheter chez vous.

Maintenant, il y a plusieurs choses que vous pouvez faire...

Créer un rapport spécialisé. Offrir un soutien ou un accompagnement. Fournir un service.

Faire une remise en espèces.

Offrir un produit gratuit de votre cru. Travailler en freelance.

Faites de la publicité gratuite.

Il y a beaucoup, beaucoup de choses que vous pouvez offrir. Que pensez-vous de ces deux excellentes suggestions...

1) Achetez une licence pour un produit de valeur.

Il y a beaucoup, beaucoup de produits existants qui sont disponibles avec une licence (soit une licence de droits de revente ou une licence de droits de label privé) que vous pouvez obtenir et ensuite DONNER comme une incitation pour que les gens commandent par le biais de votre lien

d'affiliation. Investissez un peu d'argent au départ et vous en tirerez des dividendes pendant des mois, voire des années.

2) Engagez un rédacteur fantôme pour créer une incitation.

Vous voulez votre propre incitation exclusive ? Engagez un rédacteur fantôme pour créer une série d'articles, un rapport, du contenu pour un site d'adhésion ou même un produit complet. Puis, proposez-le comme incitation gratuite pour inciter les gens à commander.

EXEMPLE

Faites le calcul...

Supposons que vous ayez adhéré à Affiliatenaire et que vous en fassiez la promotion.

Vous toucherez 13,50 \$ par MOIS en commissions résiduelles pour chaque personne qui s'inscrit par le biais de votre lien de parrainage.

Pourquoi ne pas engager un rédacteur fantôme pour créer un rapport de 10 pages sur le marketing d'affiliation ? Cela vous coûtera probablement 150 à 200 \$.

Il suffira de 15 parrainages pour que ce rapport s'autofinance en commissions. ($15 \times \$13.50 = \202.50)

Mais, c'est juste pour le PREMIER MOIS. S'ils restent actifs pendant le deuxième mois, vous DOUBLEREZ VOTRE INVESTISSEMENT en commissions.

Et s'ils restent 3 mois ? Ou 12 mois ?

Et, n'oubliez pas, c'est juste pour 15 parrainages. Vous pouvez continuer à offrir cette incitation à TOUTES les époques afin d'obtenir le plus grand nombre possible de références pour la vie.

C'est de l'argent bien dépensé, les amis.

Maintenant, rassemblons tout ce que nous avons vu jusqu'à présent afin d'avoir une vue d'ensemble de la façon d'obtenir des commissions d'affiliation importantes...

1) Captez d'abord l'abonné. Ensuite,

2) Présentez l'offre. Ensuite,

3) Créez une incitation.

Ensuite, vous répétez simplement le processus en promouvant d'AUTRES OFFRES à votre liste existante

- et - en ajoutant de nouveaux abonnés à la liste existante.

C'est ainsi que vous incitez efficacement les gens à acheter. Et c'est ainsi que vous obtenez des chèques d'affiliation importants !

Maintenant, comme je l'ai dit plus tôt, tout cela ne sert à rien si vous ne savez pas comment promouvoir.

La dernière chose dont vous avez besoin est une ville fantôme pour un lien d'affiliation.

Donc, ce que vous devez faire dès maintenant, c'est jeter un coup d'œil attentif à l'adhésion à Affiliatenaire l'adhésion.

C'est votre programme de formation hebdomadaire, étape par étape, qui vous permettra d'obtenir une promotion (gratuite pour la plupart !) pour votre système de liens d'affiliation.