



Presentación

En la actualidad, las empresas vuelcan cada vez más sus objetivos e inversiones en el marketing digital u online en detrimento de los canales más tradicionales.

Dentro de las grandes posibilidades que ofrece el marketing online aparece la figura del marketing de afiliación a través del cual una marca promociona sus productos y/o servicios mediante anuncios en la web de un afiliado.

Y, aunque es todavía bastante desconocido por el público, está siendo cada vez más utilizado por las marcas que buscan en él una forma económica de promocionar sus productos frente a la publicidad realizada en los medios tradicionales que resulta más cara.

El marketing de afiliación se presenta como una oportunidad para incrementar las ventas, la presencia en Internet y ganar más competitividad frente a la competencia aprovechando las ventajas que ofrece una red de afiliados.

En este curso se darán a conocer las pautas para aprender a diseñar, lanzar y gestionar un programa de afiliados para poder aumentar ventas y clientes.

La Educación On-line

La formación continua es una necesidad para todo profesional que quiera estar al día en un entorno tan cambiante como el actual. La modalidad virtual de la educación a distancia es una oportunidad para ello.

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución, de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

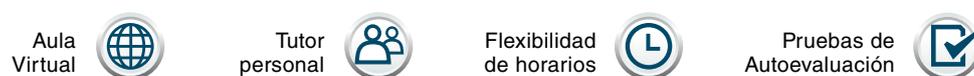
- ➔ La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- ➔ Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- ➔ Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- ➔ Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 50 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 4 módulos de formación práctica de que consta el curso Marketing de Afiliación.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas del marketing de afiliación.

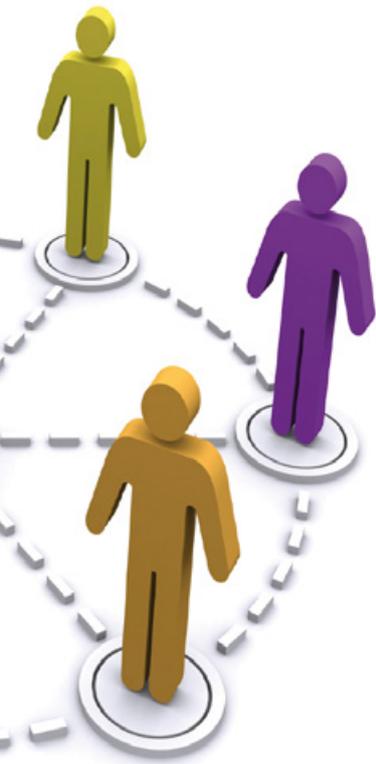
Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes al marketing de afiliación.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Curso Bonificable



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Qué es y cómo funciona el marketing de afiliación.
- Cuáles son sus principales ventajas y también sus inconvenientes.
- Cómo crear una red de afiliados y obtener beneficio con ello.
- Cómo gestionar una red de afiliados propia.
- Cuáles son las principales funciones de un *affiliate* manager.
- Cómo dominar el marketing de afiliación desde el punto de vista del afiliado.
- Cuáles son las causas que pueden hacer fracasar una acción de marketing de afiliados.
- Cómo diseñar un programa de afiliación que esté en consonancia con la política global de marketing de la empresa.
- Cómo crear una red de afiliados estable y con proyección tanto nacional como internacional.
- Cuáles son las principales métricas del marketing de afiliación.
- Cómo entender el marketing de afiliación como una forma de aumentar los ingresos en la empresa.

Para saber analizar, elegir y controlar la red de afiliación que mejor se adapte a los intereses de su empresa.

Dirigido a:

Responsables y miembros de los departamentos de marketing, comercial y comunicación o responsables operativos de campañas online que quieran dominar los elementos y estrategias del marketing de afiliación.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. Principios del marketing de afiliación

10 horas

Módulo introductorio al marketing de afiliación, tanto en lo que se refiere al concepto como a su historia y principios.

1.1. Marketing ... ¿de afiliación?

- 1.1.1. Las cifras del comercio electrónico en España.
- 1.1.2. El marketing de recomendación y el de afiliación.

1.2. Historia:

- 1.2.1. El éxito de los banners.
- 1.2.2. Amazon y el marketing de afiliación.
- 1.2.3. El crecimiento del marketing de afiliación:
 - 1.2.3.1. Atractivos del marketing de afiliación.

1.3. Principios y definiciones del marketing de afiliación:

- 1.3.1. Principios del marketing de afiliación.
- 1.3.2. Definiciones del marketing de afiliación:
 - 1.3.2.1. Funcionamiento del marketing de afiliación.
 - 1.3.2.2. Conceptos principales del marketing de afiliación.
 - 1.3.2.3. Diferencias básicas del marketing de afiliación.

1.4. Prepararse para el marketing de afiliación:

- 1.4.1. Dirigirse al consumidor final.
- 1.4.2. La imagen de marca actual.
- 1.4.3. La usabilidad del sitio web.
- 1.4.4. Mercado al que se dirige el negocio.
- 1.4.5. Win-win.

Contenido del curso

→ MÓDULO 2. El punto de vista del afiliador

15 horas

El afiliador es la pieza clave para que el marketing de afiliación funcione, por lo que es necesario conocer los principales métodos que hay para captar afiliados y las principales recomendaciones para el seguimiento. En este módulo se analizará qué pasos seguir para iniciar de forma correcta un marketing de afiliación que pueda aportar ingresos extras y una buena imagen de marca en los afiliados.

2.1. El afiliador.

2.2. La afiliación directa:

2.2.1. El software de afiliación directa:

2.2.1.1. Herramientas de marketing.

2.2.1.2. Escogiendo el software de afiliación directa:

- Principales programas del mercado.
- Mínimos a solicitar a un programa de afiliación.
- El software: ¿dentro o fuera del afiliador?

2.2.2. El *affiliate manager*:

2.2.2.1. Principales funciones de un *affiliate manager*.

2.2.3. Ventajas e inconvenientes de la afiliación directa:

2.2.3.1. Principales ventajas de la afiliación directa.

2.2.3.2. Principales desventajas de la afiliación directa.

2.2.3.3. Recomendaciones para la afiliación directa.

2.3. Las redes de afiliación:

2.3.1. ¿Por qué una red de afiliación?:

2.3.1.1. Costes de la red de afiliación.

2.3.1.2. ¿Una o más redes de afiliación?

2.3.2. Ventajas e inconvenientes de una red de afiliación:

2.3.2.1. Principales desventajas de la red de afiliación.

2.3.2.2. Principales ventajas de la red de afiliación.

2.3.2.3. El valor añadido de una red de afiliación.

2.3.3. Seleccionar la red de afiliación:

2.3.3.1. Principales plataformas de afiliación:

- Cómo escoger la red de afiliación.
- Redes CPA o Network CPA.

2.4. Cómo conseguir afiliados:

2.4.1. Buscar a los afiliados:

2.4.1.1. Reclutamiento activo.

Contenido del curso

- 2.4.1.2. Reclutamiento pasivo.
- 2.4.1.3. Otras formas de reclutamiento.
- 2.4.2. Seguimiento de los afiliados:
 - 2.4.2.1. Denegación de un nuevo afiliado.
- 2.4.3. Posibles malas prácticas en los afiliados:
 - 2.4.3.1. Principales malas prácticas.
 - 2.4.3.2. Controlar las cookies.
- 2.4.4. Creatividad en la red de afiliados.

→ MÓDULO 3. Lanzando el marketing de afiliación

10 horas

Una vez el afiliador ha tomado la primera decisión respecto a qué modelo de marketing de afiliación seguir, queda otro paso muy importante que dar: lanzar el marketing de afiliación, paso que es analizado en este módulo.

3.1. El lanzamiento.

3.2. Iniciando el lanzamiento:

- 3.2.1. Antes del lanzamiento.
- 3.2.2. Promocionar el lanzamiento:
 - 3.2.2.1. Incentivando al afiliado:
 - Más allá de la fase de lanzamiento.
 - 3.2.2.2. Promocionar el programa:
 - Promoción interna.
 - Promoción externa.

3.3. Diseñar el mejor programa:

- 3.3.1. Recomendaciones generales.
- 3.3.2. Variables a tener en cuenta en el programa:
 - 3.3.2.1. Remuneraciones válidas:
 - Diferencias con el CPC.
 - 3.3.2.2. Las cookies.
 - 3.3.2.3. Las comisiones.
 - 3.3.2.4. Tratar los resultados inválidos.
 - 3.3.2.5. Periodo de pago.
 - 3.3.2.6. La propia página de e-commerce.

Contenido del curso

3.3.2.7. Herramientas de promoción:

- Banners.
- Cupones descuento.
- Enlaces de texto.
- Deeplinks o enlaces profundos.
- Otras creatividades.

→ MÓDULO 4. Gestionando el marketing de afiliación

15 horas

Una vez lanzado el programa de afiliación es necesario conocer y medir los resultados así como gestionar el día a día del marketing de afiliación. Esta gestión se divide en tres grandes bloques que serán analizados a lo largo de este módulo.

4.1. La gestión del programa.

4.2. Seguimiento del afiliado:

4.2.1. El afiliado como socio:

- 4.2.1.1. La relación profesional.
- 4.2.1.2. El afiliado: fuerza de ventas digital.

4.2.2. Tipos de afiliados:

4.2.2.1. Clasificación por experiencia en programas de afiliación:

- El afiliado novel.
- El afiliado con experiencia.
- El afiliado top.
- El *affiliate* manager y los tipos de afiliados.

4.2.2.2. Clasificación por forma jurídica del afiliado.

4.2.2.3. Clasificación por tipo de marketing online usado.

4.2.3. El punto de vista del afiliado:

- 4.2.3.1. La elección del tipo de programa.
- 4.2.3.2. Las comisiones y el potencial.
- 4.2.3.3. Mercados a los que dirigirse.

4.3. Gestionar el programa de afiliación:

4.3.1. La gestión de los afiliados:

- 4.3.1.1. Altas nuevas y bajas de afiliados.
- 4.3.1.2. Renovación de las creatividades.

Contenido del curso

4.4. Métricas del marketing de afiliación:

4.4.1. El Cuadro de Mando.

4.4.2. Métricas del marketing de afiliación:

4.4.2.1. Uso del eCPM.

4.4.2.2. Otras métricas para medir el rendimiento:

- Coste por lead.
- Coste por acción.

4.5. Tendencias del marketing de afiliación:

4.5.1. El B2B y el marketing de afiliación.

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Marketing de Afiliación han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Josep M^a Catalá

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Consultor en Marketing en la UOC es, en la actualidad, Account Manager de Grandes Cuentas de Telefónica en Catalunya.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Marketing de Afiliación**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

