



Guía de Buenas Prácticas en Marketing de Afiliación de Awin



Agenda

01

Consideraciones clave

Aspectos clave a tener en cuenta al gestionar un programa de marketing de afiliación.

02

Mantenimiento del Programa

Resume las principales tareas y responsabilidades a la hora de dirigir un programa.

03

Buenas prácticas del sector

Aprende lo esencial del marketing de afiliación

04

Recursos y Soporte

Descubre todo nuestro apoyo en línea para acompañarte virtualmente a lo largo de tu viaje.



Consideraciones clave

Aspectos clave a **tener en cuenta**



El marketing de afiliación es una estrategia de marketing **a largo plazo** y se construye con el tiempo. Empieza con **objetivos alcanzables** que puedan desarrollarse a medida que tu programa de afiliación madura o crece.



Los afiliados necesitan **tiempo y recursos** para crear promociones. Es importante notificar a los afiliados **con suficiente antelación** de cualquier cambio en el programa que les **afecte directamente**.



Al tratarse de un **modelo basado en el rendimiento**, por cada euro que gastes, deberías obtener **varios euros a cambio**. No tiene sentido limitar el gasto.



Se **receptivo y paciente** a la hora de **comunicarte** con tus afiliados. Prueba nuevas asociaciones y **analiza los resultados**.

A blue-tinted photograph of a person's hands clapping over a desk. On the desk, there is a laptop, a smartphone, and an open notebook. The text "Buenas prácticas del sector" is overlaid in white.

Buenas prácticas del sector

Buenas prácticas del sector



Comisión

Buenas prácticas del sector



- Haz que tu estructura de comisiones **sea competitiva**, asegurándote al mismo tiempo de que dispones de suficiente **flexibilidad para aumentar** las comisiones de las campañas a corto plazo.
- Utiliza las herramientas dentro de la sección de comisiones para **ofrecer comisiones dinámicas**.
- Crea tarifas de comisión personalizadas para diferentes **tipos de afiliados**.

- Crea estructuras de comisiones por valor de cesta para aumentar las comisiones a partir de un mayor valor de la cesta y **aumentar el AOV**.
- Asigna bonificaciones mensuales para **incentivar a los afiliados** a alcanzar un determinado objetivo.

Activos

Buenas prácticas del sector



- Los afiliados buscarán **material complementario que les ayude a promocionar** su marca. Asegúrate de proporcionar tamaños estándar de la industria, incluyendo tu logo con fondo transparente.
- Lo ideal sería **proporcionar un conjunto de 6** o más banners animados que promocionen una oferta y tengan una **fuerte llamada a la acción**.
- Los mejores formatos son **GIF o JPG para reducir el tamaño de los archivos**.
- Proporcionar productos a través de un feed de productos abrirá muchas más **oportunidades de afiliación**, como la Comparadores y Google Shopping (CSS).
- Los Banners **no se pueden eliminar, sustitúyelos siempre** con otros nuevos para mantenerlos actualizados
- Mantén los banners actualizados. Debe haber **coherencia** entre la creatividad y la página de destino para facilitar la conversión.

Fomentar

Buenas prácticas del sector

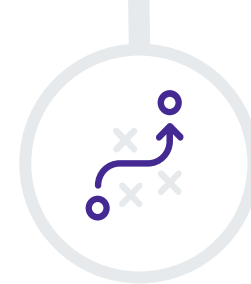


- Comunicarte **eficazmente** con tus afiliados siempre va a ser **importante**, especialmente al establecer tu programa de afiliación. Adopta una línea de comunicación directa por correo electrónico o teléfono.
- Utiliza tu Cuenta > Información General para **destacar las ventajas** de inscribirse en tu programa, información sobre tu programa, tus ventajas competitivas, además de información relativa a la estructura de comisiones y normas de validación.
- Asegúrate de procesar las solicitudes de afiliación de forma regular para mantener el **impulso**. Cuando rechaces una solicitud (tal vez el sitio del afiliado no se ajusta a tu marca) es importante informarles del **motivo del rechazo**. Es posible que el afiliado tenga otro sitio más adecuado para presentar tus productos.

- La comunicación es clave, se **proactivo y contacta directamente** con los afiliados que más te interesen. Ten paciencia mientras esperas una respuesta.
- **Notifica con antelación** cualquier oferta, descuento o lanzamiento de producto. Asegúrate de añadir las ofertas y códigos de descuento y **mantenlos actualizados** en la herramienta Mis ofertas.
- **Envía regularmente** comunicaciones a través del Centro de Comunicaciones. Proporciona **información relevante** para promocionar tu marca. Ya sea sobre las últimas ofertas, los productos más vendidos o los que mejor convierten, toda información es valiosa para tus afiliados, por grande o pequeña que sea.

Validaciones

Buenas prácticas del sector



- Es importante **que valides las transacciones pendientes tan a menudo como sea posible** para evitar **pagar comisiones por ventas no válidas, por ejemplo,** devoluciones y pedidos cancelados.
- Tu cuenta está configurada para **autovalidaciones** por lo que las transacciones se auto-aprobarán 7 días después de tu período de devoluciones.
- Los afiliados de Cashback y Loyalty pueden enviar [Consultas sobre transacciones](#) (TQs). Es importante que **las revises** a través de Comisión > Validar reclamaciones del **mismo modo con el que procesas tus transacciones**. Las reclamaciones se aprobarán automáticamente transcurridos 75 días desde que el afiliado subió la consulta.

- Es una buena práctica aprobar todas las transacciones en las que haya un código de descuento público en tu web o un código que reciba el cliente por inscribirse en tu NWL una vez que el afiliado lo ha llevado a tu web. Es **injusto penalizar** a los afiliados por algo que está fuera de su control y que de hecho es algo positivo para ti.
- Asegúrate de dar razones **transparentes y razonables** cuando rechaces transacciones no válidas.
- Los afiliados **pueden ver la tasa de cancelación** de los programas. En general, la tasa de **abandono de programas** oscila entre **el 20 y el 30%**. Todo lo que supere este porcentaje será motivo de preocupación para los afiliados, que podrían dejar de participar en un programa si el índice es demasiado elevado.

Benchmarks

Mejores prácticas del sector



Comparar con otras **marcas de tu sector** es una buena forma de determinar una **comisión justa** y tu posición en el mercado.

Puedes comprobar **las comisiones de tus competidores consultando** su perfil de anunciante en el [Directorio de Anunciantes](#) o los **porcentajes de Cashback** que se muestran en los sitios web de dichos afiliados.

Las **mejores comisiones del sector** permitirán a tu marca competir con otras marcas de renombre.

Prueba y aprende

Mejores prácticas del sector



- **Recomendamos** un enfoque de prueba y aprendizaje para comprender los tipos de asociaciones que conectarán bien con tu negocio.

- Muchos de los principales afiliados del sector ofrecerán **oportunidades de exposición adicionales** a cambio de mayores comisiones, ofertas potentes o exclusivas y/o cuotas de Tenancy (un pago fijo por la visibilidad extra o “premium” en la web del afiliado, NWL o similar).

- Pide a los afiliados que compartan **sus packs de visibilidad o mediakits** con las distintas opciones de colocación en sus páginas y sus tarifas.

- Los afiliados deben utilizarse **estratégicamente** para impulsar diversas campañas promocionales. Utiliza [los códigos de descuento](#) para **negociar a cambio de mejores ubicaciones de la marca en la web del afiliado**. Asegúrate siempre de que la comisión ofrecida esté dentro de tus márgenes.

- Es importante **hacer un seguimiento de los resultados y analizar el rendimiento** para saber qué funciona y qué no. No todos los afiliados tendrán el mismo rendimiento debido a los diferentes públicos objetivo, por lo que es importante probar y aprender con los afiliados con mejores resultados.



Mantenimiento del Programa

Tareas semanales de mantenimiento

Tareas semanales de limpieza

Ponte en contacto directamente con los afiliados recién aceptados

El marketing de afiliación se basa en las relaciones, por lo que es fundamental que te pongas en contacto con los afiliados que has aceptado en tu programa. Háblales de tu marca y de las promociones que estás llevando a cabo. Comprueba si te han aceptado y averigua las oportunidades de marketing que puedan tener para

Valida las reclamaciones

Si un afiliado cree que la comisión no se ha rastreado o no se ha concedido correctamente, lanzará una consulta de transacción o reclamación. Éstas pueden encontrarse en **Comisión > Validar reclamaciones**. Son más comunes entre los afiliados que se dirigen al cliente, incluidos los afiliados de Cashback y Loyalty, pero cualquier afiliado puede plantear una consulta de transacción. Las consultas sobre transacciones se autovalidan en 60 días, por lo que es importante tenerlas controladas.




CONSEJO: A menudo los anunciantes descubren que los afiliados que no esperaban que tuvieran éxito son algunos de los que mejor funcionan, así que mantén la mente abierta.

Lista de control para un lanzamiento con éxito

- Consejos para llevar a cabo un programa sin contratiempos

Lista de actividades por hacer del anunciante

Lista de actividades por hacer

-  Tienes 2 consultas de transacción a la espera de procesamiento.
-  Tienes 2 afiliados pendientes de aprobación.
-  Tienes 2 ofertas caducadas. Elimínalas.



El panel de control del anunciante es la primera página que aparece después de que hagas clic para ver tu cuenta desde el panel de control de usuario principal. Esta área te proporcionará un **resumen claro de la actividad** de tu cuenta durante el último mes, así como una lista de tareas que debes realizar **para que tu cuenta funcione correctamente.**

Lista de actividades por hacer del anunciante



La lista de actividades por hacer te informará de que debes completar las siguientes tareas:

- ➔ Validar comisiones
- ➔ Revisar las consultas sobre transacciones (TQs) o reclamaciones
- ➔ Aprobar nuevos afiliados
- ➔ Eliminar ofertas caducadas



La lista de actividades por hacer está diseñada para **ayudarte a ver las tareas más importantes que debes completar** en tu cuenta.



Realiza un seguimiento **semanal para mantener** tu cuenta al día y llevar a cabo un programa **satisfactorio.**

Recursos y Soporte



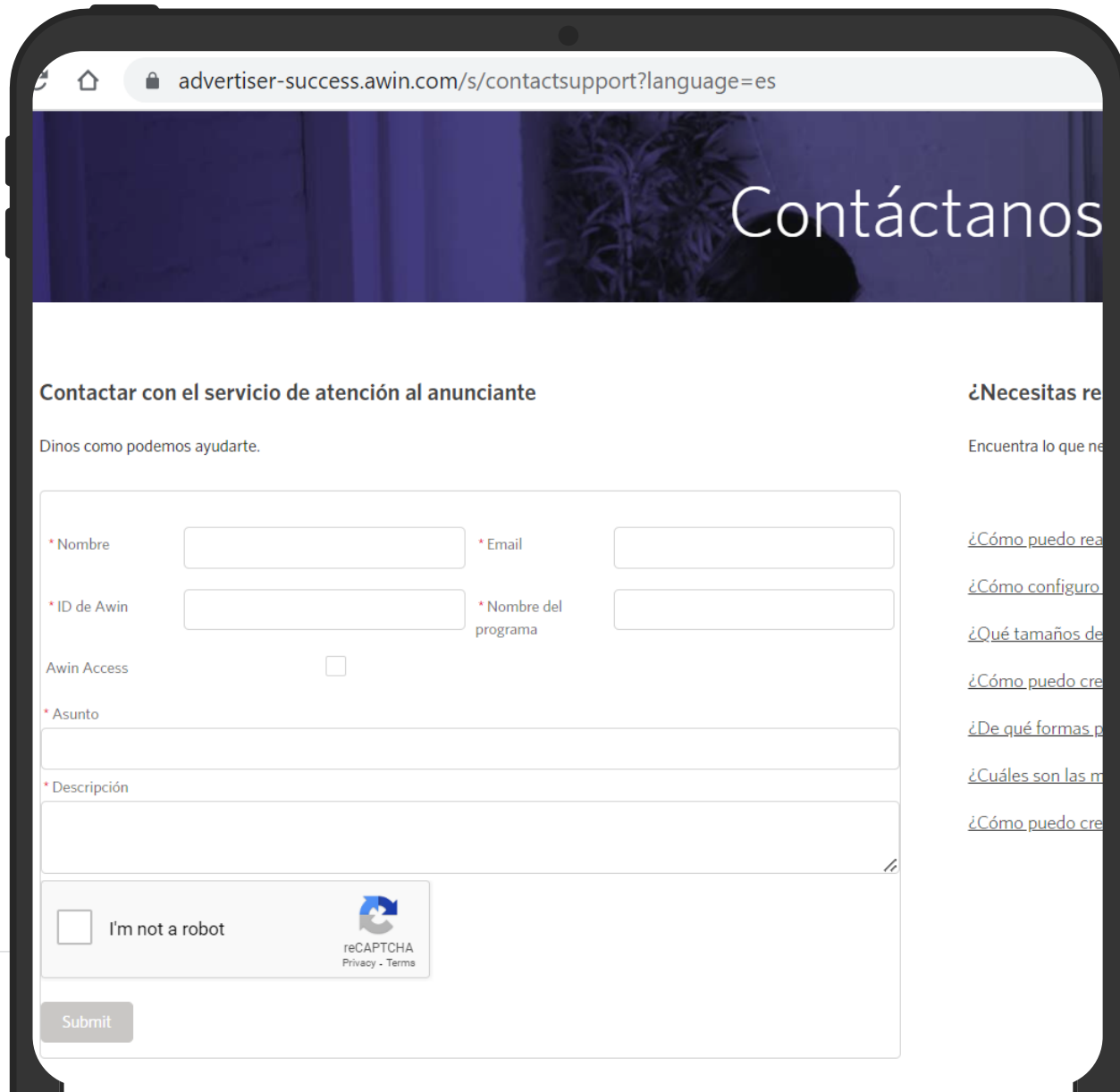
Recursos de Awin



Advertiser Success Center

- Artículos sobre las preguntas más frecuentes
- Consejos para aprovechar al máximo la plataforma Awin y optimizar tus campañas de afiliación

Recursos de Awin



The screenshot shows a mobile browser displaying the Awin advertiser support page. The URL in the address bar is `advertiser-success.awin.com/s/contactsupport?language=es`. The page has a dark blue header with the text "Contáctanos". Below the header, the main content area is white. On the left, there is a section titled "Contactar con el servicio de atención al anunciante" with the subtitle "Dinos como podemos ayudarte.". This section contains a form with the following fields: "Nombre" (required), "Email" (required), "ID de Awin", "Nombre del programa", "Awin Access" (checkbox), "Asunto" (required), and "Descripción" (required). At the bottom of the form is a reCAPTCHA widget with the text "I'm not a robot" and a "Submit" button. On the right side of the page, there is a section titled "¿Necesitas re..." with the subtitle "Encuentra lo que ne...". Below this, there are several links: "¿Cómo puedo rea...", "¿Cómo configuro...", "¿Qué tamaños de...", "¿Cómo puedo cre...", "¿De qué formas p...", "¿Cuáles son las m...", and "¿Cómo puedo cre...".

Contactar con el Servicio de Atención al Anunciante

- Para hablar con un miembro del equipo de soporte, crea un ticket a través de Soporte > Contacto

Recursos de Awin



Tutoriales en
[YouTube](#)



[Centro de seminarios
web para pequeñas
empresas](#)

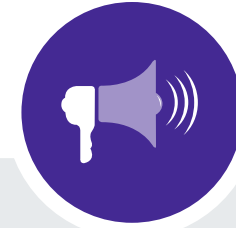
Recursos de Awin



Cómo utilizar
[Awin](#)



Newsletter de
[Client Partnership](#)



[Insights del
mercado](#)



Muchas gracias

