

SANDRA MAY

MARKETING DE AFILIADOS

SANDRA MAY

GUIA: MARKETING DE AFILIADOS

Caro(a) colaborador(a),

Muito obrigado por ter aceitado fazer parte deste projeto!

Um escritor não é **ninguém** sem os seus leitores. E as obras só ganham realmente vida **se forem lidas**. Ser uma escritora é, por si só, uma **honra** e um **privilegio**, assim como um **importante marco** na minha vida pessoal. Contudo, ser escritora em regime de auto publicação acarreta também **desafios** muito **interessantes** e **estimulantes**.

Um desses desafios é **alcançar os leitores**, e uma das **soluções** passa por **desenvolver parcerias**: onde se enquadra o "**Marketing de Afiliados**".

Contexto

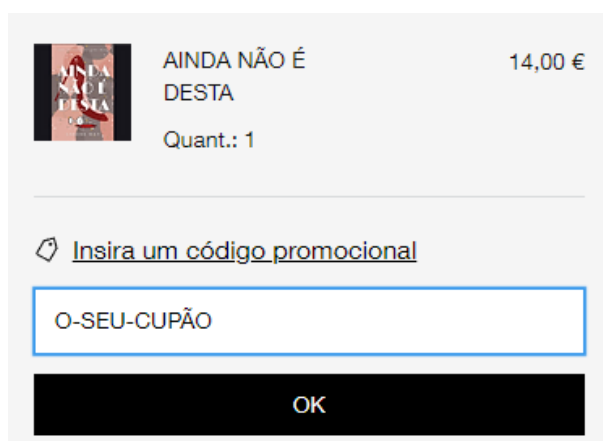
O "**Marketing de Afiliados**" é um sistema de **parceria** em que um colaborador atua como um **intermediário para venda** de determinado produto, através de uma **benéfica e saudável** relação de **mútuo benefício** e que tem por base a **partilha de lucros** sobre as vendas realizadas pelos colaboradores.

Neste caso específico, **o colaborar não tem qualquer tipo de encargos financeiros ou logísticos**, **devendo apenas promover a utilização do seu código** de "cupão" no ato da compra, através das suas **Redes Sociais** ou outras plataformas como WhatsApp / Telegram.



Sistema de Cupões

Tal como referido, o **sistema de cupões** é a atribuição de um **código, personalizável** por si, a ser utilizado no ato do **Check-Out**. Este cupão, para além de atribuir uma **comissão de venda** ao parceiro afiliado, oferece também ao leitor um **desconto na aquisição da obra**.



The image shows a shopping cart item with a book cover thumbnail, the text 'AINDA NÃO É DESTA', a price of '14,00 €', and 'Quant.: 1'. Below this is a coupon code input field containing 'O-SEU-CUPÃO' and an 'OK' button.

Por forma a **motivar** os colaboradores, a comissão de venda e o desconto do cupão **terá progressividade ao longo de 5 níveis**. Não existe **qualquer tipo de prazo** temporal ou outro tipo de pressão para que atinja o nível seguinte: a **única condição é atingir número de vendas estabelecido**, demore um mês ou um ano!

O sistema regista **automaticamente** a utilização do seu cupão após uma compra ter sido **bem sucedida**. **Não tem de se preocupar com mais nada!** No final de cada mês ser-lhe-á facultado um **relatório** com o seu progresso.

Os **níveis de progressividade** são indicados pela tabela infra:

	Desconto do Cupão	Comissão de Venda	Vendas para nível o seguinte
Nível 1	10%	€ 2,0	10
Nível 2	10%	€ 2,5	20
Nível 3	15%	€ 3,0	40
Nível 4	15%	€ 3,5	80
Nível 5	20%	€ 4,0	(Max)

Pagamentos

Por forma a **simplificar** o processo e torná-lo **cómodo**, os pagamentos são, por defeito, **realizados mensalmente por MB WAY** (para o contacto fornecido por si), **simultaneamente** com o envio do relatório.

Contudo, **poderá solicitar** pagamentos semanais ou a cada acumulação de montante definido por si, por exemplo. **O pagamento será sempre registado no relatório mensal**, independentemente da periodicidade com que for realizado.

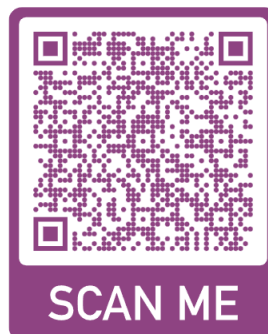
Caso **não pretenda** receber o pagamento por MB WAY, poderá o mesmo ser enviado por **transferência bancária**, mediante apresentação do **IBAN**, ou mesmo através de **outras plataformas**, como por exemplo a **REVOLUT**.

Dê a conhecer as suas **preferências de pagamento**. **As regras são suas!**



Considerações de Performance

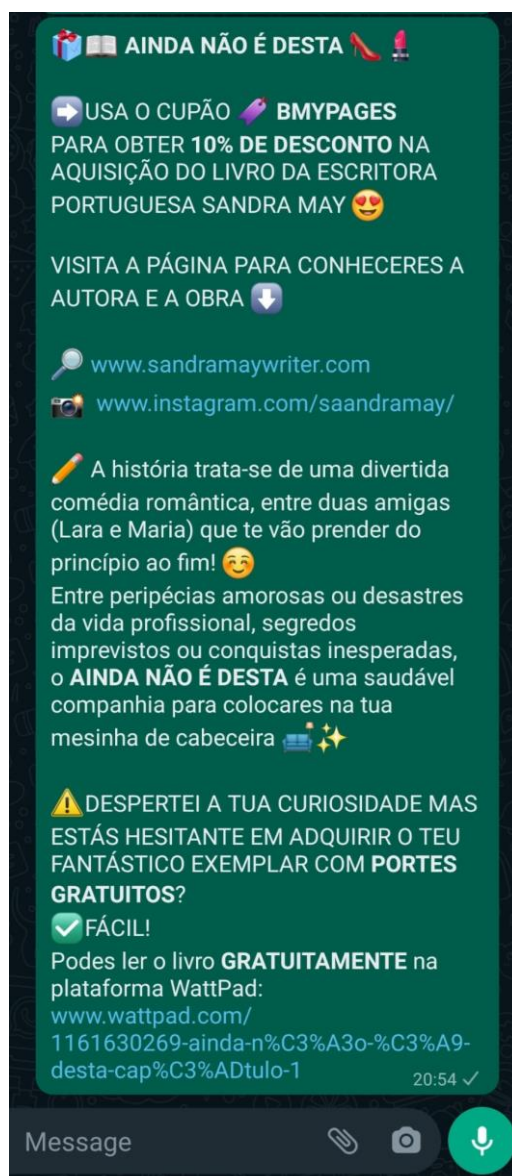
- **O seu cupão deve estar visível** na biografia dos seus perfis de redes sociais, constando também link para o site www.sandramaywriter.com ou diretamente para a **página do produto**, por forma a tornar **cómoda** e **intuitiva** a experiência do utilizador e consequentemente **aumentar a taxa de conversão**;
- **Publicações orgânicas esporádicas** sobre a obra, ou simplesmente a **partilha de conteúdo criado por terceiros**, é uma **excelente** forma para introduzir a obra ao seu público;
- Caso tenha um **Blog pessoal**, um **canal no YouTube**, publicação periódica em alguma **revista digital**, ou outro **instrumento alternativo**, pode **mencionar o seu cupão e o livro de formas mais originais**, como por exemplo um **QR Code**:



(Experimente pesquisar no Google por "QR Code Generator")

- **Evite utilizar abordagens agressivas** ou métodos semelhantes a **estratégias spam**. Nesses tipos de abordagens, para além da **taxa de conversão ser menor**, poderá **cansar** o seu público e mesmo **comprometer o seu conteúdo e perfil**. Evite que o cataloguem como "vendedor persistente". **Por vezes, "menos é mais"**;
- Na sequência do ponto anterior, **queira considerar** que a **emoção vence sempre a razão** no **ato da compra**. Os compradores tomam, inconscientemente, a maioria das decisões de compra **com base na forma como se sentem relativamente ao produto**. Oriente a sua abordagem **tendo por base esta permissa**;

- **Mostre-se disponível** para ajudar os leitores no **processo da compra**. Apesar de uma compra *online* ser considerado como algo trivial para a maior dos jovens, ainda tem subjacente **algum sentimento de desconfiança** para os **mais velhos**. Antagonicamente, **ainda são os mais velhos que mais têm o hábito de ler**. Neste sentido, mostrar **pronta disponibilidade** para auxílio no processo de compra poderá ser um **aspecto bastante positivo**. Por exemplo, poderá sugerir, em casos extremos, receber o pagamento em mão e realizar você a compra com o seu cupão. **Seja proativo!**
- **Para além das redes sociais**, aplicações de mensagens como **WhatsApp** ou **Telegram** têm sido também utilizadas com **bastante sucesso** nos últimos anos. Contudo, continua a ser um **método comumente negligenciado** apesar da **fácil utilização** e **capacidade de promover a proximidade** com os clientes. Eis um exemplo de *"banner"* que pode ser personalizado e enviado para os contactos:



Notas Finais

- **Apesar de um livro ser também um produto**, é, **acima de tudo**, uma **peça cultural** que enriquece o património de uma sociedade. Mais importante que qualquer venda, é a **promoção da cultura**. As vendas surgirão por acréscimo.
- Para efeitos de **perspetiva** e **enquadramento**, a comissão de venda praticada a partir do Nível 3 (inclusive) **representa um valor superior ao lucro da autora** Sandra May com a venda. É também **várias vezes superior** ao valor dos **pagamentos de direitos de autor** (considere-se cerca de 10%) sobre o valor de uma obra que um autor com livro publicado através de uma **editora tradicional** receberia.
- **No futuro**, outras obras ou produtos **poderão ser acrescentados ao Marketing de Afiliados de Sandra May**. Por enquanto, o sistema de cupões **ainda só** é aplicável ao **"Ainda não é Desta"**, contudo, **contamos com a sua ajuda** para obter **feedback** e o **seu envolvimento** na introdução de **melhorias!**



A Autora,

Sandra May

Gestor de Afiliados & Marketing

Nelson Bugalho

OBRIGADO !