

Jak działają programy afiliacyjne?

Tom Harris,
tłumaczenie Afilo
14.09.2007

Dzisiaj założenie strony internetowej nie stanowi dla nikogo, nawet dla laika, żadnego problemu. Założenie bloga to kilka minut i już można pisać, wstawiać zdjęcia. Wiele serwisów bezpłatnie oferuje możliwość zaistnienia w sieci poprzez tworzenie prostych stron WWW (tzw. wizytówek).

Zrobienie bardziej rozbudowanej strony także staje się coraz łatwiejsze. Mnóstwo serwisów internetowych oferuje możliwość kupienia domeny, wykupienia miejsca na serwerze i zainstalowanie prostego systemu do zarządzania treścią (tzw. CMS). Związane są z tym koszty: zakup domeny (od 1 zł do 100 zł), serwer wirtualny z łączem (od 100 do 1000 zł rocznie), prosty CMS lub sklep internetowy (około 500 zł).

Skoro inwestujemy w stronę pojawiają się nam pytania jak na niej zarobić. Jeśli mamy serwis tematyczny (np. o samochodach, o zespole muzycznym, o chodzeniu po górach) z ciekawą i bogatą treścią to jak możemy zarobić na użytkownikach, którzy go odwiedzają? Jeśli zaś otworzyliśmy sklep internetowy, to jak pozyskać klientów, którzy będą go odwiedzać i kupować oferowane przez nas produkty. Odpowiedzią na te pytania jest właśnie program afiliacyjny.

Czym są programy afiliacyjne?

W największym skrócie programy afiliacyjne, zwane również programami partnerskim są umowami, w których sprzedawca (reklamodawca) płaci właścicielowi witryny (Afiliantowi) prowizję za wygenerowanie ruchu. Na swojej witrynie afiliant umieszcza linki (odnośniki) do strony sprzedawcy (reklamodawcy) i otrzymuje wynagrodzenie zgodnie z umową zawartą ze sprzedawcą.

Rozliczenie takiej umowy opiera się zwykle o liczbę osób jakie witryna skieruje do strony sprzedawcy lub o liczbę osób jakie zostały skierowane na stronę sprzedawcy i dodatkowo kupiły jakiś produkt lub wykonały inną pożądaną przez sprzedawcę czynność (np. wypełniły formularz). Bardzo niewielka część umów dotyczy liczby osób, które zobaczyły reklamę (np. banner) sprzedawcy na stronie afilianta (i nic na niej nie zrobiły, nie kliknęły).

Rekrutowanie afiliantów jest doskonałym sposobem na sprzedaż produktów on-line, ale także może być to element niedrogiej i bardzo efektywnej strategii marketingowej. Jest to dobra droga, aby powiedzieć światu o istnieniu serwisu sprzedawcy.

W programie afiliacyjnym występują zawsze przynajmniej 3 strony

- klient
- witryna afilianta
- witryna sprzedawcy (reklamodawca)

Za pierwszy na świecie uznawany jest program afiliacyjny stworzony przez księgarnię Amazon.com. Jeff Bezos, prezes i założyciel Amazon.com także jako pierwszy zastosował program afiliacyjny jako część strategii marketingowej całego sklepu. Namawiał on afiliantów do zamieszczania linków do książek sprzedawanych przez Amazon.com, tak aby użytkownicy po kliknięciu mogli kupić wybraną książkę lub inny dowolny produkt z oferty Amazon. W zamian za to oferował procent od sprzedaży wygenerowanej w ten sposób. Afilianci przyprowadzali klientów, a Amazon robił resztę, czyli przyjmował zamówienie, pobierał pieniądze i dostarczał książkę (produkt) pod wskazany adres. Obecnie w programie uczestniczy ponad 1 mln afiliantów.

W ciągu ostatnich 3-4 lat programy afiliacyjne w Polsce rozwinęły się bardzo mocno. Dla wielu witryn, które nie sprzedają nic przez Internet (produkty, usługi on-line) programy afiliacyjne stanowią doskonałą drogę aby uczestniczyć w procesach e-commerce i czerpać z tego przychody.

Płatności

Istnieją trzy podstawowe modele płatności w programach afiliacyjnych:

- cost per click

Reklamodawca / sprzedawca płaci za każde kliknięcie i przejście unikalnego użytkownika na swoje strony internetowe (np. z produktami, które sprzedaje). Użytkownicy nie muszą niczego kupować ani robić na stronie reklamodawcy.

- cost per lead

Firmy stosujące takie programy afiliacyjne płacą swoim afiliantom na podstawie liczby osób, które wyraziły swoje zainteresowanie produktem czy usługą i zarejestrowały się, wypełniły formularz, etc. W praktyce oznacza to, że osoby takie wypełniając taki formularz podały kontakt do siebie (np., e-mail, telefon i/lub nazwisko). Firma ta następnie wykorzystuje takie „leady” (rekordy) do aktywowania sprzedaży.

- cost per sale

Przykładem takiego programu jest program partnerski księgarni Helion.pl, gdzie właściciel witryny (Afiliant), na której są linki do książek, otrzymuje wynagrodzenie w postaci prowizji od każdej sprzedanej książki, do której kupujący dotarł dzięki jego witrynie internetowej. Helion płaci % od sprzedanej książki, są także programy afiliacyjne w których sprzedawca płaci afiliantowi każdorazowo stałe wynagrodzenie, np. 80 zł.

W praktyce często stosuje się modele mieszane, gdzie sprzedawca płaci za generowany ruch, a dodatkowo wynagradza afiliantów za generowanie sprzedaży lub „leadów”. Są także jeszcze bardziej rozbudowane struktury wynagradzania.

Programy dwupoziomowe – te programy mają strukturę podobną do firm typu „network marketing” (np. Amway, Avon), gdzie prowizja składa się z dwóch części, pierwszej – prowizja za sprzedaż i drugiej wynagrodzenie za pozyskanie kolejnego afilianta (prowizja od sprzedaży pozyskanych przez siebie afiliantów). W świecie internetowym można podać przykład Google, jako firmy, która realizuje taki program dla Google AdSense.

Programy długoterminowe – Afilianci w takim programie mogą długoterminowo zarabiać pieniądze na aktywności użytkowników, których przyprowadzili do sprzedawcy. Wielu sprzedawców, którzy prowadzą sprzedaż abonamentową (np. stałe miesięczne opłaty) stosuje tego typu programy dla swoich afiliantów.

Dodatkowo istnieją programy typu cost per impression. Firmy uruchamiają takie programy i płacą za oglądanie swoich reklam, rozliczając się ze swoimi afiliantami na podstawie liczby osób, które zobaczyły ich bannery reklamowe. Zwykle taki rodzaj umowy nie jest klasyfikowany jako program afiliacyjny, a raczej jako tradycyjna reklama internetowa.

Podstawową przewagą programów afiliacyjnych na tradycyjną reklamą internetową jest to, że reklamodawca (sprzedawca) płaci tylko wtedy, gdy osiąga pożądaný uprzednio zdefiniowany rezultat. Tradycyjne kampanie reklamowe, które widzimy w Internecie są relatywnie ryzykowne dla tych którzy je zamawiają i kupują. Wydają oni pieniądze na podstawie badań użytkowników, licząc na to że efektywnie dotrą do odpowiedniej grupy celowej i zdobędą klientów. Jeżeli firma wydając pieniądze na reklamę nie zdobędzie wystarczającej liczby klientów i nie zarobi na nią, to musi tłumaczyć się budowaniem świadomości marki zapłacić za to niepowodzenie. W programie afiliacyjnym sprzedawca (reklamodawca) płaci tylko tym afiliantom, u których jego program afiliacyjny sprawnie działa. Ryzyko rozszerzania programu afiliacyjnego przez sprzedawcę (reklamodawcę) jest bardzo niskie, dlatego wydawcy, właścicielowi witryny, znacznie łatwiej jest zachęcić reklamodawcę do skorzystania z programu afiliacyjnego niż przekonać go do kupienia reklamy. Jest to szansa na zarabianie pieniędzy dla wielu niszowych witryn, a także dla witryn dużych, które dzięki zaufaniu do swojej marki mogą skuteczniej generować sprzedaż.

Jak zarządza się programami afiliacyjnymi?

Programy afiliacyjne są raczej prostą koncepcją, ale wymagają zaawansowanej technologii, która zalicza poszczególne aktywności do afiliantów i rozlicza całość prowadzonych działań. Ktoś musi rozliczać kampanie, ktoś musi pozyskiwać afiliantów, ktoś musi przekonywać reklamodawców. W zależności od rodzaju programu afiliacyjnego, ktoś musi arbitralnie zmierzyć:

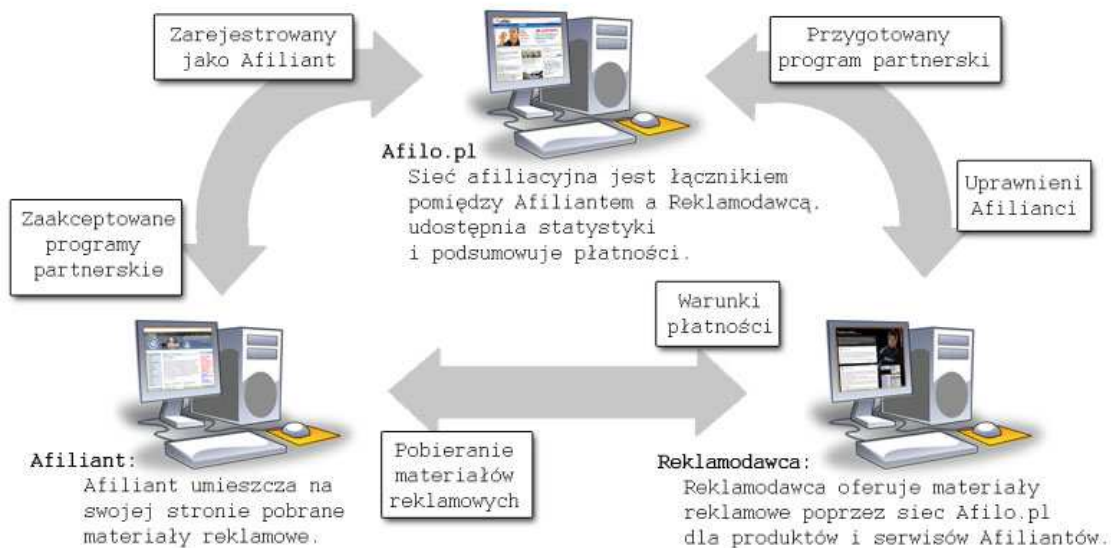
- ile było osób, które kliknęły w link reklamodawcy na każdej z afiliowanych witryn
- ile było osób, które dokończyły proces zakupu on-line produktu oferowanego przez reklamodawcę (sprzedawcę) lub wykonało inne określone programem działania (akcje).
- ile osób zobaczyło banner (lub inną reklamę) reklamodawcy na witrynach afiliantów

Ktoś także musi wyliczać prowizje i wypłacać wynagrodzenia dla afiliantów. Często są ich setki, a nawet tysiące. Jest więc wiele pracy po stronie sprzedawców (reklamodawców) aby prowadzić i efektywnie zarządzać swoim programem afiliacyjnym. Mimo to wiele firm, takich jak np. merlin.pl decyduje się na prowadzenie swojego programu afiliacyjnego (partnerskiego), kalkulując, że opłaca im się dedykować odpowiednie zasoby na zarządzanie i obsługę. Jednak dla wielu firm okazuje się to zbyt czasochłonne i skomplikowane. Witryny zaś nie zawsze są skłonne wierzyć sprzedawcom (reklamodawcom) w raporty dotyczące sprzedaży czy ilości wypełnionych formularzy.

Dlatego właśnie powstały sieci programów afiliacyjnych, które rozwiązują powyższe problemy i niedogodności.

Sieci Afiliacyjne

Sieci afiliacyjne, lub jak kto woli „brokerzy programów afiliacyjnych” organizują i obsługują cały proces programów afiliacyjnych, działają jako mediatorzy pomiędzy sprzedawcami i afiliantami. Dzięki posiadanej technologii mierzą wszystkie odsłony, kliknięcia, akcje, ilość sprzedaży, rozliczają i realizują płatności, sprzedawcom pomagają wybrać i założyć program afiliacyjny, witrynom (afiliatom) zaś pomagają zainstalować odpowiednie linki na ich serwisach. Dodatkowo sieci afiliacyjne pomagają sprzedawcom w rekrutacji afiliantów poprzez włączenie programów afiliacyjnych sprzedawcy do swojej oferty skierowanej do afiliantów. Różne sieci reklamowe mają różne dodatkowe usługi, wszystkie zaś oferują centrum pomocy i jedno miejsce gdzie sprzedawcy i afilianci mogą obejrzeć raporty ze swoich działań.



Sieci afiliacyjne stanowią niezwykłą wygodę dla potencjalnych afiliantów, gdzie w jednym miejscu agregują ofertę wielu różnych programów afiliacyjnych. Dzięki temu afilianci mogą zdecydowanie łatwiej i szybciej znaleźć odpowiednie dla siebie programy afiliacyjne.

W zamian za organizowanie całej sprzedaży i statystyk sieci afiliacyjne pobierają prowizję od każdej transakcji. Zwykle jest to około 25%.

Dla kogo są programy afiliacyjne?

Większość sieci afiliacyjnych nie podpisuje umów z witrynami zawierającymi „agresywne” treści (np. erotyka, porno, treści niedozwolone), to jedyne ograniczenie. Można więc stwierdzić, że programy afiliacyjne są dla każdego. Mimo, że zwykle się ich określa sprzedawcami, to reklamodawcy korzystający z programów afiliacyjnych nie muszą nawet niczego sprzedawać, wystarczy, że określą mierzalną akcję (czynność) za którą są gotowi zapłacić wymierne pieniądze. Wiele witryn,

zawierających wartościowe tematyczne treści czerpie większość swoich przychodów ze sprzedaży reklam internetowych reklamodawców zachęconych dużą oglądalnością tych witryn. Programy typu pay per click są znakomitym rozwiązaniem dla zwiększenia ruchu na takim serwisie (w Polsce robił to Bankier.pl)

Afiliantami mogą być zarówno ogromne witryny tematyczne, jak i małe witryny prywatne lub firmowe. W zasadzie każda witryna może przyłączyć się do programu afiliacyjnego.

Jak przyłączyć się do programu afiliacyjnego?

Pierwszą rzeczą jaką należy określić to czy chcemy być sprzedawcą czy afiliantem, czy może i jednym i drugim. Jeśli prowadzimy sklep internetowy, to chcąc zwiększyć swoją sprzedaż możemy chcieć założyć swój program afiliacyjny. Jeśli prowadzimy niewielką witrynę tematyczną, to pewnie przystąpimy do programu jako afiliant, żeby zarobić trochę pieniędzy na utrzymanie serwisu (hosting, etc.)

Na polskim rynku jest kilka sieci afiliacyjnych. Najbardziej znane to tradedoubler.com i afilo.pl. Oferują one reklamodawcom pomoc w zarządzaniu programami afiliacyjnymi, a witrynom dają realne przychody z reklamy.

W celu przystąpienia do sieci jako afiliant należy wypełnić prosty formularz kontaktowy (nazwa, adres, rodzaj płatności) z informacją o witrynie (URL, nazwa, opis treści serwisu) następnie wybrać programy afiliacyjne, w których chce się uczestniczyć (np. pośrednictwo w sprzedaży książek, itp.)

Po wybraniu programów poszczególni sprzedawcy mają czas na zapoznanie się z naszą witryną i wyrażenie zgody (aprobaty) na przystąpienie naszej witryny do ich programu. Jeśli nasza witryna zostanie zaakceptowana, wówczas sieć afiliacyjna przeprowadzi nas przez proces instalowania linków do witryn sprzedawców. Sieć zadba o ustalenie zasad i sposobu płatności. Większość sieci afiliacyjnych ustala minimalny poziom wypłacanego wynagrodzenia (np. 300 zł) oznacza to że sieć nie wypłaci wynagrodzenia dotąd dopóki nie zostanie osiągnięta ta kwota. Jest to podyktowane tym, że w większości przypadków opłaty za poszczególne działania są bardzo niskie i koszty związane z obsługą transakcji płatności przewyższałyby samą płatność. Po ustawieniu linków możemy wracać do budowania kontentu i rozwoju witryny. Otrzymane od sieci login i hasło pozwalają nam na bieżąco śledzić skuteczność wybranych przez nas programów afiliacyjnych i poszczególnych form reklamowych w nich zawartych.

Zdobywanie afiliantów

Jeśli jesteś sprzedawcą i chcesz sprzedawać więcej to przystąpienie do sieci afiliacyjnej wydaje się być najbardziej rozsądną decyzją. Nie ryzykując wiele możesz zwiększyć sprzedaż i zyskać wielu nowych klientów. Sieć afiliacyjna pomoże w założeniu programu afiliacyjnego i zajmie się rekrutacją afiliantów. W celu przystąpienia do sieci należy wypełnić aplikację opisującą rodzaj i naturę prowadzonego przez nas biznesu. Przystępując do sieci będziemy musieli zaakceptować regulamin i warunki współpracy oraz zwykle złożyć w depozycie pieniądze na poczet przyszłych wypłat dla afiliantów. Koszt przystąpienia składa się zwykle z dwóch części: jednorazowej opłaty za przystąpienie oraz depozytu na poczet przyszłych wypłat. Niektóre sieci afiliacyjne pobierają także roczną opłatę za korzystanie z ich sieci. Na świecie najbardziej prestiżowe sieci afiliacyjne pobierają opłaty za

przystąpienie w wysokości od 2000\$ do 10 000\$. Sieć pobiera także opłaty od każdej wypłaty dla afiliantów. W zamian sieć pomoże założyć program afiliacyjny i rozdystrybuować linki do odpowiednich afiliantów. Sprzedawca może akceptować każdego afilianta z osobna, który chce przystąpić do jego programu, może też ustawić automatyczne akceptowanie wszystkich chętnych.

Metody linkowania

Witryna afilianta może kierować do strony sprzedawcy na kilka różnych sposobów. Najlepsza metoda zależy od rodzaju witryny afilianta i natury produktów i witryny sprzedawcy. Odpowiedni rodzaj linkowania jest stosowany indywidualnie dla każdego sprzedawcy.

Podstawowe sposoby linkowania:

Linki tekstowe

Zaletą linków tekstowych jest fakt, że doskonale wkomponowują się w witrynę afilianta i nie wyglądają one jak klasyczna reklama. Dla wielu witryn afiliacyjnych jest to najpopularniejsza metoda linkowania do stron sprzedawców.

Formy graficzne

czyli wszelkiej maści bandery reklamowe, śródtekstowe, buttony, sky scrapery, nawet agresywne formy wyskakujące jak brandmark. Są stosowane gdy reklama tekstowa nie wystarcza, aby skutecznie zainteresować potencjalnych klientów.

Pola wyszukiwania

ten rodzaj linków pozwala gościom witryny afiliacyjnej na zdalne przeszukanie bazy danych (np. oferty) na innej witrynie (sprzedawcy). Rezultaty wyszukiwania znajdują się na stronie innej niż afilianta (np. na stronie sprzedawcy).

Powyższe linki są wykorzystywane przez programy afiliacyjne na kilka różnych sposobów:

Link do strony głównej

to bezpośredni link do strony głównej sprzedawcy. Jeżeli afiliant chce zaprezentować swoim użytkownikom witrynę sprzedawcy ogólnie, to jest to najlepsza metoda na wykonanie tego.

Link do konkretnego produktu

W przypadku, gdy witryna afiliacyjna chce sprzedawać jedynie wybrane produkty z oferty sprzedawcy (np. fan klub zespołu muzycznego Queen będzie chciał sprzedawać płyty CD, DVD i książki poświęcone tylko temu zespołowi). Bezpośrednie linkowanie ułatwia sprawę kupującemu i upraszcza proces zakupu.

Fronty sklepów

Jeżeli witryna afilianta chce zaoferować swoim użytkownikom szeroką gamę produktów sprzedawcy to wówczas może stworzyć front witryny sklepowej. Fronty witryn są utrzymywane przez witryny sprzedawców (często wspólnie z sieciami afiliacyjnymi). Sprzedawca może samodzielnie zmieniać produkty, jakie są prezentowane użytkownikom poszczególnych afiliantów. Niektórzy sprzedawcy idą dalej i pozwalają afiliantom zarządzać wyglądem frontu sklepowego i decydować o wyborze oferowanych produktów.

Co-branding

W niektórych programach afiliacyjnych, afilianci mogą zachować swoje corporate identity do samego zakończenia transakcji zakupu produktu przez klienta. Po kliknięciu w link produktu witryna sprzedawcy przejmuje obsługę, ale jest zaprojektowana w szablonie witryny afilianta, z zachowaniem kolorystyki oraz logo afilianta. Dopóki użytkownik nie sprawdzi dokładnie adresów URL, to prawdopodobnie nawet się nie zorientuje, że jest na stronach sprzedawcy.

Rejestracje

witryna afilianta może kierować bezpośrednio do formularza rejestracyjnego na witrynie sprzedawcy. W przypadku reklamy graficznej początek lub cały formularz rejestracyjny może znajdować się w reklamie. Wówczas użytkownik może dokonać rejestracji bez opuszczania witryny afilianta.

Technologia

Skąd sieci afiliacyjne wiedzą, że użytkownik wszedł na stronę afilianta, kliknął w link, przeszedł na stronę sprzedawcy i sfinalizował zakup produktu? Obecna technologia pozwala na rejestrowanie takich zdarzeń z wykorzystaniem odpowiedniego oprogramowania do zarządzania siecią afiliacyjną.

W większości przypadków po kliknięciu w link użytkownik nie idzie od razu na stronę sprzedawcy, a przechodzi szybko przez adres url sieci afiliacyjnej, gdzie zostawia informacje o sobie:

- numer identyfikacyjny afilianta
- numer identyfikacyjny sprzedawcy
- adres URL sprzedawcy
- numer identyfikacyjny użytkownika (cookies)

Kiedy użytkownik klika w link, sieć rejestruje to i kieruje na odpowiedni adres URL witryny sprzedawcy. Dzieje się to tak szybko, że użytkownik nie widzi żadnych stron ani adresów pochodzących od sieci afiliacyjnej i szybko łąduje na stronie sprzedawcy. Jednak jeśli przesuniesz kursor myszy na link z sieci afiliacyjnej to zwykle zobaczysz pełny adres kierujący nie do witryny sprzedawcy, a właśnie na serwer sieci afiliacyjnej.

Obecnie technologia poszła zdecydowanie naprzód i jest już na rynku dostępne oprogramowanie, które pozwala śledzić działania bez konieczności linkowania poprzez adres serwera sieci afiliacyjnej. Koinikaty do serwera sieci afiliacyjnej są wysyłane z chwilą gdy użytkownik klika w odpowiedni link na stronie, ale link jest „czysty”, pozbawiony przekserowania przez serwer sieciowy. Dzięki takiemu rozwiązaniu organizowanie programów afiliacyjnych z wykorzystaniem sieci staje się znakomitym elementem kampanii w wyszukiwarkach, bo takie „czyste” linkowanie podnosi pozycję witryny sprzedawcy w naturalnych wynikach wyszukiwania (np. w Google).

Co sprawia, że programy afiliacyjne odnoszą sukces?

Program afiliacyjny Amazon.com osiągnął tak ogromny sukces ponieważ efektywnie łączy sprzedaż z kontentem i buduje przewagę na sile marki Amazon.com wspólnie z afiliantami. Wszyscy ludzie mogą kupować książki on-line, ponieważ Amazon.com posiada tak szeroki asortyment. Samodzielnie Amazon może dotrzeć do wielu z tych ludzi, ale z pewnością pozostanie ogromna rzesza ludzi, którzy

nie mieliby okazji zapoznania się z ich ofertą i nie pomyśleliby o zakupach w Amazon, gdyby nie programy afiliacyjne.

Inny przykład, inna dziedzina, np. mechanik samochodowy, nie brzmi jak osoba, która chętnie czyta książki, jednakże chętnie i często przegląda witryny związane z tematem np. naprawy silników. Jeżeli jego ulubiona witryna o naprawie samochodów zarekomenduje mu książkę z przykładami i rozwiązaniami problemów to taka osoba prawdopodobnie chętnie kupi taką książkę. Jeżeli witryna skieruje go do księgarni Amazon, to Amazon zdobywa klienta, który prawdopodobnie nigdy by do niej nie trafił bez takiego polecenia. Jeżeli klient jest zadowolony z zakupionej książki to prawdopodobnie wróci i będzie szukać kolejnych książek na swojej ulubionej witrynie.

Czy to oznacza, że witryna o naprawie samochodów godząc się na prowizję za sprzedaż dostaje tylko „grosiki” z całego biznesu? Wcale nie. Głównym interesem witryny o naprawie samochodów jest zdobywanie coraz to większej liczby użytkowników poprzez rozbudowę wartościowego kontentu (pisanie nowych artykułów, zestawień, etc.) Sprzedawanie produktów przez Internet nie jest łatwym kawałkiem chleba i wymaga dużego zaangażowania czasu i pieniędzy. Dla witryny, która nie chce angażować swoich zasobów do sprzedaży książek, ale która wie, że jej użytkownicy chętnie kupiliby pewne książki, Amazon zaoferował ciekawą i atrakcyjną umowę. Efektywnie, witryna afiliacyjna zarabia pieniądze ze sprzedaży książek nie mając tych książek ani żadnego zaplecza do ich magazynowania, pakowania, czy wysyłania. Wszystko co musi zrobić webmaster takiej witryny to dobrze umieścić linki do książek, które chce sprzedawać.

Programy afiliacyjne działają najlepiej wtedy, gdy afiliant wybiera do sprzedaży takie produkty, czy usługi, które zainteresują jego użytkowników. Jeśli afiliant wybierze programy afiliacyjne w sposób właściwy, to wygrywają wszyscy zaangażowani w ten proces. Afiliant wygrywa, bo generuje sprzedaż do swoich użytkowników bez posiadania żadnego zaplecza ani nawet sprzedawanych produktów. Sieć afiliacyjna wygrywa, ponieważ zarabia prowizję za zorganizowanie całego procesu. Sprzedawca także wygrywa, bo sprzedaje swoje produkty i usługi. Wreszcie sam użytkownik także wygrywa, bo na swojej ulubionej witrynie znajduje produkty, które spełniają jego oczekiwania i pasują do jego zainteresowań i może je w łatwy sposób kupić.

Jeśli afiliant wybierze programy afiliacyjne, które nie pasują do tematyki poruszanej na witrynie, to prawdopodobnie nie zarobi wielkich pieniędzy. Ponieważ przystąpienie do programu jest zwykle darmowe, to wielu afiliantów przyłącza się do masy programów afiliacyjnych i liczy, że dzięki masie zarobią większe pieniądze. Z tego powodu często witryna afiliacyjna wygląda jak jedna wielka reklamowa choinka. To z kolei denerwuje użytkowników tej witryny i traci ona podwójnie. Z jednej strony nie zarabia na ogromnej ilości emitowanych reklam, a z drugiej irytuje swoich użytkowników, którzy mogą przejść na konkurencyjne witryny o podobnej treści.

Główną wartością witryny afiliacyjnej jest jej kontent, odwiedziny użytkowników i wiedza na temat tego co oni lubią a czego nie, dlatego znacznie lepszą strategią jest wykorzystanie tej wiedzy do wybrania kilku programów afiliacyjnych i skupieniu się na polepszaniu skuteczności w ich realizacji.