



La guía definitiva para aumentar las comisiones de los afiliados

KINSTA



Para obtener más información sobre cómo hacer crecer tu sitio web y tu negocio, escanea el código QR anterior o navega a

<https://kinsta.com/es/ebooks/>

Publicado por **KINSTA**

La guía definitiva para aumentar las comisiones de los afiliados

La guía definitiva para aumentar las comisiones de los afiliados

Contenido

Introducción	7
---------------------	----------

CAPÍTULO 1

Marketing de afiliación 101	8
El marketing de afiliación en pocas palabras	8
Modelos de negocio de afiliación	9
Modelo de marketing de influencers	9
Modelo de marketing centrado en un nicho	11
Modelo de marketing centrado en la localización	12
Modelo de marketing "Mega-Mall"	13
Divulgaciones de afiliados	15
¿Cómo redactar una divulgación de afiliación?	16
Programa de afiliados de Kinsta	17

CAPÍTULO 2

Marketing de contenidos	19
Crea o actualiza tu página web de herramientas	19
Escribe o actualiza los comentarios del producto	20
Crear páginas comparativas y listículos, o un híbrido de ambos	23
Iniciar un Podcast	25
Reutilizar el contenido existente	26
Aumenta tu presencia en Quora	28
Vuelve a publicar tu contenido en Medium y LinkedIn	29

CAPÍTULO 3

Optimización y métrica de la conversión	31
Utilizar indicadores clave de rendimiento (KPI) para controlar el éxito	31
Utilizar las pruebas A/B para identificar tu contenido de mayor rendimiento	33
Enlazar con las páginas de aterrizaje optimizadas para la conversión	34
Dirigir el tráfico a sitios localizados	36
Añadir llamadas a la acción (CTA) a tus artículos de formato largo	38
Añadir nuevos comerciantes a los contenidos antiguos	39
Encubrir tus enlaces de afiliación	40

CAPÍTULO 4

Marketing en redes sociales	41
Utilizar los perfiles empresariales	41
Reutilizar tu contenido en las distintas plataformas	42
Monetizar tu contenido de vídeo para obtener ingresos adicionales	43
Crear o unirse a un grupo de Facebook	45
Elegir los canales adecuados para tu audiencia	47

CAPÍTULO 5

Marketing por correo electrónico	48
Elegir el software de marketing por correo electrónico adecuado (no de tu host)	48
Construir una sólida lista de suscriptores	50
Haz que tu mensaje sea breve y amable	53
Elabora la línea de asunto perfecta	53
Comprométete con tu audiencia	53
Añadir la función de compartir en redes sociales a tus correos electrónicos	54
Incluye una sólida llamada a la acción	55
No agobies a tus suscriptores	57
Probar, medir y repetir	58

CAPÍTULO 6

Optimización de los motores de búsqueda	59
Investigar las palabras clave	61
Utilizar siempre una palabra clave de enfoque	62
Incluir tu palabra clave en el primer párrafo	64
Prestar atención al recuento de palabras	65
Utilizar etiquetas de encabezamiento adecuadas	67
Seguimiento de tus rankings de palabras clave	69
Escribir meta descripciones para aumentar el porcentaje de clics	70
Nombra tus archivos de imagen de forma inteligente y añade texto alternativo	71
Publicar contenido siempre perdurable	72
Añadir el atributo de patrocinio en los enlaces de afiliación	73

CAPÍTULO 7

Recursos comerciales	74
Utilizar los recursos de marketing comercial	74
Únete a grupos de la Comunidad Comercial	75
Promover los descuentos de la marca	76
Conclusión	77

Introducción

El marketing de afiliación es una gran manera de aumentar tus ingresos pasivos, pero no está exento de desafíos. Para conseguir unos ingresos mensuales lucrativos, necesitas una buena dosis de estrategia para optimizar tus esfuerzos y aumentar tus ventas de afiliación.

Hemos recopilado consejos de ventas de afiliados probados que puedes implementar para ampliar tus audiencias, maximizar tus esfuerzos, construir tu autoridad y aumentar tus ingresos pasivos.

Estos consejos son útiles para todos los afiliados, independientemente del programa o la marca con la que trabajen.

Marketing de afiliación 101

Para aumentar tus ventas de afiliación, primero debes entender el marketing de afiliación.

El marketing de afiliación en pocas palabras

El **marketing de afiliación** es un modelo de negocio en el que un afiliado promueve productos o servicios en nombre de un comerciante. El afiliado gana un porcentaje o una tasa acordada por cada venta generada a través del código de seguimiento único del afiliado.

Hay cuatro componentes que conforman el modelo de afiliación:

Comerciantes

Los comerciantes son los que crean el producto o servicio. Existen en todos los sectores y en todos los tamaños de empresas.

Afiliados

Los afiliados, también conocidos como editores, son los que promueven, atraen y convencen a los clientes potenciales del valor de los productos o servicios del comerciante para finalmente conseguir una venta.

Los afiliados no son solo blogueros o influencers; también pueden ser empresas. Por ejemplo, una agencia web puede recibir una comisión cada vez que un cliente se registre en una herramienta SEO que tenga un programa de afiliados.

Consumidores

Los consumidores son los que compran los productos o servicios a través del enlace único de un afiliado.

Redes

Una red actúa como intermediario entre el afiliado y el comerciante. Los comerciantes utilizan las redes de afiliados para gestionar su programa de afiliados y su base de datos de productos. A través de la red, los afiliados pueden elegir los productos que quieren promocionar.

Algunos ejemplos de redes de afiliados son Commission Junction, ShareASale y ClickBank.

Algunos comerciantes, como Kinsta, crearon su propia plataforma para adaptarse mejor a las necesidades. A continuación, te explicamos por qué hemos desplegado [nuestro propio sistema de afiliados](#).

Modelos de negocio de afiliación

Con los cuatro componentes del marketing de afiliación vienen [diferentes modelos de negocio de afiliación](#).

Modelo de marketing de influencers

Diseñado para bloggers, YouTubers, podcasters y personas influyentes en las redes sociales.

Este modelo se ha convertido en un enfoque popular, ya que cada vez más consumidores prefieren las recomendaciones de sus compañeros en lugar de los anuncios tradicionales. En este

modelo, un influencer promocionará un producto y ganará dinero cuando sus seguidores realicen una compra a través de sus enlaces de afiliación.

Este modelo es útil para grandes nombres como el YouTuber PewDiePie y el streamer de Twitch [Ninja](#), así como para pequeños creadores de contenido.

En el siguiente ejemplo, la influencer Ailsa de [@_happygocurly_](#) obtiene ingresos por afiliación etiquetando productos en la aplicación Like To Know It (LTK).



[@_happygocurly_](#) recibe ingresos de afiliados a través de la aplicación LTK.

Beneficios

A medida que la audiencia de un influencer se amplía, también lo hacen sus ventas. Además, los influencers suelen obtener mejores comisiones porque son capaces de realizar un gran número de ventas en un corto periodo de tiempo.

Desafíos

Aunque hay cierto margen de maniobra, los influencers necesitan servir constantemente a sus seguidores y proporcionarles la información y el contenido que desean.

Modelo de marketing centrado en un nicho

Diseñado para bloggers, propietarios de sitios web, expertos en nichos de mercado y técnicos.

Este modelo es posiblemente el más popular, ya que es el más fácil de empezar. Todo lo que necesitas es un sitio web o un blog dirigido a un grupo específico de usuarios.

Mi sitio - [Web Hosting Secret Revealed \(WHSR\)](#) - es un ejemplo de un modelo centrado en un nicho, ya que se centra exclusivamente en el mercado del alojamiento. Gran parte del contenido que se crea en WHSR está orientado a resolver y proporcionar soluciones para los servicios relacionados con el alojamiento web, lo que lo convierte en una plataforma natural para los proveedores de alojamiento con programas de afiliación.

Por supuesto, no soy el único que ha tenido éxito con este tipo de modelo. Muchos influencers son conocidos por construir sus sitios web alrededor de nichos de mercado. Algunos de los nombres más importantes de los que estoy seguro que has oído hablar son Pat Flynn ([Smart Passive Income](#)), Mark Wiens ([Migrationology](#)) y Darren Rowse ([Probblogger](#)).



Jerry Low,
Fundador de [Web Hosting Secret Revealed](#)

Beneficios

La barrera de entrada es baja y no es necesario ser un experto en la materia. Todo lo que necesitas es un sitio web decente y habilidades de investigación.

Desafíos

Como la barrera de entrada es tan baja, es un modelo competitivo lleno de profesionales del marketing de afiliación. Puede costar algo de trabajo establecer una presencia, crear una audiencia y conseguir el tráfico web necesario para realizar ventas constantes.

Modelo de marketing centrado en la localización

Diseñado para bloggers, propietarios de sitios web, expertos en nichos y nicho de mercado y expertos técnicos.

Este modelo es similar al anterior, pero con el enfoque añadido de la ubicación. Esto incluye a menudo hacer negocios en el idioma local con comunidades que no hablan ni leen inglés.

[Access Trade](#) en Vietnam es un gran ejemplo. Sus afiliados obtienen enormes beneficios vendiendo productos y servicios dirigidos a la población vietnamita.



Acceso a la página web de [Access Trade](#)

Beneficios

Este modelo tiene una baja barrera de entrada y puede ser menos competitivo dependiendo de la ubicación.

Desafíos

Dada la naturaleza específica de este modelo, los afiliados tendrán un tamaño de mercado limitado para trabajar y crecer.

Modelo de marketing “Mega-Mall”

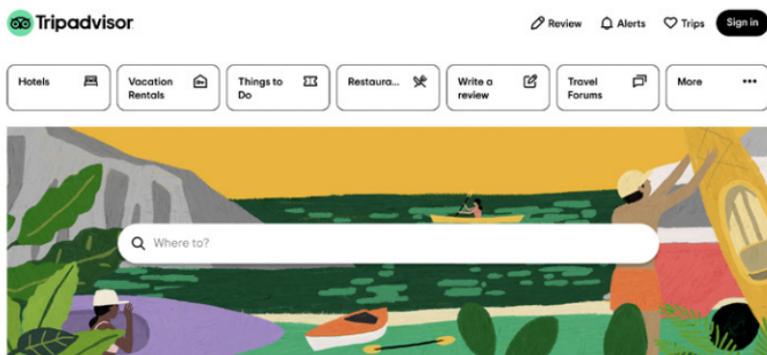
Diseñado para las nuevas empresas, los afiliados bien financiados, las empresas de medios de comunicación y más.

A medida que el sector de la afiliación crezca, seguirán apareciendo gigantes del marketing de afiliación que perturbarán el panorama y el ecosistema empresarial actuales.

Este modelo está en aumento debido a:

1. Afiliados más pequeños que evolucionan hacia un negocio más grande.
2. El aumento de las compras en línea en cada vez más países.
3. Capitalistas de riesgo que invierten en startups debido al potencial lucrativo del marketing de afiliación.

[MoneySuperMarket](#) es uno de los mayores negocios de afiliación y ha tenido un inmenso éxito desde su lanzamiento a principios de la década de 2000. Hoy en día, su fundador Simon Justin Nixon es un multimillonario reconocido.



Página de inicio de [Tripadvisor](#)

[Tripadvisor](#) también es un negocio de afiliación. Obtiene dinero a través de asociaciones de afiliación con empresas de viajes y hoteles. Los [estudios demuestran](#) que el 77% de sus ingresos procede de la publicidad basada en clics (afiliación CPA) y que TripAdvisor influyó en un 10,3% (aproximadamente 546.000 millones de dólares) del gasto mundial en viajes.

Beneficios

No hace falta decir que este modelo tiene el potencial de hacer mucho dinero.

Desafíos

A menos que tengas un inversor providencial o te hayas asegurado el respaldo de los capitalistas de riesgo, es probable que no puedas conseguir a corto plazo un negocio de marketing de afiliación de gran envergadura.

Divulgaciones de afiliados

Antes de empezar a promocionar enlaces de afiliados, hay una última cosa que debes tener en cuenta: las divulgaciones de los afiliados.

Una **divulgación de afiliación** es un breve aviso cerca de la colocación de un producto que explica qué es el marketing de afiliación y que se le paga por hacer esa recomendación. No incluir una divulgación es ilegal y podría acarrear problemas con el programa de afiliación del comerciante. Estas directrices se aplican a los blogs, las publicaciones en las redes sociales, los vídeos, los podcasts y todas las formas de publicidad digital.

Dado que los afiliados como tú tienen influencia sobre las compras de sus usuarios, la FTC ha creado **directrices sobre la divulgación en línea** para ayudar a distinguir entre la colocación de productos que se paga y la que se hace sin ningún incentivo.

Aunque las directrices de la FTC solo se aplican a los Estados Unidos, otros países como el **Reino Unido y Canadá** tienen leyes similares. Y

aunque la UE no parece tener una ley que exija la divulgación de información, dependiendo de la información que recopile de los clientes, el [GDPR puede afectar a tu programa de afiliación](#).

Además, si te unes a un programa de afiliados con sede en EE.UU., es probable que las directrices te exijan que incluyas divulgaciones aunque no vivas en un país con leyes similares. Si no estás seguro, lo mejor es que incluyas una.

¿Cómo redactar una divulgación de afiliación?

Las divulgaciones de los afiliados pueden redactarse casi de cualquier manera, siempre que cumplan dos cosas:

1. Identifica un enlace como enlace de afiliación.
2. Explica qué es y qué hace por ti.

Esto puede ser tan detallado como una explicación completa de lo que implican los programas de afiliación y por qué eliges estas asociaciones, o tan breve como una nota de una sola frase que identifique el enlace y diga que te pagan cuando tu público compra en él.

La divulgación de los enlaces que conducen a ella debe ser claramente visible y no estar oculta en la página con un colorido muy claro o un texto diminuto e ilegible.

Así es como [aThemes](#) escribió su divulgación de afiliación para este [artículo sobre temas de WooCommerce](#):

“Divulgación: Algunos de los enlaces en este post son enlaces de afiliados, lo que significa que si haces clic en uno de los enlaces y

compras un artículo, podemos recibir una comisión. Sin embargo, todas las opiniones son nuestras y no aceptamos pagos por reseñas positivas.

Disclosure: Some of the links in this post are affiliate links, meaning that if you click on one of the links and purchase an item, we may receive a commission. All opinions however are our own and we do not accept payments for positive reviews.

Divulgación de los afiliados de [aThemes](#)

Programa de Afiliados da Kinsta

Si eres un cliente de Kinsta o simplemente un emprendedor online que busca diversificar sus flujos de ingresos, [el programa de afiliados de Kinsta](#) es una gran manera de ganar dinero extra mientras recomiendas alojamiento WordPress de primer nivel.

He trabajado con innumerables hosts. Muchos de ellos tienen programas de afiliación, pero la mayoría son pagos únicos y, por tanto, poco atractivos. Si estoy ayudando a una empresa a crecer y a generar ingresos recurrentes, ¿no es justo que se me recompense por la recomendación siempre que ese cliente siga utilizando el servicio por el que paga cada mes? Kinsta pensó en esta equidad de afiliación y es el único modelo de afiliación de alojamiento de sitios web que se debe utilizar si se quiere tener una verdadera colaboración con los desarrolladores que le ayudan a crecer y prosperar.



Mike Andreasen,

Engenheiro/fundador sênior de desempenho da
[WP Bullet](#), [@wp_bullet](#)

Dependiendo del plan, los afiliados de Kinsta pueden ganar hasta \$500 USD con cada referencia. También reciben una comisión mensual adicional del 10% durante toda la vida del cliente referido. Dado que la tasa de rotación de Kinsta es inferior al 4%, los afiliados de Kinsta pueden disfrutar de unos ingresos mensuales constantes a través de sus referidos.

Conoce el Programa de Afiliados de Kinsta en este vídeo de 3 minutos:



[Aplica al Programa de Afiliados de Kinsta](#)



Marketing de contenidos

A menudo oirás hablar de los afiliados como creadores de contenido. Esto se debe a que no puedes limitarte a tener una lista de enlaces de afiliados en tu sitio y esperar que los usuarios hagan clic en ellos. Tienes que crear contenido en torno a los productos y servicios con los que te asocias.

El marketing de contenidos es la creación de contenidos relevantes, entretenidos, convincentes y valiosos. No solo impulsa el tráfico del sitio web, sino que también establece la autoridad de un afiliado a través de la formación.

Aquí tienes algunos formatos comprobados que puedes utilizar para atraer tráfico a tu sitio, aumentar las conversiones y crear autoridad.

Crea o actualiza tu página web de herramientas

Independientemente del tamaño de tu audiencia, una página web con una lista de tus herramientas y servicios de referencia ayudará a tus seguidores, especialmente si es un afiliado centrado en un nicho.

Aumenta tus posibilidades de realizar una venta de afiliación enlazando tu lista de herramientas a páginas optimizadas para la conversión (más adelante se hablará de ello) o a otros contenidos

útiles, como tus reseñas personales y artículos de comparación. Manténlo actualizado y fácilmente accesible para los lectores.

Es importante enlazar con tu página de herramientas en la navegación de tu sitio. De esta manera, puedes conseguir más miradas en los productos/servicios que recomiendas para aumentar tus ganancias de afiliación.

Cuando se trata de tu página de herramientas, menos es más. Céntrate únicamente en los productos/servicios que te generan más ingresos por afiliación.



Brian Jackson,
Cofundador de [forgemedia](#), [@brianleejackson](#)

woorkup About Tools Deals Plugins Speed Up Q

Tools

Below is an always update to date list of services and plugins used on woorkup and in our online marketing efforts. We want to help you succeed, and unlike other sites, **we only list things we actually use.**

WordPress Hosting

We host this site with [Kinsta](#). They combine Nginx + PHP 8 + HTTP/2 + Google Cloud Platform for speeds that cannot be beat! Check out our in-depth [Kinsta review](#). If you are looking for an affordable host we use [SiteGround](#) for our other sites and have had great results. [Click here](#) to get an exclusive **60% off any plan!**

Un ejemplo de página de herramientas en [woorkup](#),

Escribe o actualiza los comentarios del producto

Las reseñas son poderosas. El **93% de los clientes** lee las reseñas en línea antes de comprar un producto. Tus reseñas pueden ayudar a generar tráfico y aumentar tu autoridad en la industria al proporcionar valor y experiencia. También pueden aumentar las ventas de tus afiliados.

Aquí tienes algunas ideas sobre lo que debes incluir:

- ¿Qué problema(s) resolvió el producto o servicio con éxito?
- ¿Qué puedes hacer con él?
- ¿Está a la altura de las expectativas?
- ¿Vale la pena el precio?
- ¿Lo recomendarías a un amigo?
- ¿Cuáles son tus características favoritas?
- ¿Cómo se puede mejorar el producto o servicio?

Lo más importante es que las reseñas sean honestas y precisas. El marketing de afiliación se basa en las relaciones. Y crear una reseña estelar para un producto menos que estelar es una forma rápida de perder la confianza de tu comunidad.

Cuando escribimos reseñas, utilizamos dos estrategias:

1. Revisar los nuevos servicios que nos gustan y tienen el potencial de ser exitosos y populares. A medida que el producto crezca, lo mismo ocurrirá con el tráfico de nuestros artículos de revisión, el ranking tiende a mantenerse y a dar prioridad a las primeras revisiones escritas.
2. Revisa las soluciones populares que mencionamos mucho en el blog.



Ionut Neagu,
CEO da [Themeisle](#), [@hackinglife7](#)

Si ya tienes reseñas, revísalas para asegurarte de que tu opinión sobre el producto o servicio no ha cambiado.

Una de las cosas con las que he tenido éxito es actualizar las reseñas cada pocos meses o una vez al año como mínimo. Durante los últimos meses, en lugar de centrarse en las nuevas revisiones de cualquier producto, me he centrado en la actualización o hacer una escritura completa de las revisiones antiguas. Por ejemplo, hace poco actualicé el post de [revisión del tema Divi](#) y terminó posicionándose en la 1ª posición en un periodo de tiempo muy corto.



Dev Sharma,
Fundador da [WPKube](#)

En este ejemplo, [Melissa, de Digital Scrapbooking HQ](#), da un repaso a las nuevas funciones de Photoshop Elements. El artículo termina con un enlace para que los lectores compren el producto en Amazon.

Review: What's New in Photoshop Elements 2021

OCTOBER 8, 2020 BY MELISSA SHANHUN

4 COMMENTS



Un artículo de revisión de la afiliada de Adobe, Melissa ([Digital Scrapbooking HQ](#))

Crear páginas comparativas y listículos, o un híbrido de ambos

Los artículos de comparación y los listículos son piezas de contenido muy exitosas en el espacio de los afiliados. Al igual que las reseñas, pueden aumentar el tráfico y la autoridad de tu web y ayudar a generar más ventas de afiliados.

	Kinsta	WP Engine
Precios	Planes a partir de 30 \$/mes	Planes a partir de 60 \$ Planes a partir de 34-53 \$/mes
Garantía de devolución del dinero	30 días	60 días
Niveles del plan	10 (sin incluir la costumbre)	5
Soporte Premium 24x7	Todos los planes	Todos los planes
Integración gratuita de Cloudflare	✓	X
Infraestructura básica	Igual en todos los planes (GCP)	Varía según el plan
Monitorización del tiempo de actividad	Todos los planes	X
Centros de datos mundiales	28 ubicaciones	15 lugares

Página de comparación de alojamiento de Kinsta

Artículos de comparación

Los artículos de comparación son una colección bien organizada de notas sobre dos o más productos o servicios. Proporcionan a los lectores la información necesaria para tomar sus propias decisiones de compra con conocimiento de causa. Mira nuestro [artículo comparativo sobre Kinsta y WP Engine](#).

Listículos

Como su nombre indica, los listículos son artículos presentados en forma de lista. Los creadores los adoran porque aportan mucho valor con menos esfuerzo. Y lo que es más importante, a los lectores les encanta su fácil navegación, su formato sencillo y sus titulares atractivos. Echa un vistazo a nuestro enorme listículo de [“76 tácticas probadas para atraer tráfico a tu sitio web”](#).

Comparación / Listículo Híbrido

También es posible crear un artículo híbrido que combine las características de los artículos de comparación y los listículos. Realizado por Code In WP, uno de nuestros afiliados, este [artículo sobre el mejor alojamiento para WordPress](#) es un gran ejemplo de fusión efectiva de ambos estilos.

Con todos estos tipos de formato, aumenta tus posibilidades de generar ventas de afiliados añadiendo enlaces optimizados para la conversión.

Iniciar un podcast

Los podcasts de vídeo y/o audio son una buena forma de generar ingresos a través de las ventas de afiliados. De hecho, [el 54% de los oyentes de podcasts](#) son propensos a considerar marcas que escucharon anunciadas en un episodio.

Fomenta las ventas de afiliados añadiendo enlaces y contenido relevante a las notas y descripciones de tus programas, así como añadiendo estos productos a la conversación de tu programa. Como siempre, no exageres añadiendo un montón de enlaces. Mantén tu contenido valioso.

Los podcasts tienen algunas limitaciones que hay que tener en cuenta. Los enlaces que quieres que visiten tus oyentes pueden aparecer de forma diferente según la plataforma desde la que se conecten. Nuestra mejor práctica es incluir enlaces en las notas y descripciones del programa y describir verbalmente a los oyentes cómo encontrar el contenido.

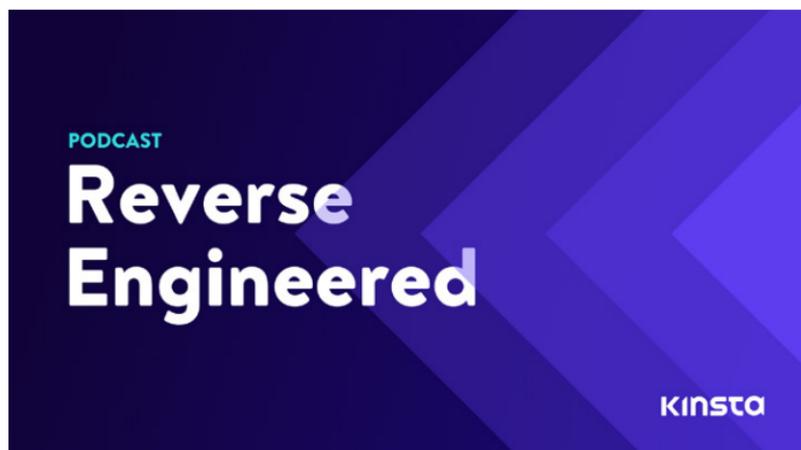
Los enlaces no son la única forma de generar ingresos en los podcasts. A medida que tu podcast crece, puedes pedir a las marcas con las que trabajas que patrocinen tu podcast, ya sea para un episodio o para una serie completa.

A continuación te explicamos cómo empezar un [podcast con WordPress y hacer crecer tu alcance](#).

Consejo rápido de Kinsta

Si buscas consejos para crecer tú y tu negocio, no busques más que el podcast Reverse Engineered de Kinsta. Este podcast, que se

publica cada dos semanas, invita a empresarios de éxito y expertos del sector a desglosar los pasos, los retos y los éxitos que llevaron a sus empresas hasta donde están hoy.



Escuchar Reverse Engineered



Reutilizar el contenido existente

Es difícil crear nuevos contenidos continuamente. Además, los contenidos existentes a menudo no alcanzan todo el potencial de una sola vez. [Saca el máximo partido a tus contenidos](#) reutilizándolos para que funcionen en varias plataformas.

Utiliza esta técnica para aumentar tus ventas de afiliación llegando a un público más amplio y consiguiendo la atención de los seguidores que te perdiste la primera vez.

Es importante entender que los distintos usuarios adquieren mejor la información de diferentes maneras. Algunos usuarios (como yo) suelen preferir el texto, otros el audio/vídeo y otros los gráficos. Haz que tu contenido principal esté disponible en todos los formatos diferentes para que cada usuario encuentre lo que mejor le convenga.



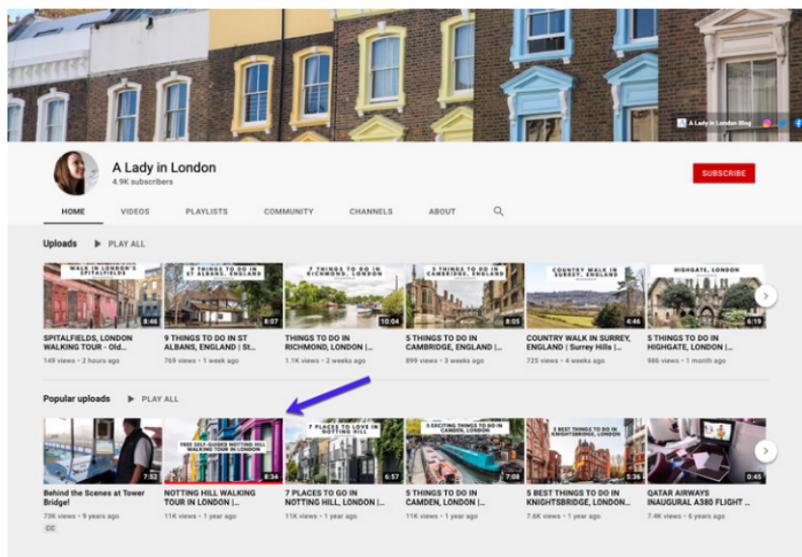
Jackie Goldstein,
Director de Desarrollo Comercial, [WebsitePlanet.com](https://www.websiteplanet.com)

Estos son algunos ejemplos de cómo reutilizar tus contenidos:

- Crear un vídeo en YouTube basado en el contenido de una entrada del blog.
- Crear una **infografía** basada en los puntos clave de un artículo del blog.
- Corta tu vídeo de Facebook en trozos y haz una miniserie para IGTV.
- Utiliza las citas clave de una publicación del blog para crear imágenes únicas para Instagram.
- Crear un **ebook** que combine el contenido de varias entradas de blog relacionadas.

Y como siempre, enlaza con páginas web optimizadas para la conversión siempre que puedas.

La bloguera de viajes y comercializadora afiliada [A Lady in London](#) suele reutilizar las publicaciones de su blog en otros canales de las redes sociales. Por ejemplo, uno de los artículos de su blog fue convertido, en un vídeo de YouTube “[Recorrido a pie por Notting Hill en Londres](#)”. También se anuncia mucho en su Instagram.



Página de YouTube de [A Lady in London](#)

Aumenta tu presencia en Quora

[Quora](#) es una comunidad online de preguntas y respuestas generadas por los usuarios.

Como no se permite la vinculación directa de los afiliados, es fácil pasar por alto Quora como plataforma para aumentar las ventas de los afiliados. En realidad, es el ejemplo perfecto de lo mucho que hay que dar y recibir para construir una comunidad de forma eficaz.

En Quora, puedes construir tu presencia y autoridad en la industria respondiendo a preguntas populares con respuestas completas que enlacen a las publicaciones de tu blog. Ten cuidado de no

añadir demasiados enlaces, ya que la moderación de Quora se apresura a eliminar y prohibir las cuentas que consideran spam.

Estas acciones no sólo harán que más personas visiten tu sitio, sino que también aumentarán tu autoridad.

Para un tutorial más detallado, explora nuestra [estrategia completa de marketing en Quora](#).

Vuelve a publicar tu contenido en Medium y LinkedIn

Medium

[Medium](#) es una popular plataforma de blogs que permite a cualquiera, desde escritores amateurs hasta grandes empresas, contar su historia en línea. Su plataforma orientada a la audiencia también la convierte en un gran medio para que los vendedores afiliados lleguen a nuevas audiencias a través de artículos de formato largo.

Con Medium, puedes subir una entrada de blog previamente publicada o crear un nuevo artículo desde cero.

Hemos escrito más sobre cómo [se compara Medium con WordPress](#).

LinkedIn

Todos conocemos [LinkedIn](#) como la red social para todo lo relacionado con los negocios, pero no todos saben que también se

pueden publicar artículos. Al igual que Medium y Quora, puedes utilizar LinkedIn para llegar a nuevas audiencias y construir tu autoridad.

Puedes utilizar contenido similar al que ya está en tu blog, así como un enlace a otras publicaciones útiles del blog.

Para más información, lee nuestro artículo sobre cómo aprovechar tus [esfuerzos de marketing en LinkedIn](#).

Nota: Aunque cada plataforma permite la vinculación directa, no se recomienda, ya que los enlaces de afiliación pueden ser considerados de baja calidad. Por esta razón, Kinsta y muchos otros programas de afiliación no permiten los enlaces directos en sus programas de afiliación. En su lugar, te recomendamos que enlaces a una entrada del blog que tenga enlaces de afiliación.

Optimización y métrica de la conversión

Está muy bien ser creativo con el contenido, pero siempre hay que utilizar datos y métricas para hacer un seguimiento de su relación con las conversiones. He aquí algunas formas de hacerlo.

Utilizar indicadores clave de rendimiento (KPI) para controlar el éxito

Los indicadores clave de rendimiento (también conocidos como KPI) son métricas usadas para determinar la eficacia de los esfuerzos de marketing. Los KPI pueden indicarte qué campaña ha registrado más ventas, cuál no está dando ningún rendimiento valioso y qué campaña necesita ajustes.

Source / Medium	Acquisition	Behavior	Conversions	Goal 13
			Investor Signup Conversion Rate	
			0.98%	Avg for View 0.98% (0.00%)
1. google / cpc			1.59%	
2. affiliate			4.34%	
3. (direct) / (none)			0.85%	

Tasa de conversión de los afiliados

He aquí algunas métricas a las que prestar atención:

- **Índice de clics (CTR):** El número de clics en comparación con el número de vistas. Emplea esta métrica para revisar el rendimiento de tus anuncios digitales, enlaces, llamadas a la acción, etc.
- **Tasa de conversión:** El número de conversiones en comparación con el número de clics. Aunque las conversiones suelen estar relacionadas con las ventas en el marketing de afiliación, una conversión puede ser técnicamente cualquier paso que quieras que dé tu visitante. Esto incluye la [descarga de un libro electrónico](#), la suscripción a [un boletín informativo](#) o la [inscripción a una demostración](#).
- **Ingresos por fuente de tráfico:** El total de ingresos generados por diferentes fuentes. Utiliza esta métrica para determinar cuál de tus plataformas (sitio web, Facebook, YouTube, etc.) genera más ingresos.
- **Tiempo medio de permanencia en la página:** La cantidad media de tiempo que los visitantes del sitio web pasan en una página web específica. Utiliza este KPI para determinar qué páginas son valiosas para los lectores y cuáles deben ser revisadas.
- **Tasa de rebote:** La tasa de rebote es la de las sesiones de una sola página dividida por todas las sesiones. En pocas palabras, es el número de usuarios que acceden a una página de tu sitio, pero que inmediatamente salen de ella. Una tasa de rebote alta suele considerarse algo malo, porque significa que los visitantes no se quedan el tiempo suficiente para hacer una conversión a través de tus enlaces de afiliado.
- **Ranking de palabras clave:** Se refiere a la posición en la que tu página web se clasifica para una palabra clave concreta. Es bueno tener en cuenta esta métrica a la hora de decidir en qué palabras clave centrarse y cuándo optimizar el contenido. En el capítulo 6 hablaremos más sobre este tema.

Toma nota de tus KPI con regularidad y utiliza estos análisis para aumentar tus ventas de afiliación.

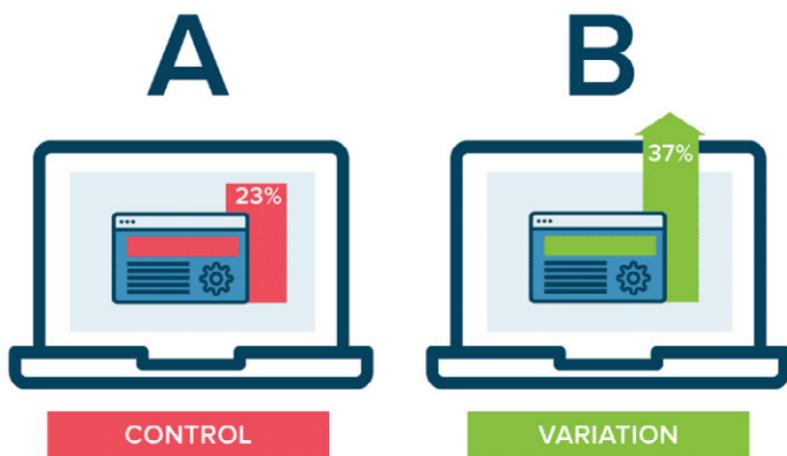
La implementación del seguimiento de la tasa de conversión in situ con Google Analytics y WordPress Pretty Links me proporcionó finalmente los puntos de datos que me faltaban para lograr un impacto significativo para el CTR.



Mike Andreasen,
Ingeniero de rendimiento senior/fundador de **WP Bullet**, @wp_bullet

Utilizar las pruebas A/B para identificar tu contenido de mayor rendimiento

Realiza **pruebas A/B** para determinar qué versión de un elemento de tu campaña rinde más. Aplica las pruebas A/B a las páginas web, a las publicaciones del blog, a los **anuncios de banner**, a los correos electrónicos, etc., para encontrar el punto óptimo que genere más ventas de afiliados.



Utiliza las pruebas A/B para optimizar tus esfuerzos de venta

A continuación se explica cómo realizar tu propia prueba A/B:

1. Elige qué elemento quieres evaluar. Las opciones típicas son los titulares, las llamadas a la acción, los elementos visuales y el diseño.
2. Decide qué KPI medirá el éxito de la prueba. Por ejemplo, si estás probando la línea de asunto de tu correo electrónico, probablemente querrás observar la tasa de apertura.
3. Elige un tamaño de muestra, es decir, el número de pruebas necesarias para determinar un ganador.
4. Crea dos versiones de tu prueba, con la única diferencia del elemento de prueba.
5. Ejecuta tu prueba.
6. Evalúa los resultados en función de tus KPI predeterminados. Toma nota de los factores externos que puedan haber afectado a tu prueba.

Echa un vistazo a algunas de las [mejores herramientas de pruebas A/B de WordPress](#) para optimizar tu tasa de conversión.

La realización de pruebas A/B sencillas, pero potentes me ayudó a duplicar las tasas de conversión.



Mike Andreassen,
Ingeniero de rendimiento senior/fundador de [WP Bullet](#), [@wp_bullet](#)

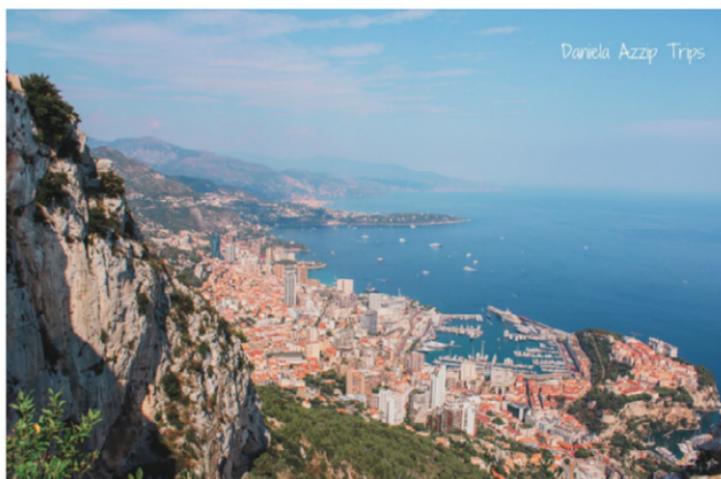
Enlazar con las páginas de aterrizaje optimizadas para la conversión

En el capítulo 2 nos hemos referido mucho a esto. Los clics no se traducen automáticamente en ventas. Dirige tu tráfico a las páginas de aterrizaje apropiadas para maximizar tu potencial de clics y aumentar las posibilidades de generar más ventas de afiliados. Aquí está [cómo crear la tuya con WordPress](#).

Tu página de aterrizaje no solo debe ser relevante, sino que también debe ofrecer muchas oportunidades de conversión a los usuarios.

Por ejemplo, en la entrada del blog de la bloguera de viajes y comercializadora afiliada Daniela Azzip Trips sobre las [Joyas ocultas de la Costa Azul](#), lleva a los lectores interesados en el alojamiento directamente a una página de conversión en Booking.com.

5) La Turbie



Top view towards Monaco from Tête de Chien, La Turbie

I still can't believe many people do not include La Turbie in their trip to the French Riviera, specially if you're planning on visiting [Monaco](#) (which by the way, you really should!). La Turbie is a small town, popular for it's gigantic [Trophee d'Auguste](#) (35m high), narrow picturesque cobbled streets and the [Tête de Chien](#) viewpoint, from where you have breathtaking views to Monaco and other towns on the Mediterranean coast.

This is a site not to miss if you are on a hunt for the best views!

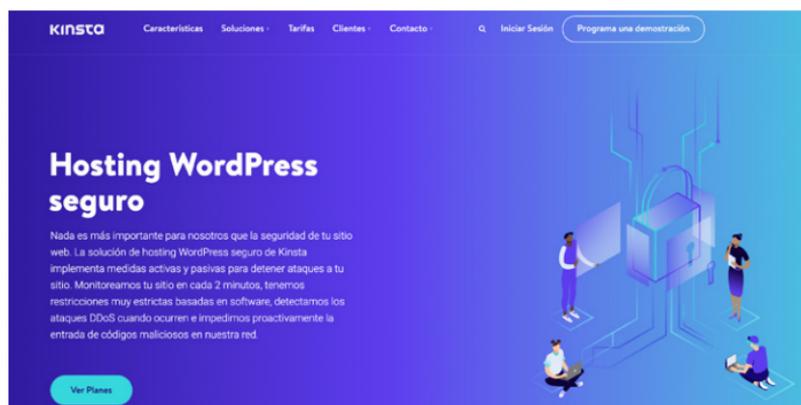
Where to stay in La Turbie:

Options are limited in La Turbie. Choose to stay at [Hôtel Napoléon](#) or at a [Cosy Studio with garden](#). For more options, consider staying in [Menton](#) instead.



La Entrada de blog optimizada para la conversión de [Daniela Azzip Trips](#)

Si eres un afiliado de Kinsta y la entrada de tu blog habla de la seguridad del sitio web, enlaza con nuestra página sobre el alojamiento seguro de WordPress.



Página de inicio de Kinsta sobre el alojamiento seguro de WordPress

Dirigir el tráfico a sitios localizados

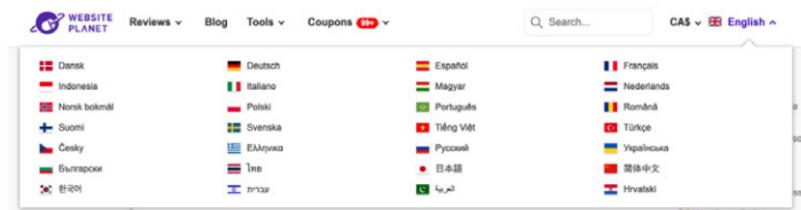
Los datos demuestran que los usuarios prefieren navegar y comprar en su lengua materna. Es más probable que ganes una venta de afiliación si llevas a los usuarios a un sitio localizado.

En Kinsta, ofrecemos nuestros contenidos en [inglés](#), [español](#), [alemán](#), [francés](#), [italiano](#), [holandés](#), [portugués](#), [danés](#), [sueco](#) y [japonés](#). Se puede cambiar fácilmente entre los sitios visitando el menú de idiomas en la parte inferior derecha de nuestro pie de página.



Kinsta ofrece sus sitios en muchos idiomas.

Otro ejemplo es [Website Planet](#), que publica contenidos en varios idiomas y tiene diferentes sitios localizados.



Los numerosos idiomas que [Website Planet](#) ofrece a sus lectores

Además de los idiomas, las empresas pueden tener sitios diferentes para distintos países. Por ejemplo, [los afiliados de Amazon](#) deben reconocer que los usuarios canadienses de Amazon comprarán en [amazon.ca](#), mientras que los estadounidenses lo harán en [amazon.com](#). Esta pequeña diferencia en la URL supone una gran diferencia en la experiencia del usuario y en sus ingresos de afiliación.

Añadir llamadas a la acción (CTA) a tus artículos de formato largo

Los [artículos de formato largo](#) son piezas de contenido que suelen tener 2000 palabras o más. Estos artículos permiten profundizar en los temas, son más fáciles de adaptar a un contenido perenne y suelen ser más compartibles que un post medio.

Las llamadas a la acción (CTA) animan a los usuarios a interactuar en el sitio. Por lo general, existen como texto con hipervínculos, botones o imágenes. En el marketing de afiliación, las CTAs casi siempre envían a los usuarios a una página de destino optimizada para la conversión.

Añade CTAs al contenido de formato largo para distribuir las oportunidades de conversión a lo largo de tu artículo. Es una buena práctica estándar añadir una CTA al final de un artículo. También recomendamos incluir una cerca del principio y algunas en el medio, dependiendo de la longitud. De este modo, llegarás a todos los lectores, tanto si están leyendo una sección como el artículo completo.

En este [artículo de Shout Me Loud](#), el vendedor afiliado Harsh Agrawal optimiza las conversiones incluyendo dos botones CTA. Uno, a mitad de camino:

How About Kinsta Pricing?

When you are shopping for a quality managed WordPress hosting, pricing is usually one of the significant catches. Kinsta offers entry-level hosting for \$30 which allows 20K views in a month.

They offer various plans, and you should pick one based on:

- How many WordPress blogs/sites you want to host...
- How many views your blog is getting every month...
- How many PHP workers you need...

They offer *Starter*, *Business Plans*, *Enterprise Plans*, and *Custom Solutions*.

 [Check Kinsta's Entry-level Packages](#)

Un botón CTA en la [entrada del blog de Shout Me Loud](#)

Y otro al final

My suggestion for you is that if you ever find yourself in the same junction as I was a few years back when you have to pick a managed WordPress hosting which can guarantee the right hosting environment for your website/blog to grow, **pick Kinsta hosting**.

You will thank me for this advice.

 [Check out Kinsta Hosting](#)

Un segundo botón CTA en la [entrada del blog de Shout Me Loud](#)

Consulta nuestra guía sobre [¿cómo crear excelentes artículos de formato largo en WordPress?](#)

Añadir nuevos comerciantes al contenido antiguo

El contenido “antiguo” de buena calidad tiene muchas ventajas para el SEO. Como ha vivido más tiempo en Internet, este contenido puede [ganar tráfico de búsqueda orgánica](#) y beneficiarse de la compartición de enlaces. Aumenta la oportunidad de generar ventas de afiliados añadiendo nuevos comerciantes a tu contenido existente.

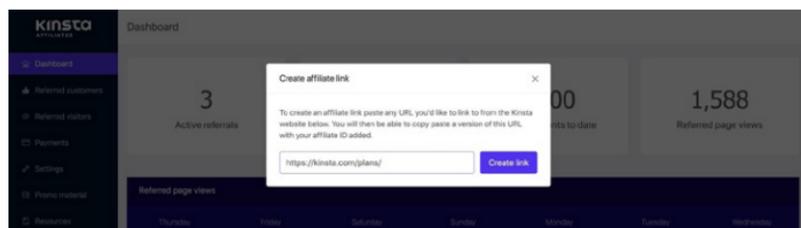
Y no te detengas ahí. Aprovecha esta oportunidad para [refrescar el contenido del artículo](#) y [arreglar los enlaces de afiliación rotos](#). Actualiza las cifras antiguas y enlaza con tus contenidos más recientes y las páginas de destino optimizadas para la conversión. No solo lo agradecerán tus lectores, sino que las actualizaciones de contenido también atraerán a Google para que rastree tu sitio con más frecuencia, lo que puede suponer un aumento de la clasificación en los motores de búsqueda.

Encubrir tus enlaces de afiliación

Los enlaces de afiliación pueden ser largos, complicados y, a veces, incluso asustasteis, especialmente a los usuarios no técnicos. Además, estos enlaces no suelen ofrecer información sobre dónde acabará el usuario una vez que haya hecho clic en él, lo que provoca aún más dudas.

Crea URLs de afiliación limpias con [link cloaking](#) para aumentar la probabilidad de que un usuario haga clic en tu enlace de afiliado. No te olvides de incluir tu [divulgación de afiliación](#) en la página, para que los usuarios sepan que tus promociones son anuncios pagados.

Por supuesto, los clics son solo la mitad de la batalla. Asegúrate de que tus URLs conducen a las páginas de destino optimizadas para la conversión. Y haz un seguimiento de los KPI de tus enlaces para registrar el éxito y optimizar tus tácticas según sea necesario.



Creación de enlaces de afiliación personalizados en el panel de control de afiliación de Kinsta

Marketing en redes sociales

Al igual que un sitio web, las redes sociales son una plataforma más para que construyas tu audiencia, promuevas contenidos y consigas más acción hacia tus enlaces de afiliado. Maximiza tus esfuerzos optimizando tu contenido para cada plataforma y utilizando al máximo sus herramientas únicas.

Antes de que nos sumerjamos en las diferentes plataformas, hay que tener en cuenta que no todos los programas de afiliación permiten la vinculación directa en las redes sociales. Algunos prefieren que utilices las redes sociales para dirigir el tráfico a tu blog, mientras que otros solo permiten la vinculación directa en determinadas plataformas. Lee las condiciones de servicio de tu programa de afiliación o habla con tu gestor de afiliados para saber qué permite tu programa.

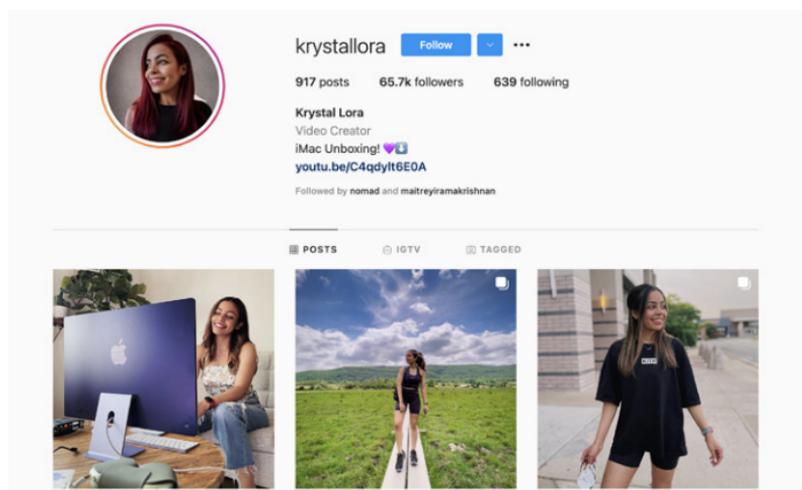
A continuación, veremos algunas formas de maximizar tus esfuerzos en las redes sociales.

Utilizar los perfiles empresariales

Muchas plataformas de redes sociales tienen la opción de crear un “perfil de empresa”. “Te recomendamos que los utilices siempre que sea posible, ya que vienen equipados con análisis que son útiles para determinar el éxito de una publicación, los datos demográficos de tu audiencia, etc.

También suelen incluir la posibilidad de crear anuncios. Nota: Antes de crear un anuncio, comprueba con tu programa de afiliación si los anuncios están permitidos.

A continuación se muestra el perfil empresarial de Instagram de la creadora de vídeos y comercializadora de afiliados [Krystal Lora](#).



Perfil empresarial de [Krystal Lora](#) en Instagram

Reutilizar tu contenido en las distintas plataformas

Ya hablamos de esto en el capítulo 2, pero vale la pena repetirlo de nuevo: optimiza tus esfuerzos reutilizando tu contenido en diferentes plataformas. ¿Has creado un Reel en Instagram? Reutilízalo para TikTok. O bien, corta tu largo vídeo de YouTube en fragmentos más cortos para Facebook. Las posibilidades son infinitas.

En este ejemplo, Bitcatcha ha creado un [hilo de conversación en Twitter](#) utilizando [el contenido de una entrada del blog](#).



Bitcatcha @bitcatcha · May 26

Here are the 5 simple steps to create a blog.

Read thread



1



1



Bitcatcha @bitcatcha · May 26

1 Pick a niche

Ask yourself:

-What do you want to blog about?

-Is it a niche I'm passionate about?

-Is there enough audience interest in this niche?

Once you've picked your niche, it's time to start thinking names.

1



Bitcatcha @bitcatcha · May 26

2 Choose a blogging platform

You've probably heard of the most popular ones, such as self-hosted WordPress, Medium, and Wix.

New bloggers make the mistake of going for a free hosted blog platform like Tumblr or Blogger. The word 'free' may sound tempting, but there's a catch!

1



Una parte del hilo de Twitter de Bitcatcha

Monetizar tu contenido de vídeo para obtener ingresos adicionales

A medida que aumentan tus seguidores en las redes sociales, puedes optar a ganar dinero con tus vídeos en determinadas plataformas. Cuando llegues a este nivel, aprovecha esta fuente de ingresos extra. Te lo mereces.

Nota: La elegibilidad y los detalles de estos programas evolucionan. Encuentra la información más reciente en los sitios de las plataformas.



Canal de YouTube de [WPCrafter](#)

Programa de socios de YouTube

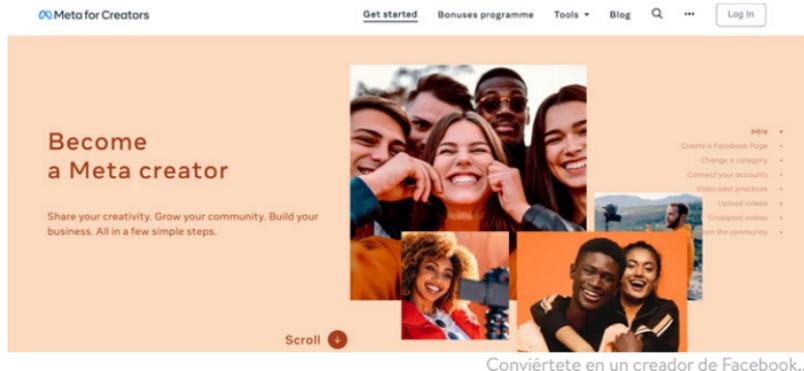
Este programa ofrece varias oportunidades para que los creadores obtengan ingresos. Únete al [Programa para Socios de YouTube](#) para acceder a los ingresos por publicidad, a las membresías de los canales, a la estantería de merchandising, al superchat y a los superpegatinas, y a los ingresos de YouTube Premium.

La admisión en el programa y sus diferentes características se basa en la edad y el número de suscriptores.

Meta for Creators (anteriormente Facebook for Creators)

Al igual que en YouTube, puedes ganar dinero incluyendo [anuncios en tus vídeos](#). Con los anuncios in-stream, puedes seleccionar los vídeos que quieres monetizar y el lugar del vídeo en el que quieres insertarlos: pre-roll, mid-roll y anuncios de imagen.

Aquí tienes más información sobre cómo empezar como [creador en Facebook](#).



Fondo de creación de TikTok

En comparación con YouTube y Facebook, este programa está todavía en sus primeras etapas. Además, actualmente solo está disponible para creadores de determinados países.

Pero, si has conseguido una gran audiencia en TikTok, el [Fondo de Creadores de TikTok](#) puede ser una nueva forma de obtener beneficios de tu contenido. Por el momento, los fondos se basan en las visualizaciones, la autenticidad de esas visualizaciones y el compromiso.

Crear o unirse a un grupo de Facebook

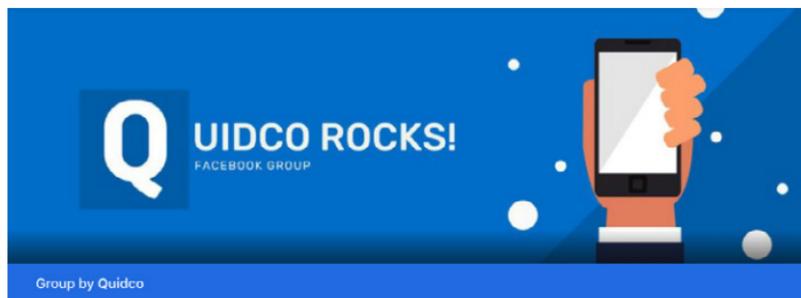
El marketing de afiliación se basa en la construcción y el desarrollo de relaciones. Esto es importante, ya que el aumento de tu comunidad significa que más personas conocerán tu contenido, que contiene tus enlaces de afiliación.

Los grupos de Facebook pueden ayudarte a crear y desarrollar relaciones de varias maneras.

Crear un grupo privado en Facebook

Interactúa con tu comunidad respondiendo a preguntas, enlazando entradas de blog o vídeos relevantes y conectando con personas afines. Este grupo puede estar abierto a cualquier persona que se una a él o estar disponible solo para un segmento concreto, por ejemplo, los miembros de una clase online que impartas o los suscriptores de tu lista de correo electrónico.

En este ejemplo, el sitio de cashback [Quidco](#) utiliza su [grupo de Facebook](#) para conectar con su comunidad, compartir consejos y organizar retos y concursos.



Quidco Rocks!

🔒 Private group · 10.0K members

[Grupo de Facebook de Quidco](#)

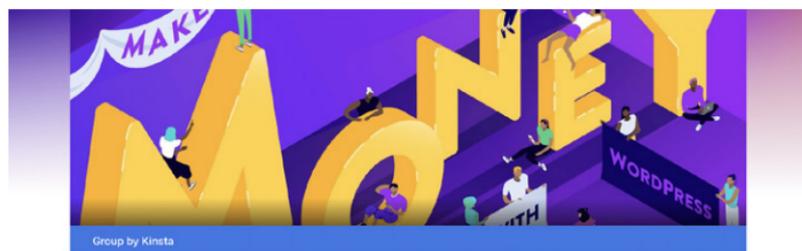
Únete a un grupo de Facebook ya existente

Comprométete con un grupo ya existente dentro de tu nicho para construir la autoridad de tu marca.

Únete al grupo de Facebook de tu programa de afiliación

Aprende más sobre el marketing de afiliación y el aumento de tus ventas. En Kinsta, invitamos a nuestros afiliados a unirse a

nuestro grupo de Facebook “[Gana dinero con WordPress](#)”. Aquí, publicamos con frecuencia noticias de Kinsta y consejos de ventas de afiliados.



Grupo de Facebook de Kinsta para [ganar dinero con WordPress](#)

Elegir los canales adecuados para tu audiencia

Con tantas plataformas sociales en el mercado, puede ser abrumador decidir cuál usar para aumentar tus ingresos. ¿Nuestra recomendación? Reclama tu nombre de usuario en diferentes plataformas, pero centra tus recursos en donde está tu audiencia.

Marketing por correo electrónico

Construye tu comunidad con el [marketing por correo electrónico](#). No solo puedes utilizarlo para llegar a nuevas audiencias, sino que también es otra forma de conseguir más ojos para tu valioso contenido y, como resultado, más ventas de afiliados.

Como hemos mencionado antes, no incluyas únicamente enlaces de afiliados en el contenido de tu correo electrónico. En su lugar, proporciona valor. Anima a tu audiencia a hacer clic en varios artículos y, a partir de ahí, dirígelos a convertir con tus enlaces de afiliación.

A continuación, te ofrecemos algunos consejos para mejorar tu marketing por correo electrónico.

Elegir el software de marketing por correo electrónico adecuado (no de tu host)

La mayoría de los hosts de WordPress, incluyendo Kinsta, permiten el envío de algunos correos electrónicos básicos a través de sus propios servidores. Esto está muy bien para algunos correos electrónicos aquí y allá (como el restablecimiento de la contraseña) y para poner en marcha tu sitio. Sin embargo, hay un montón de nuevos plugins de terceros que están convirtiendo a WordPress en una solución de marketing por correo electrónico en toda regla, enviando miles de correos electrónicos de forma regular.

Aunque no hay nada malo con los plugins en sí, es la configuración de cómo los plugins envían correos electrónicos lo que a menudo se pasa por alto. No configurarlos correctamente puede perjudicar el rendimiento de tu campaña de correo electrónico e incluso la capacidad de llegar a las bandejas de entrada de tu público.

Normalmente, [el servidor de alojamiento no está diseñado para ser también un servidor de correo electrónico](#) En cambio, aquí hay algunas recomendaciones de software que son útiles para enviar boletines, anuncios, invitaciones y más:

1. [MailChimp](#)
2. [MailerLite](#) (que se ve en la siguiente imagen)
3. [SendPulse](#)
4. [HubSpot](#)

Haz clic en los enlaces anteriores para ver una descripción detallada de cada software y por qué puede o no funcionar para tu comunidad y tu presupuesto.

therisingceo.

Jesse,

So happy to have you here!

I'm Amanda, a professional blogger & online business coach, Pinterest marketing expert and the founder of The Rising CEO. 🙌

El blog Rising CEO utiliza el software de correo electrónico de Mailerlite. También son un afiliado de MailerLite.

Construir una sólida lista de suscriptores

Por muy sólida que sea tu estrategia de marketing por correo electrónico, si no tienes una lista de suscriptores, nunca recogerás los frutos.

Al principio, empezamos con una caja de suscripción dentro del sitio y eso no funcionó muy bien en términos de números, sin embargo, tendría los visitantes más comprometidos en ella. Como el valor del tiempo de inversión en la creación del boletín crecía junto con el tamaño de la audiencia, más tarde empezamos a introducir actualizaciones de contenido que resultaron ser mucho más atractivas para la gente y nuestras listas crecieron mucho más rápido. Yo etiquetaría las listas adecuadamente, ya que la segunda cohorte no estará tan comprometida e interesada en los próximos boletines como la primera, por lo que sería conveniente calificarla antes.



Ionut Neagu,
CEO de [Themeisle](#), [@hackinglife7](#)

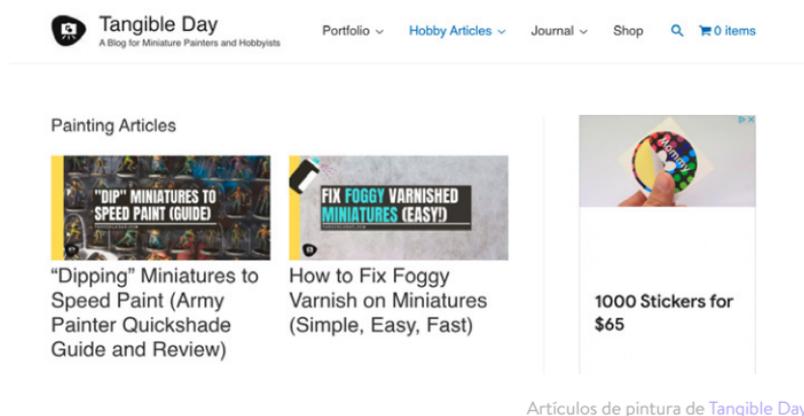
He aquí algunas formas sencillas de empezar:

Lanzar un blog

Utiliza tu blog para atraer más [clientes potenciales](#), aumentar tu autoridad y hacer crecer tu SEO (más sobre esto en el próximo capítulo). A continuación, incluye varias oportunidades para que los visitantes se unan a tu boletín de noticias.

Los vendedores que utilizan los blogs para la generación de clientes potenciales y las inscripciones ven [un 97% más de clientes potenciales entrantes de media](#) que los que no tienen un blog. En Kinsta también podemos dar fe de ello. Echa un vistazo a la [lista de comprobación de SEO](#) que utilizamos para aumentar nuestro tráfico en un 123% en 12 meses.

He aquí un ejemplo de [Tangible Day](#), un blog con toneladas de artículos sobre pasatiempos, juegos, pintura, fotografía, impresión 3D y mucho más, todo ello para pintores de miniaturas y aficionados. Estos artículos atraen tráfico orgánico al sitio y el blog gana dinero cuando los lectores hacen clic en los enlaces de afiliados. El sitio también contiene un formulario para suscribirse a su boletín de noticias.

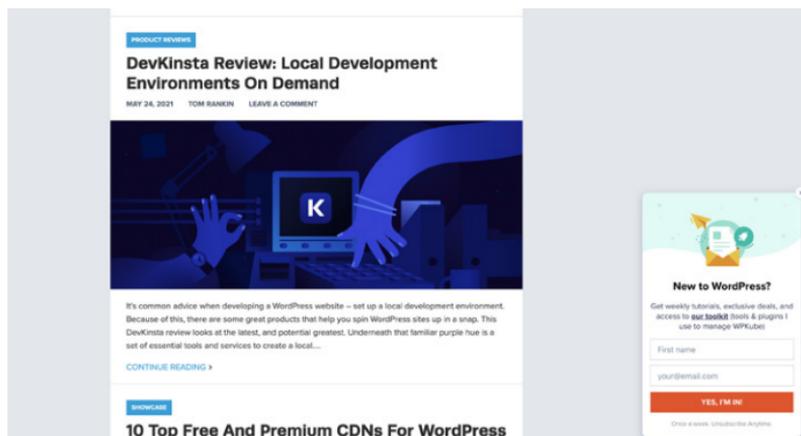


PD: Si aún no has creado un blog, te recomendamos encarecidamente [WordPress](#).

Utilizar formularios de suscripción

Añade formularios de suscripción a tu sitio web. Aunque un formulario de suscripción al boletín en el pie de página es bueno, no todo el mundo va a dedicar tiempo a buscar el botón de “suscripción”. En cambio, llévaselo a ellos.

Así es como [WPKube](#) anima a los visitantes de su sitio web que se han desplazado por él a suscribirse a su boletín de noticias.

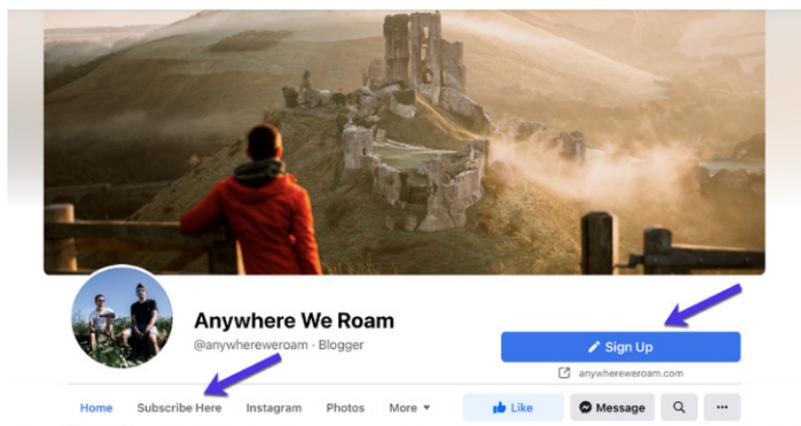


Un formulario de suscripción por correo electrónico de WPKube

Añade una suscripción al boletín de noticias en tus canales de redes sociales

Utiliza las redes sociales en tu beneficio. Optimiza tu biografía incluyendo un enlace a tu boletín de noticias y promuévelo con regularidad.

Así es como los bloggers de viajes y comercializadores afiliados Mark y Paul de [Anywhere We Roam](#) promocionan su boletín de noticias en su [página de Facebook](#).



Un formulario de inscripción al boletín en la página de Facebook de [Anywhere We Roam](#)

Haz que tu mensaje sea breve y amable

Casi la mitad de la población consumidora dice que recibe demasiados correos electrónicos. Lo más probable es que te sientas identificado.

Mientras que las publicaciones de los blogs y los artículos en línea pueden tener un mayor número de palabras, los lectores de correo electrónico no quieren leer una mini-novela. En su lugar, añade valor, ve directamente al grano y enlaza tus artículos para animar a los lectores a comprar desde tus enlaces de afiliación.

Elabora la línea de asunto perfecta

Si te equivocas con el asunto, el contenido no importará. El 47% de los lectores deciden abrir o no un correo electrónico basándose únicamente en el asunto.

¿Cómo puedes atraer a tus lectores para que abran tu mensaje? Una forma es practicar el método “beneficio, lógica o amenaza”, que consiste simplemente en ofrecer un beneficio obvio, una afirmación de “sentido común” o un contenido del tipo “no te lo pierdas”.

Comprométete con tu audiencia

¿Cómo puedes asegurarte de que tus lectores le prestan atención? Dale una razón para interactuar contigo después de que terminen de leer tu correo electrónico. Por ejemplo, haz una pregunta o pon un enlace a un contenido relevante. Mantén a tus lectores comprometidos con tu marca.

En este ejemplo, la artista del lettering y comercializadora afiliada [Lauren Hom](#) ofrece a los lectores sugerencias creativas, recursos y hojas de trabajo.

SUBSCRIBE TO KICKSTART YOUR CREATIVITY



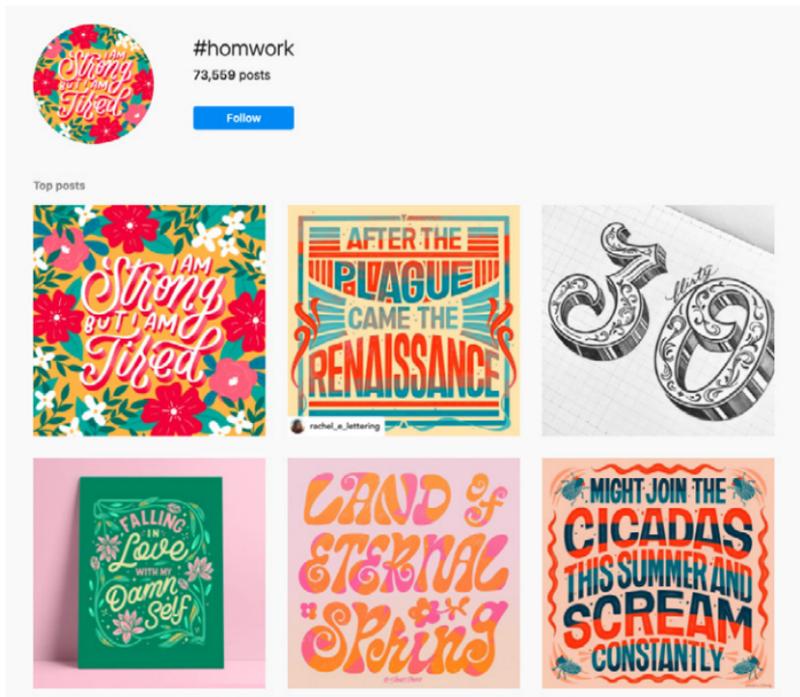
Join over 30,000 creative go-getters and receive access to my library of tutorials, worksheets and resources for designers & creative entrepreneurs!

uscripción al boletín de la artista [Lauren Hom](#)

Añadir la función de compartir en redes sociales a tus correos electrónicos

Facilita a tu audiencia la tarea de compartir tu mensaje. Es una forma sencilla de ampliar el alcance de tus contenidos y crear autoridad.

Como se ha mencionado en la sección anterior, Lauren Hom ofrece a su público sugerencias creativas semanales. Para que se involucren más, Lauren anima a sus lectores a compartir sus trabajos en Instagram, etiquetarla y utilizar el hashtag #HOMwork. A continuación, Lauren elige sus favoritos y los promoció en sus historias.



El hashtag de Lauren Hom ([#HOMwork](#)) en Instagram

Incluye una sólida llamada a la acción

Todo correo electrónico necesita una llamada a la acción (CTA) sólida y clara para animar a los lectores a realizar una determinada tarea. Los estudios demuestran que una CTA puede aumentar el porcentaje de clics en [más de un 370%](#).

¿Quieres que tus lectores lean una determinada entrada del blog? Inclúyelo en tú CTA. ¿Quieres que los lectores descarguen tu recurso más reciente? Inclúyelo en tú CTA.

Este es un fuerte CTA visto en un correo electrónico de [Smart Passive Income](#) que anima a los lectores a registrarse en su taller:

Monetize Your Brand with Affiliate Marketing (Special Offer)



Purchase by Tuesday, June 1st at 9:00 PM Pacific and you'll receive \$120 off and get access to two premium workshops:

1. **Click & Convert** (retail price: \$99) which will teach you how to write effective headlines and subject lines that compel people to take action.
2. **Cash Flow Fundamentals** (retail price: \$99) where you'll get an in-depth look at the mechanics of cash flow in your business —the emotions involved, how to set up your bank accounts, what percentage of your cash goes where, and much more!

1-2-3 Affiliate Marketing will help you crack the code of monetization. In this course, you'll learn:

- How to choose and promote the right products and services that will serve the needs of your audience
- How to stay authentic (and legal), building trust with your audience
- Promotion strategies that will fit within your comfort level

[REGISTER NOW](#) ←

Una CTA de [Smart Passive Income](#) animando a los lectores a inscribirse en un taller

No agobies a tus suscriptores

La mayoría prefiere recibir un correo electrónico promocional al menos una vez al mes, y [el 15% de los consumidores](#) dijo que no les molestaría recibir uno todos los días. El punto óptimo está probablemente en algún punto intermedio y varía según el sector, la audiencia y el contenido.

Para encontrar el punto óptimo, controla las tasas de anulación de la suscripción (¿recuerdas los KPI que mencionamos en el capítulo 2?) después de cada campaña ajusta la frecuencia de envío en consecuencia. Otra forma de saber la frecuencia con la que tu público quiere saber de ti es simplemente preguntarle.

Es mejor incluir la frecuencia cerca de tu formulario de inscripción. En el formulario de registro del boletín de [CodeinWP](#), dejan claro que su correo electrónico se enviará semanalmente.

The CodeinWP Weekly Newsletter

JOIN OUR **EXCLUSIVE NEWSLETTER** FILLED WITH NEWS, RESOURCES AND
INSIGHTS ON WORDPRESS AND BEYOND.
DELIVERED TO YOUR INBOX, FOR FREE, WEEKLY!

SUBSCRIBE NOW

Suscripción al boletín de CodeinWP

Probar, medir y repetir

Sin unas métricas definidas y un seguimiento persistente, tus resultados acabarán por estancarse y te preguntarás qué ha fallado. Las pruebas A/B son un buen punto de partida para ver qué resuena mejor con tu audiencia.

También puedes hacer un seguimiento de las métricas de los correos electrónicos en [Google Analytics](#) utilizando etiquetas UTM. Para ver tu campaña, dirígete a Adquisición > Campañas. Muchas herramientas de marketing por correo electrónico también añaden automáticamente las etiquetas UTM.

Sea cual sea la métrica que elijas para medir, no lo hagas solo una vez. Después de hacer ajustes en tu estrategia, detente y mide de nuevo. Tu estrategia de marketing por correo electrónico debe estar siempre en evolución.

Recibe los últimos consejos sobre cómo hacer crecer tu sitio web y tu negocio directamente en tu bandeja de entrada. Suscríbete al newsletter semanal gratuito de Kinsta.



Optimización de los motores de búsqueda

La [optimización de los motores de búsqueda \(SEO\)](#) significa conseguir que tu contenido aparezca en los primeros puestos de los resultados de búsqueda relevantes. ¿Por qué es importante para los afiliados? Para que puedas hacer ventas de afiliados con tu blog, necesitas que la gente visite tu sitio.

Pero Google es un lugar competitivo, especialmente en ciertos nichos. Por ejemplo, aquí hay unos cuantos blogs de viajes que llegaron a la primera página de nuestra búsqueda sobre “itinerario por Egipto”. “Con más de 10.600.000 resultados de esa búsqueda, se necesitan muchas habilidades de SEO para estar entre los primeros.

<https://www.whereistheworld.ca> › [egypt-itinerary](#) ▼

[The Perfect Do-It-Yourself Egypt Itinerary for 5, 7 or 10 Days ...](#)

May 5, 2019 — During your **Egypt 10 Day Itinerary** start with 2 days in Cairo, head South to Aswan for 2 days, spend 3 days on your Nile cruise, and end with 3 ...

<https://www.bucketlistly.blog> › ... › Middle east › Egypt ▼

[2 Weeks in Egypt - The Ultimate Backpacking Travel Guide to ...](#)

Mar. 26, 2021 — Without further ado, let's begin! [Table of Contents](#). [Egypt Itinerary Map](#); [Egypt Travel Video](#); [Why Visit Egypt ...](#)

[Why Visit Egypt](#) · [What to Pack for Egypt](#) · [Egypt Two Weeks Itinerary](#)

<https://againstthecompass.com> › [traveling-egypt-itinerary](#) ▼

[Travel to Egypt \(3-week itinerary + Tips\) - Against the Compass](#)

Sep. 14, 2020 — Map of the 3-week **Egypt Itinerary** · Day 1 to 3 – Cairo · Day 4, 5 – Alexandria · Day 6, 7 – Port Said or City of Suez · Day 8, 9, 10 – Dahab and the ...

[Security issues](#) · [Scams in Egypt](#) · [1-week Itinerary](#) · [Day 1, 2, 3 – Cairo](#)

<https://goingawesomeplaces.com> › [10-day-egypt-itinerary](#) ▼

[10 Day Egypt Itinerary - Best of Egypt with Djed and Dahabiya ...](#)

May 17, 2021 — Classic Must-Do's in a 10 Day **Egypt Itinerary**.

<https://johnnyafrica.com> › [ultimate-one-two-week-egypt...](#) ▼

[The Ultimate One to Two Week Egypt Travel Itinerary - Johnny ...](#)

Jul. 16, 2018 — How many days do I need to spend in **Egypt**? · [Map of Itinerary](#) · [Egypt Two Week Itinerary Day by Day](#) · Day 1-2: [Egyptian Museum of Cairo](#) and ...

<https://www.cntraveller.com> › [gallery](#) › [classic-itinerary...](#) ▼

[Egypt: a classic itinerary by Condé Nast Traveller | CN Traveller](#)

Classic Itinerary: **Egypt** · The Pyramids. DAY ONE: CAIRO The Pyramids · Cairo. DAY TWO: CAIRO · Luxor. DAY THREE: LUXOR · Nile Cruise. DAYS FOUR-SIX: ...

<https://leaveyourdailyhell.com> › [egypt-itinerary](#) ▼

[The Only Egypt Itinerary You're Good to Need Post-Pandemic](#)

May 15, 2021 — Planning a post-Covid trip to Egypt? Put your 2021 **Egypt Itinerary** together here, from Cairo and the Pyramids of Giza, to Luxor and Aswan.

Resultados de la búsqueda en Google de "Itinerario por Egipto"

»

Como puedes ver, mejorar el SEO de tu sitio web puede tener resultados espectaculares.

Tenemos una entrada en el blog que cubre los [58 Consejos para Aumentar el Tráfico Orgánico en Más de 138% en 12 Meses](#) Te recomendamos encarecidamente que le eches un vistazo, pero hasta entonces, aquí tienes algunos que puedes implementar en tu contenido de afiliación.

Investigar las palabras clave

Cuando se trata de WordPress SEO, es importante recordar que Google sigue siendo un algoritmo informático. Las palabras clave son importantes.

Optimiza tu contenido con [una investigación de palabras clave](#). El truco consiste en encontrar una buena palabra clave con un volumen de búsqueda adecuado y que no sea demasiado competitiva. Hay muchas herramientas excelentes para ayudarte con esto. Un par de nuestras favoritas son [KWFinder](#), [SEMrush](#) y [Ahrefs](#).

Si te dedicas al marketing de afiliación centrado en la localización, tu contenido podría tener una ventaja SEO, ya que las palabras clave en otros idiomas pueden ser mucho menos competitivas. Consulta nuestra [guía multilingüe](#) de WordPress para empezar a dominar las SERPs en otros idiomas.

Si quieres aumentar el tráfico, sí, necesitas producir contenido “útil”. Pero para pasar al siguiente nivel, debes elaborar el contenido en torno a una palabra clave con un volumen de búsqueda probado. Encontrar el equilibrio entre una estrategia informada por el SEO y la entrega de contenido único y bien escrito es la salsa secreta para el crecimiento del sitio web.



Daren Low,
Jefe de estrategia, [Bitcatcha.com](https://bitcatcha.com)

Utiliza siempre una palabra clave de enfoque

Cada vez que escribas una entrada en tu blog o publiques una página en tu sitio de WordPress, debes tener siempre una palabra clave en mente. No te limites a redactar una entrada por el mero hecho de publicar más contenido.

En el [plugin Yoast SEO](#) establece la palabra clave de enfoque sobre la que quieres escribir. Por ejemplo, para esta [entrada del blog sobre SEO](#), hemos utilizado la palabra clave de enfoque “WordPress SEO”. “Puedes ver que Yoast SEO analiza la densidad de la palabra clave, y reporta que es un poco baja:

Resultados del análisis

^ Problemas (3)

- **Densidad de frase clave:** La frase clave objetivo se ha encontrado 39 veces. Eso es menos que el mínimo recomendado de 62 veces para un texto con esta longitud. ¡[Céntrate en tu frase clave!](#)
- **Frase clave en subtítulo:** ¡[Usa más frases clave o sinónimos en tus subtítulos H2 o H3!](#)
- **Ancho del título SEO:** El título SEO es más ancho que el límite visible. [Prueba a hacerlo más corto.](#)

^ A mejorar (2)

- **Frase clave de la imagen:** De 87 imágenes en esta página, solo 19 tienen atributos `alt` que reflejan el tema de tu texto. ¡[Añade tu frase clave o sinónimos a las etiquetas `alt` de las imágenes más relevantes!](#)
- **Longitud de la metadescripción:** La metadescripción tiene más de 156 caracteres. Asegúrate de que sea visible toda la descripción, ¡[deberías reducir su longitud!](#)

^ Buenos resultados (11)

- **Enlaces salientes:** ¡Buen trabajo!
- **Imágenes:** ¡Buen trabajo!
- **Enlaces internos:** Tienes suficientes enlaces internos. ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en la introducción:** ¡Bien hecho!
- **Distribución de frase clave:** ¡Buen trabajo!
- **Longitud de la frase clave:** ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en la metadescripción:** La frase clave objetivo o el sinónimo aparece en la metadescripción. ¡Bien hecho!
- **Frase clave usada anteriormente:** No has usado antes esta frase clave objetivo, muy bien.
- **Longitud del texto:** El texto contiene 16787 palabras. ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en el título:** La coincidencia exacta de la frase clave objetivo aparece al principio del título SEO. ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en el slug:** ¡Fantástico trabajo!

Ejemplo de palabra clave de enfoque en el plugin Yoast SEO

Aunque la densidad de palabras clave no es en absoluto un factor de clasificación, puede ayudarte a asegurarte de que tu contenido incluye tus palabras clave objetivo.

Incluye tu palabra clave en el primer párrafo

El primer párrafo de cualquier post o página es muy importante porque Google rastrea el contenido de arriba a abajo. Si encuentra tu palabra clave rápidamente, es más probable que considere tu artículo como relevante para ese tema.

También se trata de “ambientar” correctamente a tus lectores desde el principio y mejorar tu tasa de rebote ofreciendo el contenido que esperaban ver.

La bloguera Diana de [Adventures With Art](#) lo hace de forma impecable en un artículo sobre el cambio de tamaño de las imágenes en Canva. El artículo aparece en la primera página de las SERPs cuando se busca cambiar el tamaño de las imágenes en Canva, lo que es genial para conseguir el máximo alcance y oportunidad de conversión.

How to Resize a Document in Canva with the Free Version

This post may contain affiliate links

The free version of Canva has a lot of capabilities. It's an amazing, easy to use, free choice for designers. That said, one of the biggest features you lose by going with the free version as opposed to the Pro is being able to resize images. With the free version, you cannot change the size of your documents once you create them. There is a workaround though.

If you have the free version of Canva, there is a workaround for resizing documents that involves creating a new document of your desired size and copying and pasting the elements over from your old document to your new document.

El artículo de [Adventure With Art](#) incluye la palabra clave objetivo en el primer párrafo.

Recuerda que tu contenido debe sonar siempre natural y tener sentido. Trabaja tu palabra clave de forma natural en tu apertura, en lugar de simplemente meterla en tu primer párrafo por el bien del SEO.

Presta atención al número de palabras

El viejo dicho “el contenido es el rey” sigue vigente. Google y los visitantes adoran los contenidos de alta calidad. Además, por lo general, es mucho mejor [publicar contenido de formato largo](#), ya

que se ha demostrado una y otra vez [que gana en las páginas de resultados de los motores de búsqueda \(SERP\)](#).

Otra ventaja del contenido de formato largo es que, con el tiempo, empezará a posicionarse no solo para las palabras claves principales, sino también para varias variaciones de palabras clave de cola larga.

A veces esto se extiende hasta cubrir cientos de términos y frases de búsqueda populares. El tráfico de todas las variaciones de cola larga que incluye tu contenido será mayor que el de tu palabra clave principal. Con un contenido más extenso se gana.

Es importante tener en cuenta que si creas un contenido más largo, es mejor incluir [enlaces de anclaje](#) para que los lectores puedan saltar a diferentes partes del post. Este es un ejemplo de un enlace ancla en la entrada del blog de WP Buff sobre [los chatbots de WordPress](#):

- [What Is a Chatbot?](#)
- [How Does a Chatbot Work?](#)
- [What Are the Benefits of Chatbots?](#)
- [What Is a Chatbot Used for?](#)
- [What Is the Best Chatbot Technology?](#)
- [8 of the Best Chatbots for WordPress in 2021](#)
- [Frequently Asked Questions](#)
- [Wrapping Up](#)

Un ejemplo de enlaces de anclaje en [el blog de WPBuff](#)

Utilizar etiquetas de encabezamiento adecuadas

El rastreador de Google (Googlebot) comprueba las etiquetas de encabezado HTML como H1, H2, H3, etc. para determinar la relevancia del contenido de tu sitio. Por lo general, la mejor práctica es tener una sola etiqueta H1 por entrada o página y luego varias H2 y H3 debajo de ella.

Piensa en esto como una jerarquía de importancia. La etiqueta H1 es el encabezado más importante y debe contener tu palabra clave principal. Los encabezados adicionales también pueden incluir tu palabra clave o variaciones de cola larga de la misma. Puedes ver un ejemplo de esto en el [artículo de New York Magazine](#) que aparece a continuación.

Por otro lado, no abuses de los encabezados. Estos deben utilizarse únicamente para dividir el contenido y facilitar la lectura a los visitantes, no como un medio para introducir palabras clave en lugares destacados de las páginas.

The Best Planners for 2021, According to Productivity (and Stationery) Experts

By Maxine Builder and Dominique Pariso



Photo: Courtesy Retailer

Instead of an app or gadget that claims to jump-start your productivity, this year, you should consider investing in a good paper planner. There's plenty of research that shows how actually writing down your to-do list and schedule for the day — rather than typing it out on a laptop or your iPhone — makes you feel more engaged in the task at hand. But also, once the year is complete, a physical planner becomes an artifact, a time capsule, if you will, of all those momentous happenings from that calendar year. To find the best planners for 2021, we talked to 24 productivity experts, life coaches, and people who just love stationery (including a few Strategist

staffers) about their favorites, then culled our archives for standout styles we've written about before. Any of the 32 planners recommended below will surely go a long way to keep you on track this year, but to ensure you find the right one, we broke them down by how they're broken down — whether weekly, daily, or quarterly — and lead each section with the planners that got the most recommendations. The list concludes with a few truly customizable planners we heard about for those folks who relish in obsessing over every last detail.

Best weekly planners



Leuchtturm1917 Weekly Planner + Notebook Medium (A5)

\$24

~~\$29~~ now 14% off

We first heard about German stationery company Leuchtturm1917's weekly planner from self-described "planner power user" Perrin Drumm. As she writes, the planner's "hardback

Un ejemplo de uso de etiquetas de cabecera adecuadas en un [artículo de la revista New Yorker](#)

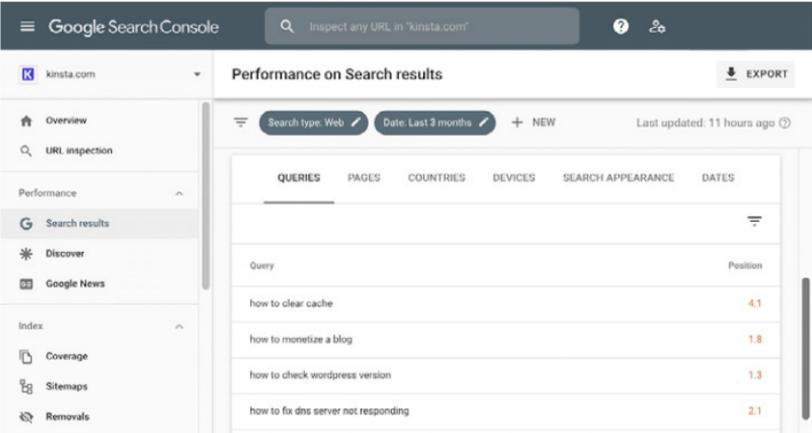
Seguimiento de tus rankings de palabras clave

Ya mencionamos esta métrica en el capítulo 2. Aquí es donde puedes implementarla.

Haz un seguimiento de las clasificaciones de tus palabras clave para controlar el progreso de tus palabras clave de enfoque en las campañas de SEO. Si dedicas tiempo a la optimización de tus publicaciones, también debes supervisar su progreso a largo plazo.

Una gran estrategia con la que hemos tenido éxito es controlar las palabras clave que aparecen en la parte superior de la segunda página de los resultados de Google. Dedicar algo de tiempo a añadir contenido e imágenes, construir backlinks y otras estrategias que hemos mencionado en este post. Esto debería ayudar a subir estos posts a la primera página.

[Google Search Console](#) es ideal para saber para qué palabras clave está clasificado tu sitio web, así que dirígete al informe de resultados de búsqueda.



The screenshot shows the Google Search Console interface for the domain kinsta.com. The main section is titled 'Performance on Search results'. The search type is set to 'Web' and the date range is 'Last 3 months'. The report is updated 11 hours ago. The table below shows the top search queries and their average positions:

QUERIES	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE	DATES
Query					Position
how to clear cache					4.1
how to monetize a blog					1.8
how to check wordpress version					1.3
how to fix dns server not responding					2.1

Informe de consultas de Google Search Console

Escribir meta descripciones para aumentar el porcentaje de clics

Las meta descripciones no afectan a tu SEO en WordPress cuando se trata de clasificaciones, pero sí afectan a tu CTR. Una [meta descripción bien escrita](#) puede atraer a los usuarios a hacer clic en tu publicación en lugar de en la que está por encima o por debajo en las SERP.

Cuanto más alto sea el CTR, más relevante considerará Google tu contenido y más alto clasificará tu página.

Consulta nuestra [guía en vídeo](#) para añadir meta descripciones en WordPress:



Nombra tus archivos de imagen de forma inteligente y añade texto alternativo

Los archivos de imágenes son más importantes de lo que la mayoría de los propietarios de sitios web saben. Con unas cuantas prácticas correctas de SEO en WordPress, puedes ver un buen impulso tanto en las SERPs como en la búsqueda de imágenes de Google.

Para mejorar el SEO:

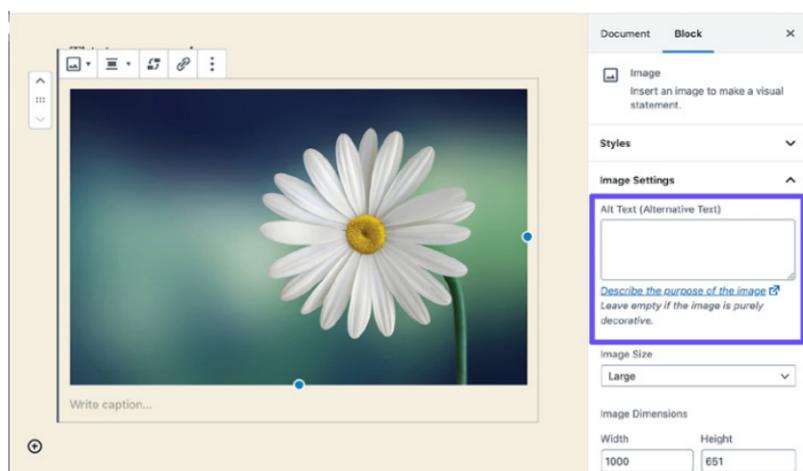
- Nombra tus [archivos de imagen](#) con palabras reales relacionadas con tu contenido antes de subirlos a WordPress.
- Incluye guiones entre las palabras en los nombres de los archivos de imagen para que Google pueda leerlos.
- Incluye tu palabra clave de enfoque si es aplicable, al menos para tu imagen destacada.
- Mantén los nombres de los archivos en minúsculas para que las URL de tus imágenes sean limpias y coherentes.

El texto alternativo no solo es útil para el SEO, sino que es fundamental para la accesibilidad del sitio web.

El texto alt se refiere al atributo alt o texto alternativo que se aplica a las imágenes de tu sitio. Las etiquetas Alt son utilizadas por los lectores de pantalla para usuarios con problemas de visión, proporcionando un contexto adicional para las imágenes. También las utilizan los motores de búsqueda para comprender mejor el contenido de las imágenes y su relación con el contenido que las rodea.

Con WordPress, puedes añadir el texto alternativo seleccionando una imagen en tu [biblioteca multimedia](#) o haciendo clic en una imagen dentro del editor de WordPress.

En el Editor de Bloques, encontrarás el campo Alt Text (Texto Alternativo) en la pestaña de Bloques de la barra lateral, bajo la Configuración de la Imagen:



Añadir texto alternativo en el editor de bloques

Publicar contenido siempre perdurable

El [contenido perdurable](#) es importante cuando se trata del SEO de WordPress y del tráfico orgánico a largo plazo. Este término se refiere al contenido que siempre es relevante, sin importar cuándo se lea.

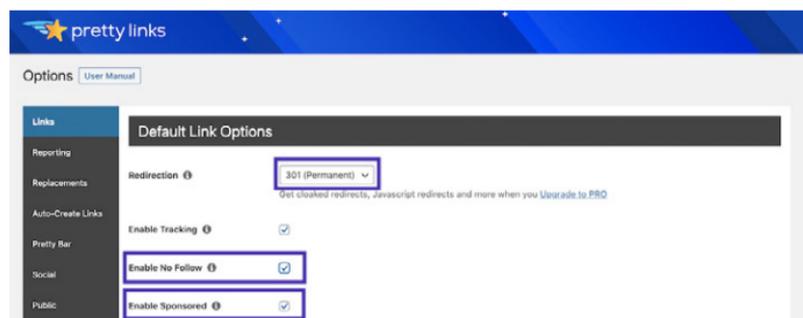
Es útil ya que puedes compartirlo una y otra vez y seguir construyendo backlinks y señales sociales para él.

Añadir el atributo de patrocinio en los enlaces de afiliados

Los enlaces de afiliados te ayudan a ganar dinero, pero desgraciadamente, Google no suele verlos con buenos ojos.

Para utilizar de forma segura los enlaces de afiliados, siempre deben incluir el atributo “patrocinado”. Una buena manera de hacer un seguimiento de tus enlaces de afiliación y asegurarte de que siempre usan el atributo de patrocinado es utilizar un plugin de afiliación como [Pretty Links](#) o [ThirstyAffiliates](#).

Pretty Links le permite crear enlaces de afiliación fáciles y cortos que incluyen el atributo patrocinado y también redirigen con un 301. Vaya a Pretty Links > Opciones en tu panel de control de WordPress para activar estos ajustes:



La página de opciones de Pretty Links

Puedes seleccionar el tipo de redirección correspondiente en el menú desplegable, y seleccionar las casillas de verificación Activar No Follow y Patrocinado para hacer que todos tus enlaces de afiliación incluyan los atributos nofollow y patrocinado. La adición del atributo nofollow asegurará que todos los motores de búsqueda entiendan que no es un enlace natural.

Recursos comerciales

La mayoría de los programas de afiliación cuentan con el soporte de un equipo de vendedores, diseñadores, desarrolladores, etc. En lugar de crear tus propios materiales para promocionar los productos o servicios del comerciante, aprovecha algunos de los contenidos que ya han preparado.

Utilizar los recursos de marketing comercial

Muchos [programas de afiliación](#) ofrecen a sus afiliados materiales promocionales para utilizar sin coste adicional. Estos activos pueden incluir banners para el sitio web, hojas de venta, logotipos y directrices de uso, plantillas de correo electrónico, ejemplos de textos de productos y mucho más.

Aumenta las oportunidades de conversión añadiendo estos elementos visuales a tu sitio web e incluyendo un hipervínculo a una página web optimizada para la conversión. Ponte en contacto con el coordinador del programa de afiliación para discutir las mejores ubicaciones en tu sitio.

Los afiliados de Kinsta tienen acceso a una [serie de banners del sitio web](#), cada uno de los cuales anuncia una función diferente. Puedes encontrarlos en tu [panel de control de afiliado de Kinsta](#).

En general, mantente al día con los programas de afiliación siguiendo el [blog de afiliados](#).

CENTRO DE AFILIADOS

Academia de Afiliados

Aprovecha nuestro canal de academia de afiliados para aumentar rápidamente tus referencias y obtener más ingresos pasivos. Compartimos guías en profundidad, consejos avanzados y entrevistamos a los mejores profesionales del marketing de afiliación del sector.



21 consejos probados para aumentar las ventas de afiliación en 2021

Descubre 21 consejos y trucos probados para aumentar tus ventas de afiliación en 2021. Hemos incluido estrategias tanto para comerciantes como para...



Más de 16 consejos poderosos y trucos para aumentar las ventas de los afiliados de Kinsta

¿Buscas consejos sólidos de marketing de afiliados? Echa un vistazo a estas tácticas probadas para ganar más comisiones de afiliados utilizando el...



Divulgación de afiliados – ¿Cómo escribir y añadirlos a tu sitio web de afiliados de WordPress?

¿Qué es una divulgación de afiliados? Revisa esta guía detallada para saber qué son, cómo funcionan y cómo añadir uno a tu sitio de WordPress.



¿Qué es el marketing de afiliado y cómo funciona?

¿Quieres empezar con el marketing de afiliación para obtener ingresos pasivos? Aprende lo que es el marketing de afiliación, cómo iniciar un sitio w...



Cómo Hacer Dinero de un Sitio de Amazon Associates (Caso Práctico)

Ganar dinero desde su sitio de Amazon Associates no tiene por qué ser complicado. Vea cómo hacer una búsqueda de palabras clave y crear contenido q...



Las Muchas Formas Para Tener un Exitoso Negocio de Afiliado Marketing

¿Luchando para ganar dinero desde su sitio? Conozca cómo funciona el negocio de affiliate marketing y las áreas en las que debe centrarse para tener...

Academia de Afiliados de Kinsta

Únete a grupos de la Comunidad Comercial

Muchas marcas ofrecen espacios donde los afiliados pueden recibir recursos, conocer a otros afiliados y aprender de sus compañeros.

En Kinsta, invitamos a nuestros afiliados a unirse a nuestro grupo de Facebook **“Gana dinero con WordPress”**. “Aquí publicamos con frecuencia noticias y actualizaciones de Kinsta, consejos de venta para afiliados e historias de éxito de conocidos comerciantes afiliados.

Promover los descuentos de la marca

¿Hace falta decir más? Las ofertas y los descuentos son una forma eficaz de fomentar las ventas, especialmente en el marketing de afiliación. Dependiendo de la marca con la que trabajes, podrías recibir los objetivos de la campaña, el público objetivo, el texto de la promoción y los elementos visuales antes de la venta.

Nota: En Kinsta, adoptamos un enfoque diferente con respecto a los descuentos. **No ofrecemos códigos de cupones**, ya que fijamos el precio de nuestros planes en función de la calidad del servicio y la asistencia. También prohibimos a nuestros afiliados que se refieran a nuestros descuentos existentes como cupones, ofertas o promociones especiales.

Eso no significa que no puedas ahorrar dinero en nuestros planes de alojamiento. Ofrecemos **dos meses gratis al comprar un año por adelantado**. También ofrecemos **un 15% de descuento a las organizaciones sin ánimo de lucro**.

Conclusión:

El marketing de afiliación es una excelente manera de obtener ingresos pasivos. Pero, al igual que muchas empresas en línea, no siempre es tan fácil como parece. Cuanto más estratégico seas más ganarás. Esperamos que los consejos de este libro electrónico te ayuden en tu camino hacia el éxito del marketing de afiliación.

Si estás buscando un nuevo programa de afiliados, ¡consulta el de [Kinsta](#)! Ofrecemos hasta 500 \$ por cada recomendación y una comisión mensual recurrente de por vida del 10%, lo que lo convierte en una de las mejores ofertas del sector del alojamiento.

Descubre cuánto dinero puedes ganar con el Programa de Afiliados de Kinsta.



Por último, lleva tu blog de WordPress al siguiente nivel con los servicios de alojamiento administrado de Kinsta. Nuestros servicios se basan en tecnología de vanguardia en cuanto a velocidad y seguridad, y nos tomamos el soporte muy en serio. ¿Qué significa esto para ti? Que nos encargaremos de tu sitio web para que puedas centrarte en aumentar tus ingresos por afiliación.

Descubre por qué Kinsta es el proveedor de alojamiento adecuado para ti





KINSTA