Le guide ultime pour augmenter les commissions d'affiliation

KINSTA

Pour plus d'informations sur la manière de développer votre site web et votre entreprise, scannez le code QR ci-dessus ou rendez-vous sur :
kinsta.com/fr/ebooks/

Publié par KINSTA

Le guide ultime pour augmenter les commissions d'affiliation

Contenus

Introduction 7

CHAPITRE 1

Marketing D'AFFILIATION 101 8

Le marketing d'affiliation en quelques mots 8

Modèles commerciaux d'affiliation 9

Modèle de marketing d'influence 10

Modèle de marketing axé sur les niches 11

Modèle de marketing axé sur la localisation 12

Modèle de marketing « méga-entreprise » 13

Déclaration d'affiliation 15

Comment rédiger une déclaration d'affiliation 16

Le programme d'affiliation de Kinsta 17

CHAPITRE 2

Marketing de contenu 19

Créez ou mettez à jour votre page web d'outils 19

Rédigez ou mettez à jour les avis sur les produits 20

Créez des pages comparatives et des articles de listes, ou un hybride des deux. 22

Lancez un podcast 24

Reformulez votre contenu existant 26

Augmentez votre présence sur Quora 28

Republiez votre contenu sur Medium et LinkedIn 29

CHAPITRE 3

Optimisation de la conversion et des mesures 31

Utiliser des indicateurs clés de performance (KPI) pour suivre les progrès accomplis 31

Utilisez les tests A/B pour identifier votre contenu le plus performant 33

Lien vers des pages d'atterrissage optimisées pour les conversions 35

Générer du trafic vers des sites localisés 37

Ajoutez des appels à action (Calls to Action ou CTA) dans vos articles longs. 39

Ajoutez de nouveaux marchands à un ancien contenu 41

Dissimulez vos liens d'affiliation 41

CHAPITRE 4

Marketing des réseaux sociaux 43

Utiliser les profils d'entreprise 43

Reformulez votre contenu sur toutes les plateformes 44

Monétisez votre contenu vidéo pour gagner des revenus supplémentaires 46

Créez ou rejoignez un groupe Facebook 48

Choisissez les bons canaux pour votre public 49

CHAPITRE 5

Marketing par e-mail 50

Choisissez le bon logiciel de marketing par e-mail (ce n'est pas votre hébergeur) 50

Créez une liste d'abonnés solide 52

Faites en sorte que votre message soit court et agréable 55

Rédigez la ligne de sujet parfaite 55

Engagez-vous auprès de votre public 55

Ajoutez le partage social à vos e-mails 56

Incluez un appel à action fort 57

Ne surchargez pas vos abonnés 59

Testez, mesurez et répétez 60

CHAPITRE 6

Optimisation des moteurs de recherche (SEO) 61

Faites une recherche de mots-clés 63

Utilisez toujours un mot-clé central 64

Incluez votre mot-clé central dans le premier paragraphe 65

Faites attention au nombre de mots 66

Utilisez les balises de titres appropriées 68

Suivez le classement de vos mots-clés 70

Rédigez des méta-descriptions pour augmenter le taux de clics 71

Nommez judicieusement vos fichiers image et ajoutez du texte Alt 72

Publiez du contenu à caractère permanent (Evergreen) 73

Ajoutez un attribut « sponsored » dans les liens d'affiliation 74

CHAPITRE 7

Ressources des marchands 75

Utilisez les ressources du marketing marchand 75

Rejoignez les groupes communautaires des marchands 76

Faites la promotion des remises des marques 77

Conclusion 78

Introduction

Le marketing d'affiliation est un excellent moyen d'augmenter vos revenus passifs, mais il n'est pas sans difficultés. Pour obtenir un revenu mensuel lucratif, il vous faut une bonne dose de stratégie pour optimiser vos efforts et augmenter vos ventes d'affiliation.

Nous avons rassemblé des conseils éprouvés sur la vente par affiliation que vous pouvez mettre en œuvre pour augmenter votre audience, maximiser vos efforts, renforcer votre autorité et augmenter vos revenus passifs.

Ces conseils sont utiles à tous les affiliés, quel que soit le programme ou la marque avec lesquels vous travaillez.

CHAPITRE 1

Marketing D'AFFILIATION 101

Pour augmenter vos ventes par affiliation, vous devez d'abord comprendre le marketing d'affiliation.

Le marketing d'affiliation en quelques mots

Le marketing d'affiliation est un modèle commercial dans lequel un affilié fait la promotion de produits ou de services au nom d'un commerçant. L'affilié gagne ensuite un pourcentage ou un taux convenu pour chaque vente générée par le code de suivi unique de l'affilié.

Le modèle d'affiliation se compose de quatre éléments :

Marchands
Les marchands sont ceux qui créent le produit ou le service. Ils existent dans toutes les industries et dans toutes les tailles d'entreprises.

Affiliés
Les affiliés, également connus sous le nom d'éditeurs, sont ceux qui promeuvent, attirent et convainquent les clients potentiels de la valeur des produits ou services du commerçant pour finalement conclure une vente.

Les affiliés ne sont pas seulement des blogueurs ou des influenceurs, ils peuvent aussi être des entreprises. Par exemple, une agence web peut recevoir une commission chaque fois qu'un client s'inscrit à un outil SEO qui dispose d'un programme d'affiliation.

Consommateurs
Les consommateurs sont ceux qui achètent les produits ou services par le biais du lien unique d'un affilié.

Réseaux
Un réseau sert d'intermédiaire entre un affilié et le marchand. Les marchands utilisent les réseaux d'affiliation pour gérer leur programme d'affiliation et leur base de données de produits. Grâce au réseau, les affiliés peuvent choisir le ou les produits qu'ils souhaitent promouvoir.

Parmi les exemples de réseaux d'affiliation figurent Commission Junction, ShareASale et ClickBank.

Certains marchands, comme Kinsta, ont créé leur propre plateforme pour mieux répondre à leurs besoins. Voici pourquoi nous avons mis en place notre propre système d'affiliation.

Modèles commerciaux d'affiliation

Avec les quatre composantes du marketing d'affiliation viennent différents modèles commerciaux d'affiliation.

Modèle de marketing d'influence

Conçu pour les blogueurs, les YouTubeurs, les podcasteurs et les influenceurs des réseaux sociaux.

Ce modèle est devenu une approche populaire car de plus en plus de consommateurs préfèrent les recommandations de leurs pairs plutôt que les publicités traditionnelles. Dans ce modèle, un influenceur fait la promotion d'un produit et gagne de l'argent lorsque ses abonnés effectuent un achat via ses liens d'affiliation.

Ce modèle est utile pour les grands noms tels que le YouTubeur PewDiePie et le streamer Twitch Ninja, ainsi que pour les petits créateurs de contenu.

Dans l'exemple ci-dessous, l'influenceuse Ailsa de @_happygocurly gagne des revenus d'affiliation en taguant des produits dans l'application Like To Know It (LTK).

Ailsa de @_happygocurly_ reçoit des ventes affiliées via l'application LTK.

Avantages
Plus l'audience d'un influenceur augmente, plus ses ventes augmentent. Les influenceurs ont également tendance à obtenir de meilleurs taux de commission parce qu'ils sont capables de réaliser un grand nombre de ventes sur une courte période.

Défis
Bien qu'il existe une certaine marge de manœuvre, les influenceurs doivent constamment répondre aux besoins de leurs abonnés et leur fournir les informations et le contenu qu'ils souhaitent.

Modèle de marketing axé sur les niches

Conçu pour les blogueurs, les propriétaires de sites web, les experts en marchés de niche et les techniciens.

Ce modèle est sans doute le plus populaire car il est le plus facile à mettre en place. Tout ce dont vous avez besoin est un site web ou un blog destiné à un groupe spécifique d'utilisateurs.

Mon site - Web Hosting Secret Revealed (WHSR) - est un exemple de modèle axé sur une niche, car il se concentre uniquement sur le marché de l'hébergement. Une grande partie du contenu créé sur WHSR est conçue pour résoudre et fournir des solutions pour les services liés à l'hébergement web, ce qui en fait une plateforme naturelle pour les fournisseurs d'hébergement ayant des programmes d'affiliation. Bien sûr, je ne suis pas le seul à avoir réussi dans ce type de modèle. De nombreux influenceurs sont connus pour construire leurs sites web autour de marchés de niche. Parmi les plus grands noms dont vous avez certainement entendu parler figurent Pat Flynn (Smart Passive Income), Mark Wiens (Migrationology), et Darren Rowse (Problogger).

Jerry Low,
Fondateur de Web Hosting Secret Revealed

Avantages
La barrière d'entrée est faible et il n'est pas nécessaire d'être un expert en la matière. Tout ce dont vous avez besoin, c'est d'un site web décent et de compétences en matière de recherche.

Défis
La barrière à l'entrée étant très faible, il s'agit d'un modèle compétitif rempli de spécialistes du marketing d'affiliation. Il faut parfois travailler pour établir une présence, construire un public et atteindre le trafic web nécessaire pour réaliser des ventes régulières.

Modèle de marketing axé sur la localisation

Conçu pour les blogueurs, les propriétaires de sites web, les experts en marchés de niche et les techniciens.

Ce modèle est similaire au modèle précédent, mais avec un accent supplémentaire sur la localisation. Il s'agit souvent de faire des affaires dans la langue locale avec des communautés qui ne parlent ou ne lisent pas l'anglais.

Access Trade au Vietnam en est un bon exemple. Ses affiliés réalisent d'énormes bénéfices en vendant des produits et des services destinés à la population vietnamienne.

Page d'accueil d'Access Trade

Avantages

Ce modèle présente une faible barrière à l'entrée et peut être moins compétitif en fonction de la localisation.

Défis

Étant donné la nature ciblée de ce modèle, les affiliés disposeront d'une taille de marché limitée pour travailler et se développer.

Modèle de marketing « méga-entreprise »

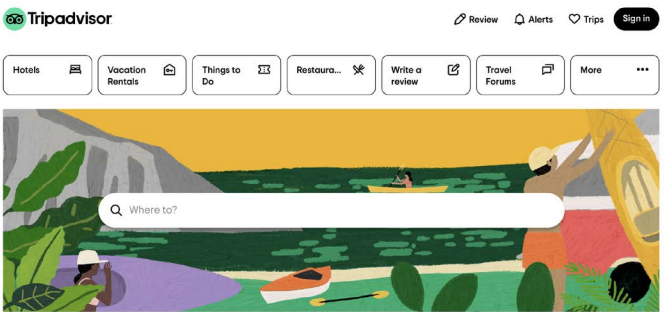
Conçu pour les startups, les filiales bien financées, les sociétés de médias, et plus encore.

Au fur et à mesure que le secteur de l'affiliation se développe, des mastodontes du marketing d'affiliation continueront à apparaître et à perturber le paysage commercial et l'écosystème actuels.

Ce modèle est de plus en plus répandu en raison de :

1. Petites sociétés affiliées évoluant vers une plus grande entreprise.
2. L'essor des achats en ligne dans de plus en plus de pays.
3. Investisseurs en capital-risque qui investissent dans des startups en raison du potentiel lucratif du marketing d'affiliation.

MoneySuperMarket est l'une des plus grandes entreprises d'affiliation et a connu un immense succès depuis son lancement au début des années 2000. Aujourd'hui, son fondateur Simon Justin Nixon est un milliardaire certifié.



Page d'accueil de Tripadvisor

Tripadvisor est également une entreprise affiliée. Elle gagne de l'argent grâce à des partenariats d'affiliation avec des sociétés de voyage et des hôtels. Des études montrent que 77 % de leurs revenus proviennent de la publicité par clic (affiliation CPA) et que TripAdvisor a influencé une part estimée à 10,3 % (environ 546 milliards de dollars) des dépenses mondiales de voyage.

Avantages
Il va sans dire que ce modèle a le potentiel de rapporter beaucoup d'argent.

Défis
À moins que vous ne disposiez d'un investisseur providentiel ou que vous ayez obtenu le soutien de capital-risqueurs, il n'est probablement pas possible de devenir une méga-entreprise de marketing d'affiliation à court terme.

Déclaration d'affiliation

Avant de commencer à promouvoir des liens d'affiliation, il y a une dernière chose dont vous devez être conscient : Les déclarations d'affiliation.

Une déclaration d'affiliation est une courte notification disposée près d'un placement de produit qui explique ce qu'est le marketing d'affiliation et que vous êtes payé pour faire cette recommandation. Ne pas inclure de déclaration d'affiliation est illégal et peut entraîner des problèmes avec le programme d'affiliation de votre marchand. Ces directives s'appliquent aux blogs, aux messages sur les réseaux sociaux, aux vidéos, aux podcasts et à toutes les formes de publicité numérique.

Étant donné que les affiliés comme vous ont une influence sur les achats de leurs utilisateurs, la FTC a créé des directives sur les déclarations en ligne pour aider à faire la distinction entre le placement de produits qui est payé et celui qui est fait sans aucune incitation.

Alors que les directives de la FTC ne s'appliquent qu'aux États-Unis, d'autres pays comme le Royaume-Uni et le Canada ont des lois similaires. Et bien que l'UE ne semble pas avoir de loi exigeant des déclarations, en fonction des informations que vous collectez auprès des clients, le RGPD peut affecter votre programme d'affiliation.

De plus, si vous adhérez à un programme d'affiliation basé aux États-Unis, les directives exigeront probablement que vous incluiez des informations, même si vous ne vivez pas dans un pays doté de lois similaires. Si vous n'êtes pas sûr, il est préférable d'en inclure une.

Comment rédiger une déclaration d'affiliation

Les déclarations d'affiliation peuvent être rédigées de n'importe quelle manière, à condition qu'elles remplissent deux fonctions :

1. Identifier un lien comme étant un lien d'affiliation.
2. Expliquer ce que c'est et ce que ça fait pour vous.

Il peut s'agir d'une explication détaillée de ce qu'impliquent les programmes d'affiliation et des raisons pour lesquelles vous avez choisi de nouer ces partenariats, ou d'une note d'une phrase identifiant le lien et indiquant que vous êtes rémunéré lorsque votre public effectue un achat à partir de ce lien.

Votre déclaration et les liens qui y mènent doivent être clairement visibles et ne pas être masqués sur la page par une coloration très claire ou un texte minuscule et illisible.

Voici comment aThemes a rédigé sa déclaration d'affiliation pour cet article sur les thèmes WooCommerce :

« Déclaration : Certains des liens dans cet article sont des liens d'affiliation, ce qui signifie que si vous cliquez sur l'un des liens et achetez un article, nous pouvons recevoir une commission. Cependant, toutes les opinions sont les nôtres et nous n'acceptons pas de paiements pour des critiques positives. »

> 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.

Déclaration d'affiliation d'aThemes

Le programme d'affiliation de Kinsta

Si vous êtes un client de Kinsta ou simplement un entrepreneur en ligne qui cherche à diversifier ses sources de revenus, le programme d'affiliation de Kinsta est un excellent moyen de gagner de l'argent supplémentaire tout en recommandant un hébergement WordPress de premier ordre.

> J'ai travaillé avec d'innombrables hébergeurs. Beaucoup d'entre eux ont des programmes d'affiliation, mais la plupart sont des paiements uniques et donc peu attrayants. Si j'aide une entreprise à se développer et à générer des revenus récurrents, n'est-il pas juste que je sois récompensé pour la recommandation tant que ce client continue à utiliser le service pour lequel il paie chaque mois ? Kinsta a pensé à cette équité d'affiliation et c'est le seul modèle d'affiliation d'hébergement de sites web à utiliser si vous voulez avoir une véritable collaboration avec des développeurs qui vous aident à vous développer et à prospérer.

Mike Andreasen,

Ingénieur principal chargé des performances et fondateur de WP Bullet, @wp_bullet

En fonction du plan, les affiliés de Kinsta peuvent gagner jusqu'à 500 $ pour chaque référence. Ils reçoivent également une commission mensuelle supplémentaire de 10 % pendant toute la durée de vie du client recommandé. Le taux de désabonnement de Kinsta étant inférieur à 4 %, les affiliés de Kinsta peuvent bénéficier d'un revenu mensuel récurrent constant grâce à leurs parrainages.

Découvrez le programme d'affiliation de Kinsta dans cette vidéo de 3 minutes :

Postuler au programme d'affiliation de Kinsta

CHAPITRE 2

Marketing de contenu

Vous entendrez souvent dire que les affiliés sont des créateurs de contenu. En effet, vous ne pouvez pas vous contenter d'avoir une liste de liens d'affiliation sur votre site et espérer que les utilisateurs cliquent dessus. Vous devez créer du contenu autour des produits et services avec lesquels vous êtes en partenariat.

Le marketing de contenu consiste à créer un contenu pertinent, divertissant, convaincant et utile. Non seulement il génère du trafic sur le site web, mais il établit également l'autorité d'un affilié par le biais de l'éducation.

Voici quelques formats éprouvés que vous pouvez utiliser pour attirer du trafic sur votre site, augmenter les conversions et renforcer votre autorité.

Créez ou mettez à jour votre page web d'outils

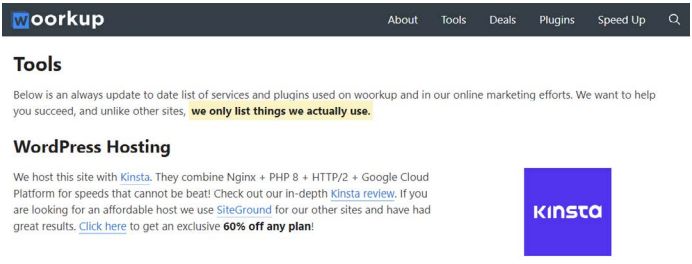
Quelle que soit la taille de votre public, une page web répertoriant vos outils et services favoris aidera vos lecteurs, surtout si vous êtes un affilié spécialisé dans une niche.

Augmentez vos chances de réaliser une vente affiliée en liant votre liste d'outils à des pages optimisées pour la conversion (nous y reviendrons plus tard) ou à d'autres contenus utiles tels que vos évaluations personnelles et vos articles de comparaison. Maintenez ce contenu à jour et facilement accessible aux lecteurs.

Il est important de créer un lien vers votre page d'outils dans la navigation de votre site. De cette façon, vous pouvez attirer l'attention sur les produits ou services que vous recommandez et augmenter vos revenus d'affiliation.

Lorsqu'il s'agit de votre page d'outils, il faut en faire le moins possible. Concentrez-vous uniquement sur les produits ou services qui vous rapportent le plus de revenus d'affiliation.

Brian Jackson,
Co-fondateur de forgemedia, @brianleejackson



Un exemple de page d'outils sur woorkup, un site géré par Brian Jackson

Rédigez ou mettez à jour les avis sur les produits

Les avis sont puissants. 93 % des clients lisent des avis en ligne avant d'acheter un produit. Vos avis peuvent contribuer à générer du trafic et à renforcer votre autorité dans le secteur en apportant valeur et expertise. Elles peuvent également augmenter vos ventes affiliées !

Voici quelques idées sur ce qu'il faut inclure :

- Quel(s) problème(s) le produit ou le service a-t-il réussi à résoudre ?

- Que pouvez-vous en faire ?
- A-t-il été à la hauteur de ses attentes ?
- Le prix en vaut-il la peine ?
- Le recommanderiez-vous à un ami ?
- Quelles sont vos fonctionnalités préférées ?
- Comment le produit ou le service peut-il être amélioré ?

Plus important encore, les critiques doivent être honnêtes et précises. Le marketing d'affiliation est une affaire de relations. La création d'un excellent commentaire sur un produit peu reluisant est un moyen rapide de perdre la confiance de votre communauté.

Lorsque nous rédigeons des critiques, nous utilisons deux stratégies :

1. Passer en revue les nouveaux services qui nous plaisent et qui ont le potentiel de devenir populaires. Au fur et à mesure que leur produit se développe, il en va de même pour le trafic de nos articles de critique, le classement tend à être maintenu et la priorité est donnée aux premières critiques écrites.

2. Passer en revue les solutions populaires dont nous parlons souvent sur le blog.

Ionut Neagu,
PDG de Themeisle, @hackinglife7

Si vous disposez déjà d'avis, relisez-les pour vous assurer que votre opinion sur le produit ou le service n'a pas changé.

L'une des choses que j'ai réussi à faire est de mettre à jour les critiques tous les mois ou au moins une fois par an. Au cours des derniers mois, au lieu de me concentrer sur de nouvelles évaluations de produits, j'ai mis l'accent sur la mise à jour ou la rédaction complète d'anciennes évaluations. Par exemple, j'ai récemment mis à jour l'article sur le thème Divi et il a fini par se classer en première position en très peu de temps.

Dev Sharma,
Fondateur de WPKube

Dans cet exemple, Melissa, de Digital Scrapbooking HQ, passe en revue les nouvelles fonctionnalités de Photoshop Elements. L'article se termine par un lien permettant aux lecteurs d'acheter le produit sur Amazon.

Un article d'évaluation par Melissa, affiliée d'Adobe (Digital Scrapbooking HQ)

Créez des pages comparatives et des articles de listes, ou un hybride des deux.

Les articles comparatifs et les articles de listes sont des éléments de contenu très efficaces dans le domaine de l'affiliation. Comme les critiques, ils peuvent augmenter votre trafic web et votre autorité et vous aider à générer plus de ventes affiliées.

	Kinsta	WP Engine
Prix	Les plans commencent à 30 $ par mois	Les plans commencent à 60 $. Les plans commencent à 34-53 $ par mois
Garantie de remboursement	30 jours	60 jours
Niveaux de plan	10 (sans la personnalisation)	5
Support premium 24/7	Tous les plans	Tous les plans
Intégration gratuite de Cloudflare	✓	X
Infrastructure de base	Identique pour tous les plans (GCP)	Varie selon le plan
Surveillance du temps de fonctionnement	Tous les plans	X
Centres de données mondiaux	28 emplacements	15 emplacements

Page de comparaison d'hébergement de Kinsta

Articles comparatifs

Les articles comparatifs sont une collection bien organisée de notes sur deux ou plusieurs produits ou services. Ils fournissent aux lecteurs les informations nécessaires pour prendre leurs propres décisions d'achat en connaissance de cause. Consultez notre article comparatif sur Kinsta et WP Engine à titre d'exemple.

Articles de listes

Comme leur nom l'indique, les articles de listes sont des articles présentés sous forme de liste. Les créateurs les adorent car ils apportent beaucoup de valeur pour un effort moindre. Plus important encore, les lecteurs apprécient leur facilité de navigation, leur format simple et leurs titres attrayants.

Consultez notre long article « 76 tactiques éprouvées pour générer du trafic sur votre site web » pour en voir un exemple.

Comparaison / Article de listes hybride
Il est également possible de créer un article hybride qui combine les fonctionnalités des articles comparatifs et des articles de listes. Réalisé par Code In WP, l'un de nos affiliés, cet article sur le meilleur hébergement WordPress est un excellent exemple de fusion efficace de ces deux styles.

Avec tous ces types de formats, augmentez vos chances de générer des ventes affiliées en ajoutant des liens optimisés pour la conversion.

Lancez un podcast

Les podcasts vidéo et/ou audio sont un bon moyen de générer des revenus par le biais de ventes affiliées. En fait, 54 % des auditeurs de podcasts sont susceptibles de considérer les marques dont ils ont entendu la publicité dans un épisode.

Encouragez les ventes affiliées en ajoutant des liens et du contenu pertinent à vos notes et descriptions d'émission, ainsi qu'en ajoutant ces produits dans la conversation de votre émission. Comme toujours, ne vendez pas trop en ajoutant une tonne de liens. Faites en sorte que votre contenu ait de la valeur.

Les podcasts ont quelques contraintes à garder à l'esprit. Les liens que vous souhaitez faire visiter à vos auditeurs peuvent apparaître différemment selon la plateforme à partir de laquelle ils se

connectent. La meilleure pratique consiste à inclure des liens dans vos notes et descriptions d'émission et à décrire verbalement aux auditeurs comment trouver votre contenu.

Les liens ne sont pas le seul moyen de générer des revenus dans les podcasts. Au fur et à mesure que votre podcast se développe, vous pouvez demander aux marques avec lesquelles vous travaillez de parrainer votre podcast, que ce soit pour un épisode ou une série entière.

Voici comment lancer un podcast avec WordPress et accroître votre audience.

Conseil rapide de Kinsta

Si vous êtes à la recherche de conseils pour vous développer et développer votre entreprise, ne cherchez pas plus loin que le podcast Reverse Engineered de Kinsta. Publié toutes les deux semaines, ce podcast invite des entrepreneurs à succès et des

experts du secteur à détailler les étapes, les défis et les succès qui ont mené leurs entreprises là où elles sont aujourd'hui.

Écoutez Reverse Engineered »

Reformulez votre contenu existant

Il est difficile de créer du nouveau contenu en permanence. De plus, le contenu existant n'atteint souvent pas son plein potentiel en une seule fois. Tirez le meilleur parti de votre contenu en le réadaptant pour qu'il fonctionne sur plusieurs plateformes.

Utilisez cette technique pour augmenter vos ventes d'affiliation en touchant un public plus large et en attirant l'attention des abonnés que vous avez manqués la première fois.

> Il est important de comprendre que les différents utilisateurs acquièrent les informations de différentes manières. Certains utilisateurs (comme moi) préfèrent généralement le texte, d'autres l'audio ou la vidéo et d'autres encore les graphiques. Faites en sorte que votre contenu de base soit disponible dans tous les formats différents afin que chaque utilisateur puisse trouver ce qui lui convient le mieux.

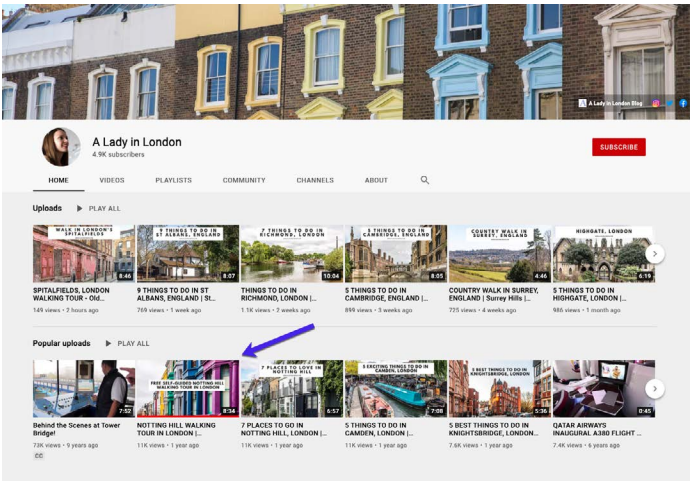
Jackie Goldstein,
Directeur du développement commercial, WebsitePlanet.com

Voici quelques exemples de la manière dont vous pouvez réorienter votre contenu :

- Créez une vidéo YouTube à partir du contenu d'un article de blog.
- Créez une infographie à partir des principaux éléments à retenir d'un article de blog.
- Découpez votre vidéo Facebook en morceaux et réalisez une mini-série pour IGTV.
- Utilisez les citations clés d'un article de blog pour créer des images uniques pour Instagram.
- Créez un e-book qui combine le contenu de plusieurs articles de blog similaires.

Et comme toujours, créez des liens vers des pages web optimisées pour la conversion chaque fois que vous le pouvez.

On peut souvent voir la blogueuse de voyage et spécialiste du marketing d'affiliation A Lady in London réaffecter ses articles de blog sur d'autres canaux de réseaux sociaux. Par exemple, Lady a transformé l'un de ses articles de blog les plus performants, « Lady's Guide to a Lovely Walk in Notting Hill », en une vidéo YouTube « Notting Hill Walking Tour in London ». Elle fait également beaucoup de publicité sur son Instagram.



Page YouTube A Lady in London

Augmentez votre présence sur Quora

Quora est une communauté en ligne de questions-réponses générées par les utilisateurs.

Les liens d'affiliation directs n'étant pas autorisés, il est facile de ne pas considérer Quora comme une plateforme permettant d'augmenter vos ventes par affiliation. En réalité, c'est l'exemple parfait de ce qu'il faut donner et recevoir pour construire efficacement une communauté.

Sur Quora, vous pouvez renforcer votre présence et votre autorité dans votre secteur d'activité en répondant à des questions populaires par des réponses détaillées qui renvoient à vos articles de blog. Veillez à ne pas ajouter trop de liens, car la modération

de Quora est prompte à supprimer et à bannir les comptes qu'elle considère comme du spam.

Non seulement ces actions permettront à davantage de personnes de visiter votre site, mais elles renforceront également votre autorité.

Pour un tutoriel plus détaillé, découvrez notre stratégie complète de marketing sur Quora.

Republiez votre contenu sur Medium et LinkedIn

Medium
Medium est une plateforme de blogs populaire qui permet à tous, des écrivains amateurs aux grandes entreprises, de raconter leur histoire en ligne. Sa plateforme axée sur l'audience en fait également un excellent moyen pour les spécialistes du marketing affilié d'atteindre de nouveaux publics grâce à des articles de longue durée.

Avec Medium, vous pouvez téléverser un article de blog précédemment publié ou créer un nouvel article à partir de zéro.

Nous avons écrit davantage sur la comparaison entre Medium et WordPress.

LinkedIn
Nous connaissons tous LinkedIn comme le réseau social pour tout ce qui concerne les entreprises, mais tout le monde ne sait pas que vous pouvez également publier des articles. À l'instar de Medium et Quora, vous pouvez utiliser LinkedIn pour atteindre de nouveaux publics et renforcer votre autorité.

Vous pouvez utiliser un contenu similaire à celui qui figure déjà sur votre blog, ainsi qu'un lien vers d'autres articles de blog utiles.

Pour en savoir plus, lisez notre article sur la façon de tirer parti de vos efforts de marketing sur LinkedIn.

Note : Bien que chaque plateforme permette la création de liens directs, elle n'est pas recommandée car les liens d'affiliation peuvent être considérés comme étant de faible qualité. Pour cette raison, Kinsta et de nombreux autres programmes d'affiliation n'autorisent pas les liens directs dans leurs programmes d'affiliation. Nous vous recommandons plutôt de créer un lien vers un article de blog contenant des liens d'affiliation.

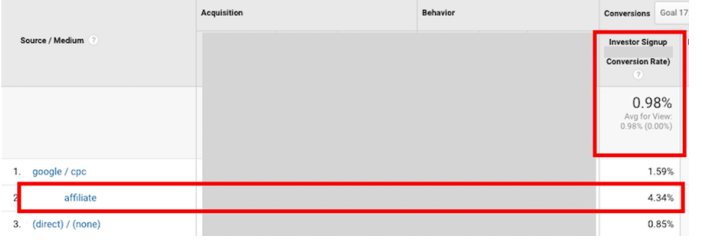
CHAPITRE 3

Optimisation de la conversion et des mesures

C'est bien d'être créatif avec votre contenu, mais vous devriez toujours utiliser des données et des mesures pour suivre leur relation avec les conversions. Voici quelques moyens d'y parvenir.

Utiliser des indicateurs clés de performance (KPI) pour suivre les progrès accomplis

Les indicateurs clés de performance (également appelés Key Performance Indicators ou KPI) sont des mesures utilisées pour déterminer l'efficacité de vos efforts de marketing. Les indicateurs clés de performance peuvent vous indiquer quelle campagne a généré le plus de ventes, quelle campagne n'a pas donné de bons résultats et quelle campagne doit être modifiée.



Taux de conversion des affiliés

Voici quelques mesures à surveiller :

- Taux de clics (Click-through Rate ou CTR) : Le nombre de clics par rapport au nombre de vues. Utilisez cette mesure pour évaluer les performances de vos publicités numériques, liens, appels à l'action, etc.
- Taux de conversion : Le nombre de conversions par rapport au nombre de clics. Alors que les conversions ont tendance à être liées aux ventes dans le marketing d'affiliation, une conversion peut techniquement être n'importe quelle étape que vous voulez que votre visiteur effectue. Il peut s'agir du téléchargement d'un e-book, de l'inscription à une newsletter ou à une démo.
- Les revenus par source de trafic : Le revenu total généré par les différentes sources. Utilisez cette mesure pour déterminer lesquelles de vos plateformes (site web, Facebook, YouTube, etc.) génèrent le plus de revenus.
- Temps moyen passé sur la page : Le temps moyen que les visiteurs du site web passent sur une page web spécifique. Utilisez cet indicateur de performance clé pour déterminer les pages qui ont de la valeur pour les lecteurs et celles qui doivent être revues.
- Taux de rebond : Le taux de rebond correspond aux sessions sur une seule page divisées par l'ensemble des sessions. En d'autres termes, il s'agit du nombre d'utilisateurs qui accèdent à une page de votre site mais qui la quittent immédiatement. Un taux de rebond élevé est généralement considéré comme une mauvaise chose car cela signifie que les visiteurs ne restent pas assez longtemps pour convertir via vos liens d'affiliation.
- Classement par mot-clé : Il s'agit de la position dans laquelle votre page web se classe pour un mot-clé particulier. Il est bon de garder cette mesure à l'esprit lorsque vous décidez sur quels mots-clés vous concentrer et quand optimiser votre contenu. Nous y reviendrons au chapitre 6.

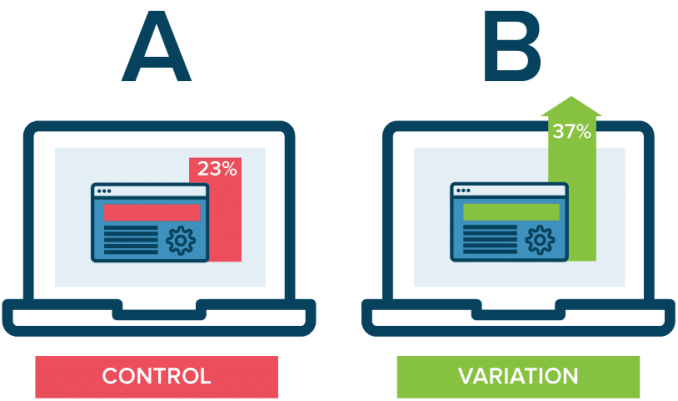
Prenez régulièrement note de vos indicateurs clés de performance et utilisez ces analyses pour augmenter vos ventes d'affiliation.

> La mise en œuvre du suivi du taux de conversion sur site avec Google Analytics et WordPress Pretty Links m'a finalement fourni les points de données qui me manquaient pour avoir un impact significatif sur le taux de conversion.

Mike Andreasen,
Ingénieur principal chargé des performances et fondateur de WP Bullet

Utilisez les tests A/B pour identifier votre contenu le plus performant

Effectuez des tests A/B pour déterminer quelle version d'un élément de votre campagne est la plus performante. Effectuez des tests A/B sur des pages web, des articles de blog, des bannières publicitaires, des e-mails, etc. pour trouver le point idéal qui génère le plus de ventes affiliées.



Utilisez les tests A/B pour optimiser vos efforts de vente

Voici comment réaliser votre propre test A/B :

1. Choisissez l'élément que vous souhaitez évaluer. Les choix typiques comprennent le titre, les appels à action, les éléments visuels et la mise en page.
2. Décidez de l'indicateur clé de performance qui mesurera le succès du test. Par exemple, si vous testez le sujet de votre e-mail, vous voudrez probablement examiner le taux d'ouverture.
3. Choisissez une taille d'échantillon, c'est-à-dire le nombre de tests nécessaires pour déterminer un vainqueur.
4. Créez deux versions de votre test, la seule différence étant l'élément de test.
5. Lancez votre test.
6. Évaluez vos résultats sur la base de vos indicateurs clés de performance prédéterminés. Prenez note de tous les facteurs externes qui ont pu affecter votre test.

Jetez un coup d'œil à certains des meilleurs outils de test A/B de WordPress pour optimiser votre taux de conversion.

> L'exécution de tests A/B simples mais puissants m'a permis de doubler les taux de conversion.

Mike Andreasen,
Ingénieur principal chargé des performances et fondateur de WP Bullet

Lien vers des pages d'atterrissage optimisées pour les conversions

Nous y avons beaucoup fait référence dans le chapitre 2. Les clics ne se traduisent pas automatiquement par des ventes. Dirigez votre trafic vers les pages d'atterrissage appropriées afin de maximiser votre potentiel de clics et d'augmenter vos chances de générer plus de ventes affiliées. Voici comment créer les vôtres avec WordPress.

Non seulement votre page d'atterrissage doit être pertinente, mais elle doit également offrir aux utilisateurs de nombreuses possibilités de conversion.

Par exemple, dans l'article de la blogueuse de voyage et spécialiste du marketing d'affiliation Daniela Azzip Trips sur les joyaux cachés de la Côte d'Azur, elle dirige les lecteurs intéressés par un hébergement directement vers une page de conversion sur Booking.com.

5) La Turbie

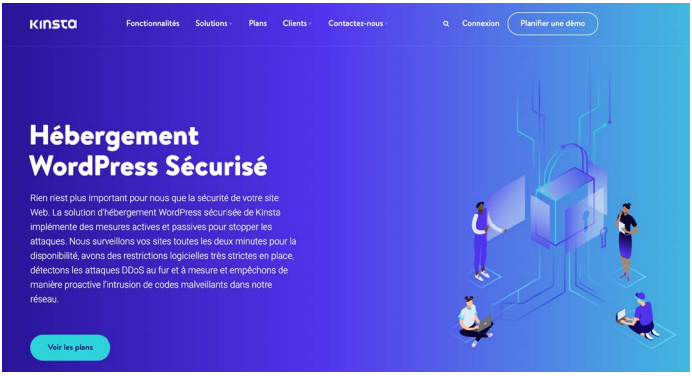
Top view towards Monaco from Tête de Chien, La Turbie

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.

Article de blog optimisé pour la conversion de Daniela Azzip Trips

Si vous êtes un affilié de Kinsta et que votre article de blog traite de la sécurité des sites web, créez un lien vers notre page sur l'hébergement WordPress sécurisé.



La page d'accueil de Kinsta sur l'hébergement WordPress sécurisé

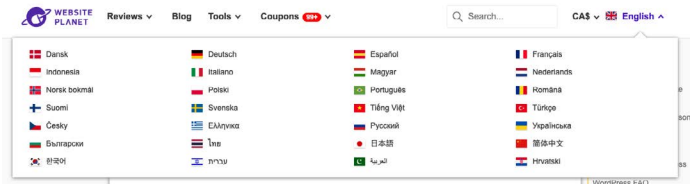
Générer du trafic vers des sites localisés

Les données montrent que les utilisateurs préfèrent naviguer et faire des achats dans leur langue maternelle. Vous avez plus de chances de réaliser une vente affiliée si vous dirigez les utilisateurs vers un site localisé.

Chez Kinsta, nous proposons notre contenu en anglais, espagnol, allemand, français, italien, néerlandais, portugais, danois, suédois et japonais. Vous pouvez facilement passer d'un site à l'autre en consultant le menu des langues en bas à droite de notre pied de page.

Kinsta propose ses sites dans de nombreuses langues.

Un autre exemple est celui de Website Planet, qui publie du contenu en plusieurs langues et possède différents sites localisés.



Les nombreuses langues que Website Planet propose à ses lecteurs

Outre les langues, les entreprises peuvent avoir des sites différents selon les pays. Par exemple, les affiliés d'Amazon doivent savoir que les utilisateurs canadiens d'Amazon feront leurs achats sur amazon.ca alors que les utilisateurs américains d'Amazon feront leurs achats sur amazon.com. Cette petite différence d'URL fait une énorme différence dans l'expérience utilisateur et dans vos revenus d'affiliation.

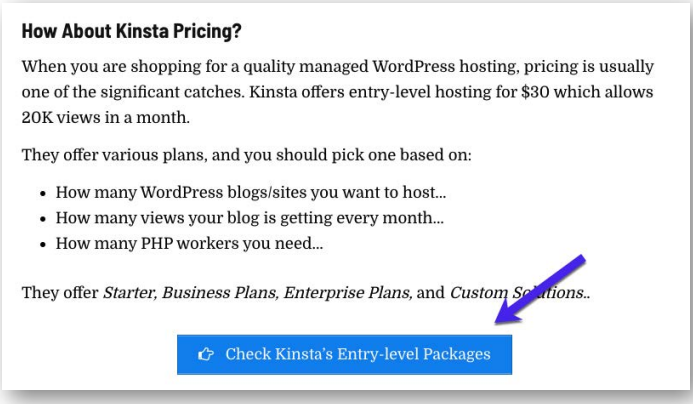
Ajoutez des appels à action (Calls to Action ou CTA) dans vos articles longs.

Les articles longs sont des éléments de contenu qui comptent généralement 2000 mots ou plus. Ces articles vous permettent d'approfondir des sujets, sont plus faciles à adapter en contenu permanent et sont souvent plus susceptibles d'être partagés qu'un article moyen.

Les appels à action (CTA) encouragent les utilisateurs à interagir sur votre site. Le plus souvent, ils se présentent sous forme de liens hypertexte, de boutons ou d'images. Dans le cadre du marketing d'affiliation, les CTA envoient presque toujours les utilisateurs vers une page d'atterrissage optimisée pour la conversion.

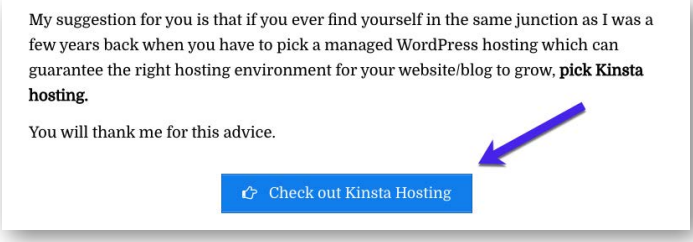
Ajoutez des CTA au contenu de format long pour répartir les opportunités de conversion dans l'ensemble de votre article. L'ajout d'un CTA au bas d'un article est une bonne pratique standard. Nous vous recommandons également d'en inclure un vers le début et quelques-uns au milieu, en fonction de la longueur. Ainsi, vous toucherez tous les lecteurs, qu'ils lisent une section ou l'ensemble de l'article.

Dans cet article de Shout Me Loud, Harsh Agrawal, spécialiste du marketing d'affiliation, optimise les conversions en incluant deux boutons CTA. Un, au milieu de l'article :



Un bouton CTA sur l'article du blog de Shout Me Loud

Et un autre à la fin :



Un deuxième bouton CTA sur l'article du blog de Shout Me Loud

Consultez notre guide sur la création d'articles longs exceptionnels sur WordPress.

Ajoutez de nouveaux marchands à un ancien contenu

Un contenu « ancien » et de bonne qualité présente de nombreux avantages en matière de SEO. Comme il a vécu plus longtemps sur Internet, ce contenu peut gagner du trafic de recherche organique et bénéficier du partage de liens.

Augmentez les possibilités de générer des ventes affiliées en ajoutant de nouveaux marchands à votre contenu existant.

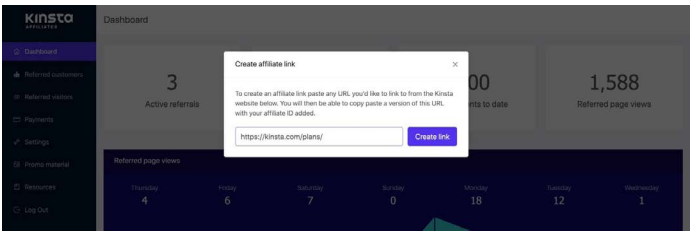
Et ne vous arrêtez pas là. Profitez de cette occasion pour rafraîchir le contenu de l'article et réparer les liens d'affiliation cassés. Mettez à jour les anciens chiffres et créez des liens vers votre contenu plus récent et vos pages d'atterrissage optimisées pour la conversion. Non seulement vos lecteurs apprécieront, mais les mises à jour de contenu inciteront également Google à explorer plus fréquemment votre site, ce qui entraînera une éventuelle amélioration de votre classement dans les moteurs de recherche.

Dissimulez vos liens d'affiliation

Les liens d'affiliation peuvent être longs, compliqués et parfois même effrayants, surtout pour les utilisateurs non techniques. Ces liens ont également tendance à ne pas fournir d'informations sur l'endroit où l'utilisateur se retrouvera une fois qu'il aura cliqué dessus, ce qui suscite encore plus d'hésitation.

Créez des URL d'affiliation propres grâce à la dissimulation de liens pour augmenter la probabilité qu'un utilisateur clique sur votre lien d'affiliation. N'oubliez pas d'inclure votre déclaration d'affiliation sur la page, afin que les utilisateurs sachent que vos promotions sont des publicités payantes.

Bien sûr, les clics ne sont que la moitié du chemin. Assurez-vous que vos URL mènent aux pages d'atterrissage optimisées pour la conversion. Et suivez les indicateurs clés de performance de vos liens pour enregistrer le succès et optimiser vos tactiques si nécessaire.



Création de liens d'affiliation personnalisés dans le tableau de bord d'affiliation de Kinsta

CHAPITRE 4

Marketing des réseaux sociaux

À l'instar d'un site web, les réseaux sociaux sont une autre plateforme qui vous permet d'augmenter votre public, de promouvoir du contenu et d'inciter les internautes à cliquer sur vos liens d'affiliation. Maximisez vos efforts en optimisant votre contenu pour chaque plateforme et en utilisant au mieux leurs outils uniques.

Avant de nous plonger dans les différentes plateformes, il convient de noter que tous les programmes d'affiliation n'autorisent pas les liens directs sur les réseaux sociaux. Certains préfèrent que vous utilisiez les réseaux sociaux pour diriger le trafic vers votre blog, tandis que d'autres n'autorisent les liens directs que sur certaines plateformes. Lisez les conditions de service de votre programme d'affiliation ou parlez-en à votre responsable d'affiliation pour savoir ce que votre programme autorise.

Ensuite, nous aborderons quelques moyens de maximiser vos efforts dans le domaine des réseaux sociaux.

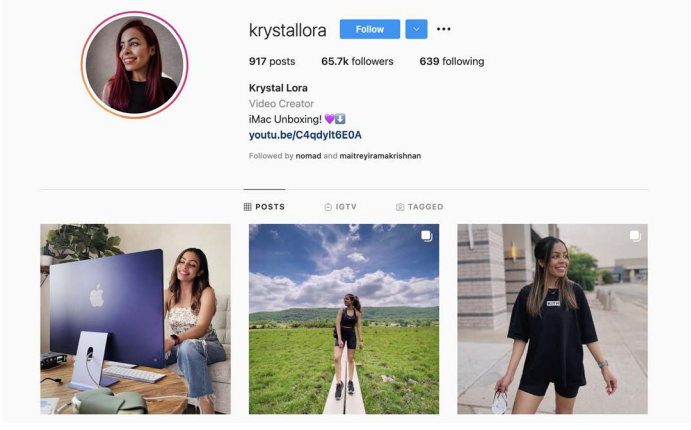
Utiliser les profils d'entreprise

De nombreuses plateformes de réseaux sociaux offrent la possibilité de créer un « profil professionnel ». Nous vous recommandons d'utiliser ces profils lorsque cela est possible, car ils sont dotés d'outils d'analyse utiles pour déterminer le succès

d'une publication, les caractéristiques démographiques de votre public, etc.

Ils ont également tendance à offrir la possibilité de créer des publicités. Note : Avant de créer une publicité, vérifiez auprès de votre programme d'affiliation si les publicités sont autorisées.

Vous trouverez ci-dessous le profil professionnel Instagram de Krystal Lora, créatrice de vidéos et spécialiste du marketing d'affiliation.



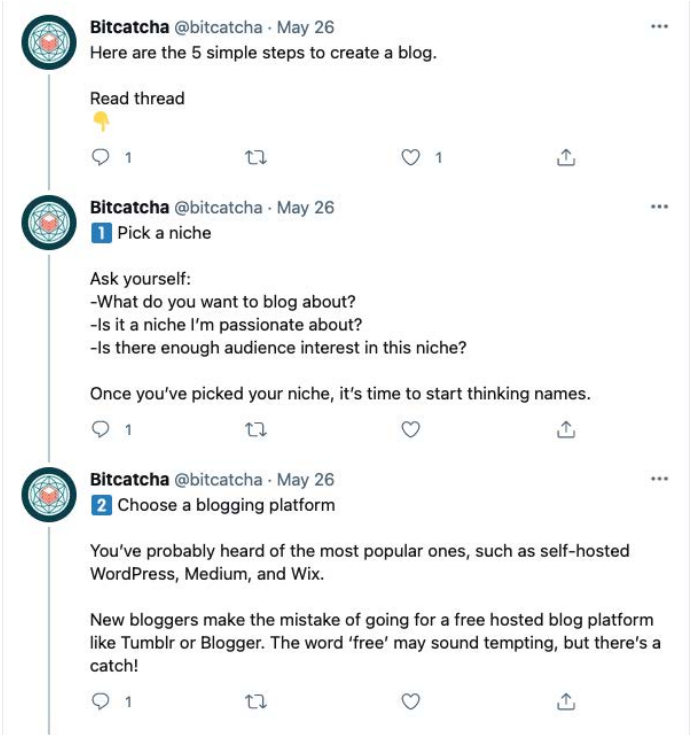
Profil Instagram professionnel de Krystal Lora

Reformulez votre contenu sur toutes les plateformes

Nous en avons parlé au chapitre 2, mais cela vaut la peine de le répéter : Optimisez vos efforts en réutilisant votre contenu sur différentes plateformes. Vous avez créé un Reel sur Instagram ? Réutilisez-le pour TikTok. Ou encore, découpez votre longue vidéo

YouTube en morceaux plus courts pour Facebook. Les possibilités sont infinies.

Dans cet exemple, Bitcatcha a créé un fil Twitter en utilisant le contenu d'un article de blog.

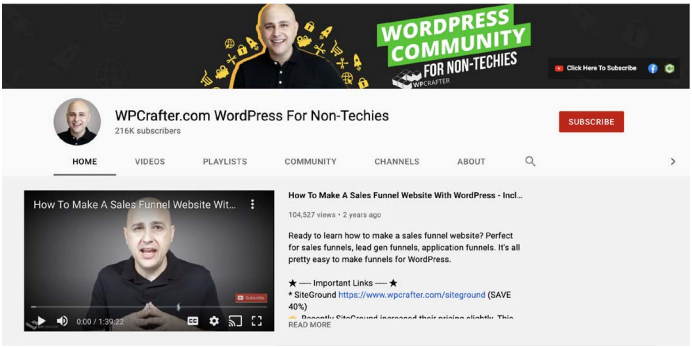


Une partie du fil Twitter de Bitcatcha

Monétisez votre contenu vidéo pour gagner des revenus supplémentaires

À mesure que votre audience sur les réseaux sociaux augmente, vous pouvez devenir éligible à gagner de l'argent avec vos vidéos sur certaines plateformes. Lorsque vous atteignez ce niveau, profitez de cette source de revenus supplémentaire. Vous le méritez bien !

Note : L'éligibilité et les détails de ces programmes évoluent. Retrouvez les dernières informations sur les sites des plateformes.



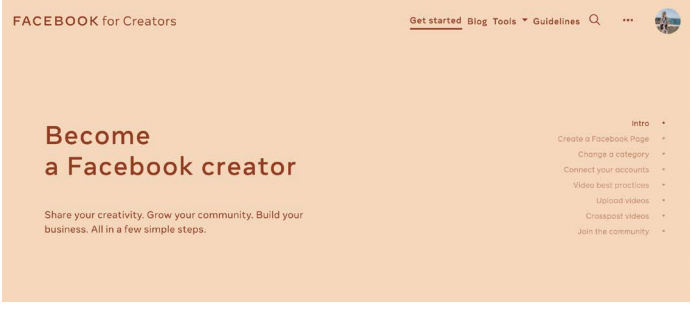
Chaîne YouTube de WPCrafter

Programme de partenariat YouTube
Ce programme offre plusieurs possibilités de revenus aux créateurs. Rejoignez le programme de partenariat de YouTube pour avoir accès aux revenus publicitaires, aux adhésions aux chaînes, au rayon des produits dérivés, au Super Chat et aux Super Stickers, ainsi qu'aux revenus de YouTube Premium.

L'acceptation dans le programme et ses différentes fonctionnalités est basée sur l'âge et le nombre d'abonnés.

Meta for Creators (anciennement Facebook for Creators)
Comme sur YouTube, vous pouvez gagner de l'argent en incluant des publicités dans vos vidéos. Avec les publicités in-stream, vous pouvez sélectionner les vidéos que vous souhaitez monétiser et l'endroit de la vidéo où vous souhaitez qu'elles soient insérées : pre-roll, mid-roll et images.

Voici plus d'informations sur la façon de se lancer en tant que créateur de Facebook.



Devenir un créateur Facebook.

Fonds TikTok pour les créateurs
Par rapport à YouTube et Facebook, ce programme n'en est encore qu'à ses débuts. De plus, il n'est actuellement disponible que pour les créateurs de certains pays.

Mais si vous avez développé un large public sur TikTok, le fonds TikTok pour les créateurs peut être un nouveau moyen de tirer profit de votre contenu. Pour l'instant, les fonds sont basés sur les vues, l'authenticité de ces vues et l'engagement.

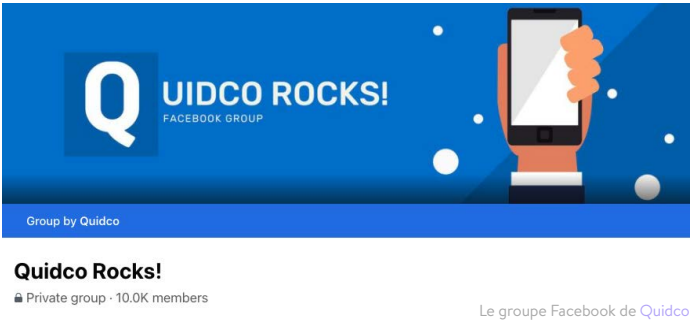
Créez ou rejoignez un groupe Facebook

Le marketing d'affiliation repose sur la création et le développement de relations. Il s'agit d'un aspect important, car le développement de votre communauté signifie que davantage de personnes seront amenées à découvrir votre contenu, qui contient vos liens d'affiliation.

Les groupes Facebook peuvent vous aider à établir et à développer des relations de plusieurs manières.

Créez un groupe privé sur Facebook
Interagissez avec votre communauté en répondant à des questions, en créant des liens pertinents vers des articles de blog ou des vidéos, et en vous connectant avec des personnes partageant les mêmes idées. Ce groupe peut être ouvert à tous ou réservé à un segment particulier, par exemple aux membres d'un cours en ligne que vous donnez ou aux abonnés de votre newsletter.

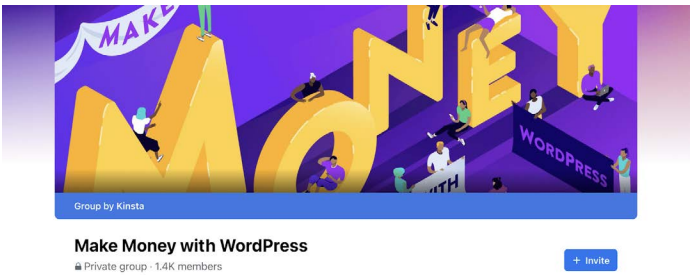
Dans cet exemple, le site de cashback Quidco utilise son groupe Facebook pour se connecter avec sa communauté, partager des conseils et organiser des défis et des concours.



Le groupe Facebook de Quidco

Rejoignez un groupe Facebook préexistant
Engagez-vous auprès d'un groupe déjà formé dans votre niche pour renforcer l'autorité de votre marque.

Rejoignez le groupe Facebook de votre programme d'affiliation
Apprenez-en plus sur le marketing d'affiliation et l'augmentation de vos ventes. Chez Kinsta, nous invitons nos affiliés à rejoindre notre groupe Facebook « Make Money with WordPress ». Ici, nous publions fréquemment des nouvelles de Kinsta et des conseils sur les ventes d'affiliation.



Le groupe Facebook de Kinsta « Make Money with WordPress »

Choisissez les bons canaux pour votre public

Avec autant de plateformes sociales sur le marché, il peut être difficile de décider laquelle utiliser pour augmenter vos revenus. Notre recommandation ? Réclamez votre nom d'utilisateur sur différentes plateformes, mais concentrez vos ressources là où se trouve votre public.

CHAPITRE 5

Marketing par e-mail

Construisez votre communauté grâce au marketing par e-mail. Non seulement vous pouvez l'utiliser pour atteindre de nouveaux publics, mais c'est aussi un autre moyen d'attirer l'attention sur votre contenu précieux et, par conséquent, sur les ventes d'affiliation.

Comme nous l'avons déjà mentionné, ne vous contentez pas d'inclure des liens d'affiliation dans le contenu de vos e-mails. Offrez plutôt de la valeur. Encouragez votre public à cliquer sur divers articles, et à partir de là, dirigez-le vers la conversion avec vos liens d'affiliation.

Nous vous proposons ci-dessous quelques conseils pour améliorer votre marketing par e-mail.

Choisissez le bon logiciel de marketing par e-mail (ce n'est pas votre hébergeur)

La plupart des hébergeurs WordPress, y compris Kinsta, autorisent l'envoi d'e-mails sortants via leurs propres serveurs. C'est très bien pour quelques e-mails ici et là (comme les réinitialisations de mot de passe) et pour vous permettre de démarrer avec votre site. Cependant, de nombreuses extensions tierces font leur apparition et transforment WordPress en une véritable solution de marketing par e-mail, permettant d'envoyer régulièrement des milliers d'e-mails.

Bien qu'il n'y ait rien de mal avec les extensions elles-mêmes, c'est la configuration de la façon dont les extensions envoient les e-mails qui est souvent négligée. Ne pas les configurer correctement peut nuire aux performances de votre campagne d'e-mail et même à sa capacité à atteindre les boîtes de réception de votre public.

En général, un serveur d'hébergement n'est pas censé être également un serveur de messagerie. En revanche, voici quelques recommandations de logiciels utiles pour l'envoi de newsletters, d'annonces, d'invitations, etc :

1. MailChimp
2. MailerLite (voir l'image ci-dessous)
3. SendPulse
4. HubSpot

Cliquez sur les liens ci-dessus pour obtenir une description détaillée de chaque logiciel et savoir pourquoi il peut ou non convenir à votre communauté et à votre budget.

Le blog Rising CEO utilise le logiciel de messagerie de Mailerlite. Ils sont également affiliés à MailerLite.

Créez une liste d'abonnés solide

Quelle que soit la solidité de votre stratégie de marketing par e-mail, si vous n'avez pas de liste d'abonnés, vous n'en récolterez jamais les fruits.

> Au départ, nous avons commencé avec une boîte d'abonnement sur le site, ce qui n'a pas donné de bons résultats en termes de chiffres, mais les visiteurs les plus engagés s'y sont inscrits. Comme la valeur du temps investi dans la création de la newsletter augmentait en même temps que la taille de l'audience, nous avons ensuite commencé à introduire des mises à jour du contenu qui se sont avérées beaucoup plus attrayantes pour les gens et nos listes ont augmenté beaucoup plus rapidement. Je voudrais étiqueter les listes correctement car la deuxième cohorte ne sera pas aussi engagée et intéressée par les newsletters à venir que la première, donc vous devriez les qualifier avant.

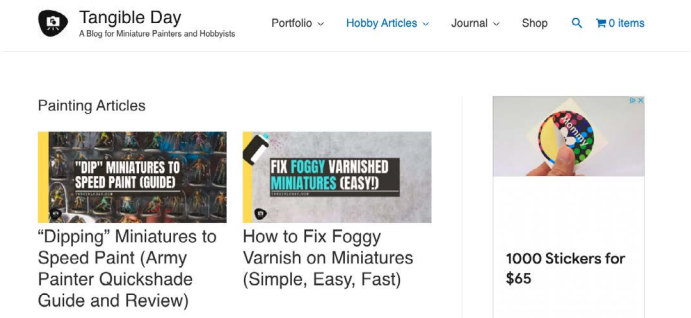
Ionut Neagu,
PDG de Themeisle, @hackinglife7

Voici quelques moyens simples de commencer :

Lancez un blog
Utilisez votre blog pour attirer davantage de prospects, renforcer votre autorité et développer votre SEO (nous y reviendrons dans le prochain chapitre). Ensuite, offrez aux visiteurs plusieurs possibilités de s'inscrire à votre newsletter.

Les spécialistes du marketing qui utilisent des blogs pour générer des prospects et des inscriptions voient en moyenne 97 % de prospects entrantes en plus que ceux qui ne bloguent pas. Nous pouvons également en témoigner personnellement chez Kinsta. Consultez la liste de contrôle SEO que nous avons utilisée pour augmenter notre trafic de 123 % en 12 mois.

Voici l'exemple de Tangible Day, un blog contenant des tonnes d'articles sur les loisirs, les jeux, la peinture, la photographie, l'impression 3D et bien d'autres choses encore, tous destinés aux peintres de figurines et aux amateurs. Ces articles génèrent du trafic organique sur le site et le blog gagne de l'argent lorsque les lecteurs cliquent sur les liens affiliés. Le site contient également un formulaire pour s'inscrire à leur newsletter.



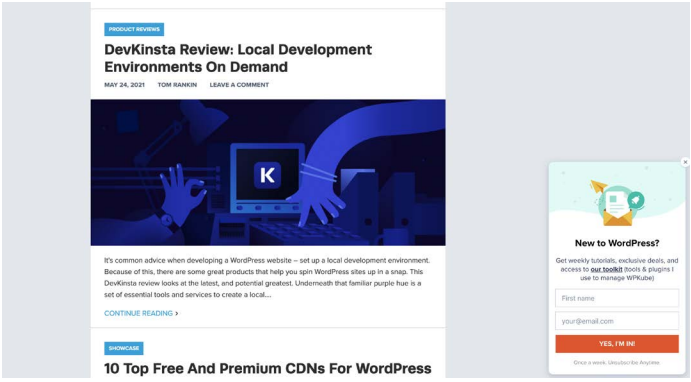
Articles de peinture de Tangible Day

PS : Si vous n'avez pas encore créé de blog, nous vous recommandons vivement WordPress.

Utilisez des formulaires d'inscription

Ajoutez des formulaires d'inscription à votre site. Un formulaire d'inscription à la newsletter dans le pied de page est une bonne chose, mais tout le monde ne passera pas son temps à chercher votre bouton d'inscription. Amenez-le plutôt à eux.

Voici comment WPKube encourage les visiteurs qui ont parcouru son site à s'inscrire à sa newsletter.

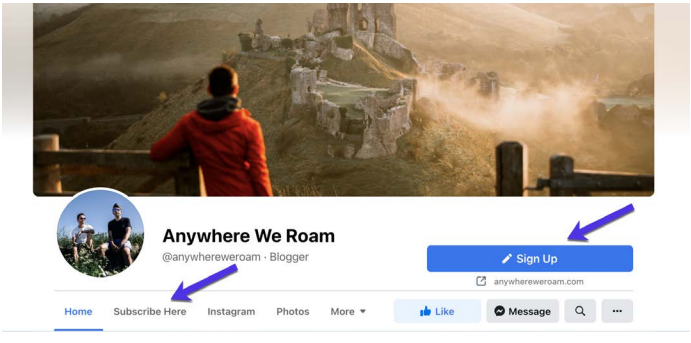


Un formulaire d'inscription par e-mail de WPKube

Ajoutez une inscription à la newsletter sur vos canaux de réseaux sociaux.

Utilisez les réseaux sociaux à votre avantage. Optimisez votre biographie en incluant un lien vers votre newsletter et faites-en la promotion régulièrement.

Voici comment les blogueurs de voyage et spécialistes du marketing affilié Mark et Paul de Anywhere We Roam font la promotion de leur newsletter sur leur page Facebook.



Un formulaire d'inscription à la newsletter sur la page Facebook de Anywhere We Roam

Faites en sorte que votre message soit court et agréable

Près de la moitié des consommateurs déclarent recevoir trop d'e-mails. Il y a de fortes chances que vous vous reconnaissiez.

Alors que les articles de blog et les articles en ligne peuvent s'en tirer avec un nombre de mots plus élevé, les lecteurs de vos e-mails ne veulent pas lire un mini-roman. Apportez plutôt de la valeur ajoutée, allez droit au but et créez des liens vers vos articles pour encourager les lecteurs à acheter depuis vos liens d'affiliation.

Rédigez la ligne de sujet parfaite

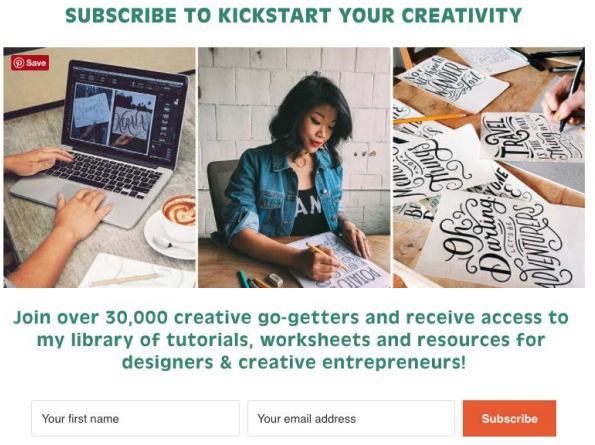
Si vous vous trompez dans le sujet, le contenu n'aura aucune importance. 47 % des lecteurs décident d'ouvrir ou non un e-mail en se basant uniquement sur la ligne de sujet.

Comment inciter vos lecteurs à ouvrir votre message ? L'un des moyens est de pratiquer la méthode « avantage, logique ou menace » qui consiste à proposer un avantage évident, une déclaration de « bon sens » ou un contenu de type « ne passez pas à côté ».

Engagez-vous auprès de votre public

Comment vous assurer que vos lecteurs sont attentifs ? Donnez-leur une raison d'interagir avec vous après avoir lu votre e-mail. Par exemple, posez-leur une question ou créez un lien vers un contenu pertinent. Maintenez l'intérêt de vos lecteurs pour votre marque.

Dans cet exemple, Lauren Hom, artiste lettriste et spécialiste du marketing d'affiliation, propose aux lecteurs des incitations à la création, des ressources et des feuilles de travail.

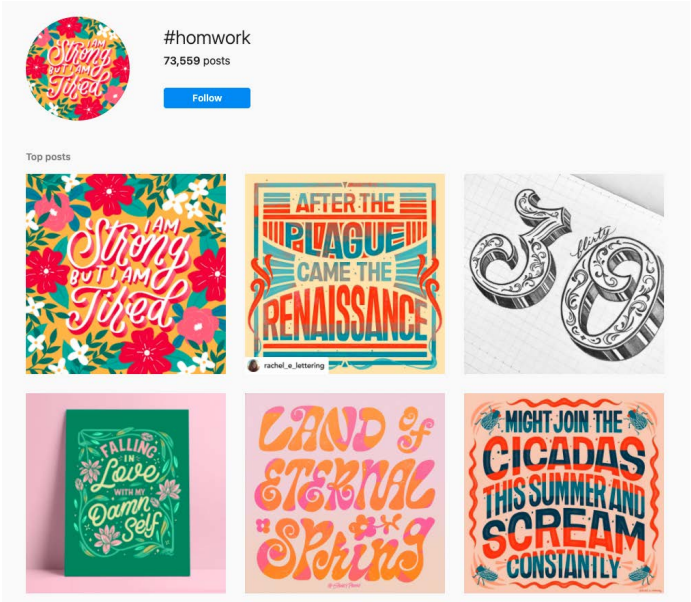


Inscription à la newsletter de l'artiste lettriste Lauren Hom

Ajoutez le partage social à vos e-mails

Faites en sorte que votre public puisse facilement partager votre message. C'est un moyen simple d'étendre la portée de votre contenu et de renforcer votre autorité.

Comme mentionné dans la section précédente, Lauren Hom propose des invites créatives hebdomadaires à son public. Pour s'engager davantage avec eux, Lauren encourage ses lecteurs à partager leur travail sur Instagram, à la taguer et à utiliser le hashtag #HOMwork. Lauren sélectionne ensuite ses favoris et en fait la promotion dans ses stories.



Le hashtag de Lauren Hom (#HOMwork) sur Instagram

Incluez un appel à action fort

Tout e-mail doit comporter un appel à action (CTA) fort et clair pour encourager les lecteurs à effectuer une certaine tâche. Des études montrent qu'un appel à action peut augmenter votre taux de clics de plus de 370 %.

Vous voulez que vos lecteurs lisent un certain article de blog ? Indiquez-le dans votre CTA. Vous voulez que vos lecteurs téléchargent votre dernière ressource ? Intégrez-la à votre CTA.

Voici un CTA fort vu dans un e-mail de Smart Passive Income qui encourage les lecteurs à s'inscrire à leur atelier :

Un CTA de Smart Passive Income encourageant les lecteurs à s'inscrire à un atelier.

Ne surchargez pas vos abonnés

La plupart d'entre eux préfèrent recevoir un e-mail promotionnel au moins une fois par mois, et 15 % des consommateurs ont déclaré qu'ils ne seraient pas gênés d'en recevoir un tous les jours. Le point idéal se situe probablement quelque part au milieu et varie selon le secteur, le public et le contenu.

Pour trouver votre point idéal, surveillez les taux de désabonnement (vous vous souvenez des indicateurs clés de performance dont nous avons parlé au chapitre 2) après chaque campagne et ajustez votre fréquence d'envoi en conséquence. Une autre façon de savoir à quelle fréquence votre public souhaite avoir de vos nouvelles est de leur demander, tout simplement.

Il est préférable d'indiquer la fréquence près de votre formulaire d'inscription. Dans le formulaire d'inscription à la newsletter de CodeinWP, il est clairement indiqué que l'e-mail sera envoyé chaque semaine.

Inscription à la newsletter de CodeinWP

Testez, mesurez et répétez

Sans mesures définies et sans suivi permanent, vos résultats finiront par stagner et vous vous demanderez ce qui n'a pas marché. Les tests A/B sont un excellent point de départ pour voir ce qui marche le mieux avec votre public.

Vous pouvez également suivre les mesures des e-mails dans Google Analytics à l'aide de balises UTM. Pour afficher votre campagne, allez dans Acquisition > Campagnes. De nombreux outils de marketing par e-mail ajoutent également pour vous des balises UTM automatiquement.

Quoi que soit ce que vous choisissez de mesurer, ne le faites pas une seule fois. Après avoir apporté des modifications à votre stratégie, arrêtez-vous et mesurez à nouveau. Votre stratégie de marketing par e-mail doit toujours être en évolution.

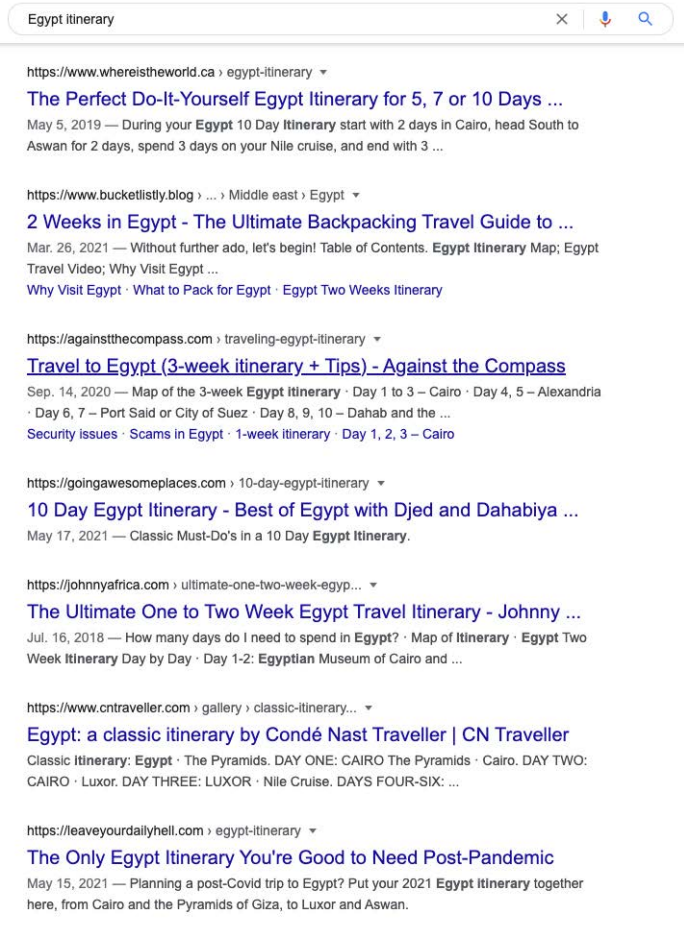
Recevez les derniers conseils sur la façon de développer votre site web et votre entreprise directement dans votre boîte de réception. Abonnez-vous à la newsletter hebdomadaire gratuite de Kinsta.

CHAPITRE 6

Optimisation des moteurs de recherche (SEO)

L'optimisation des moteurs de recherche (SEO) consiste à faire apparaître votre contenu en tête des résultats de recherche pertinents. Pourquoi est-ce important pour les affiliés ? Pour que vous puissiez réaliser des ventes d'affiliation sur votre blog, il faut que les internautes visitent votre site.

Mais Google est un lieu de concurrence, surtout dans certaines niches. Par exemple, voici quelques blogs de voyage qui sont apparus sur la première page de notre recherche sur « Egypt itinerary ». Avec plus de 10 600 000 résultats de cette recherche, il faut beaucoup de compétences en matière de SEO pour figurer parmi les premiers.



Résultats de la recherche Google pour « Egypt itinerary »

Comme vous pouvez le constater, l'amélioration du référencement de votre site web peut avoir des résultats spectaculaires.

Nous avons un article de blog qui couvre les 58 astuces que nous avons utilisées chez Kinsta pour augmenter le trafic organique de plus de 123 % en 12 mois. Nous vous recommandons vivement d'y jeter un coup d'œil, mais en attendant, en voici quelques-unes que vous pouvez mettre en œuvre dans votre contenu d'affiliation.

Faites une recherche de mots-clés

Lorsqu'il s'agit de SEO WordPress, il est important de se rappeler que Google est toujours un algorithme informatique. Les mots-clés sont importants.

Optimisez votre contenu grâce à la recherche de mots-clés. L'astuce consiste à trouver un bon mot-clé avec un volume de recherche suffisant et qui ne soit pas trop concurrentiel. Il existe de nombreux outils pour vous aider dans cette tâche. Parmi nos préférés, citons KWFinder, SEMrush et Ahrefs.

Si vous êtes un spécialiste du marketing d'affiliation axé sur la localisation, votre contenu pourrait avoir un avantage en matière de référencement, car les mots-clés dans d'autres langues peuvent être beaucoup moins concurrentiels. Consultez notre guide WordPress multilingue détaillé pour commencer à dominer les SERP dans d'autres langues.

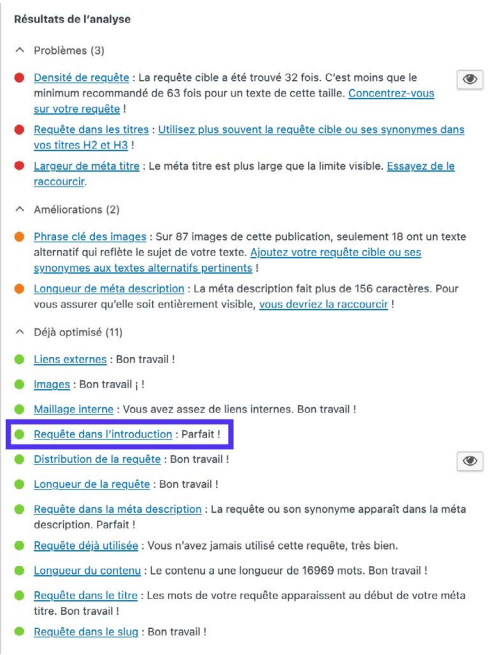
> Si vous voulez augmenter le trafic, oui, vous devez produire du contenu « utile ». Mais pour passer au niveau supérieur, vous devez élaborer un contenu autour d'un mot-clé dont le volume de recherche est avéré. Trouver l'équilibre entre une stratégie fondée sur le SEO et la production d'un contenu unique et bien écrit est la recette secrète de la croissance d'un site web.

Daren Low,
Stratège en chef, Bitcatcha.com

Utilisez toujours un mot-clé central

Chaque fois que vous écrivez un article de blog ou que vous publiez une page sur votre site WordPress, vous devez toujours avoir un mot-clé en tête. Ne vous contentez pas de rédiger un article pour le plaisir de publier plus de contenu.

Dans l'extension Yoast SEO, définissez le mot-clé central sur lequel vous voulez écrire. Par exemple, pour cet article sur le référencement, nous avons utilisé le mot-clé « WordPress SEO ». Vous pouvez voir que Yoast SEO analyse la densité des mots clés, et signale qu'elle est un peu faible :



Exemple d'un mot clé central dans l'extension Yoast SEO

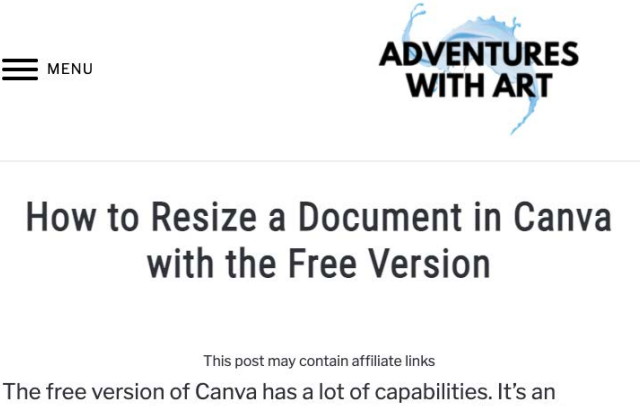
Si la densité des mots-clés et des phrases-clés n'est en aucun cas un facteur de classement, elle peut néanmoins vous aider à vous assurer que votre contenu inclut vos mots-clés cibles.

Incluez votre mot-clé central dans le premier paragraphe

Le premier paragraphe d'un article ou d'une page est très important car Google parcourt le contenu de haut en bas. S'il trouve rapidement votre mot-clé, il est plus susceptible de considérer votre article comme pertinent pour ce sujet.

Il s'agit également de « planter le décor » pour vos lecteurs dès le départ et d'améliorer votre taux de rebond en leur fournissant le contenu qu'ils attendaient.

La blogueuse Diana d'Adventures With Art le fait de manière impeccable dans un article sur le redimensionnement des images dans Canva. L'article apparaît sur la première page des SERP lors d'une recherche sur le redimensionnement d'images sur Canva, ce qui permet de maximiser la portée et les possibilités de conversion.



N'oubliez pas que votre contenu doit toujours paraître naturel et avoir du sens. Intégrez naturellement votre mot-clé dans votre introduction, plutôt que de le placer dans votre premier paragraphe pour des raisons de référencement.

Faites attention au nombre de mots

Le vieux dicton « le contenu est roi » est toujours d'actualité. Google et les visiteurs aiment les contenus de qualité. En outre, il

est généralement préférable de publier du contenu long, car il a été prouvé à maintes reprises qu'il était gagnant sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP).

Un autre avantage du contenu long est qu'avec le temps, vous commencerez à être classé non seulement pour vos mots-clés centraux, mais aussi pour plusieurs variantes de mots-clés à longue traîne.

Parfois, cela couvre des centaines de termes et d'expressions de recherche populaires. Le trafic provenant de toutes les variantes à longue traîne que votre contenu inclut sera supérieur à celui de votre mot-clé central. Un contenu plus étendu est gagnant-gagnant.

Il est important de noter que si vous créez un contenu plus long, il est préférable d'inclure des liens d'ancrage afin que les lecteurs puissent accéder à différentes parties de l'article. Voici un exemple de lien d'ancrage dans l'article du blog de WP Buff sur les chatbots WordPress :

Un exemple de liens d'ancrage dans le blog de WPBuff

Utilisez les balises de titres appropriées

Le robot d'exploration de Google (Googlebot) vérifie les balises HTML de titres telles que H1, H2, H3, etc. pour déterminer la pertinence du contenu de votre site. En général, la meilleure pratique consiste à avoir une seule balise H1 par article ou page, puis plusieurs balises H2 et H3 en dessous.

Pensez-y comme à une hiérarchie d'importance. La balise H1 est votre balise de titre la plus importante et doit contenir votre mot-clé central. Les autres peuvent également contenir votre mot-clé ou ses variantes à longue traîne. Vous pouvez voir un exemple de ceci dans l'article du New York Magazine ci-dessous.

D'autre part, n'abusez pas des titres. Ils doivent être utilisés pour diviser votre contenu afin d'en faciliter la lecture par les visiteurs, et non pour placer des mots-clés à des endroits bien en vue dans vos pages.

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

~~$28~~ 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

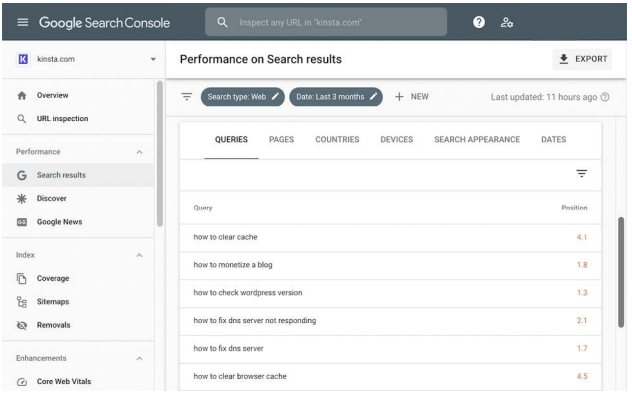
Suivez le classement de vos mots-clés

Nous avons mentionné cette mesure dans le chapitre 2. Voici où vous pouvez la mettre en œuvre.

Suivez le classement de vos mots-clés pour surveiller la progression de vos mots-clés centraux dans les campagnes SEO. Si vous consacrez du temps à l'optimisation de vos articles, vous devez également suivre leur progression à long terme.

Une excellente stratégie avec laquelle nous avons eu du succès est de surveiller vos mots-clés qui apparaissent tout en haut de la deuxième page des résultats de Google. Passez un peu de temps à ajouter du contenu et des images, à créer des backlinks et à appliquer d'autres stratégies mentionnées dans cet article. Cela devrait permettre de faire remonter ces articles en première page.

La console de recherche de Google permet de comprendre les mots-clés pour lesquels votre site web est déjà classé. Consultez le rapport sur les résultats de recherche.



Rapport sur les requêtes de Google Search Console

Rédigez des méta-descriptions pour augmenter le taux de clics

Les méta-descriptions n'ont pas d'incidence sur votre SEO WordPress en termes de classement, mais elles ont une incidence sur votre CTR. Une méta-description bien rédigée peut inciter les utilisateurs à cliquer sur votre article plutôt que sur celui qui se trouve au-dessus ou en dessous dans les SERP.

Plus votre CTR est élevé, plus Google jugera votre contenu pertinent et mieux il classera votre page.

Consultez notre guide vidéo sur l'ajout de méta-descriptions dans WordPress :

Nommez judicieusement vos fichiers image et ajoutez du texte Alt

Les fichiers images sont plus importants que la plupart des propriétaires de sites web ne le pensent. En adoptant quelques bonnes pratiques de SEO WordPress, vous pouvez obtenir une augmentation de votre visibilité dans les SERP et dans Google Image Search.

Pour améliorer votre référencement :

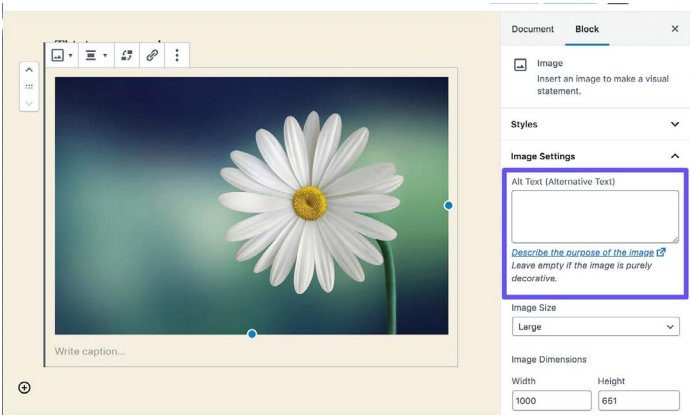
- Nommez vos fichiers image avec des mots réels liés à votre contenu avant de les téléverser sur WordPress.
- Incluez des traits d'union entre les mots dans les noms de fichiers d'images afin que Google puisse les lire.
- Incluez votre mot-clé central, le cas échéant, au moins pour votre image mise en avant.
- Gardez vos noms de fichiers en minuscules pour que les URL de vos images soient propres et cohérentes.

Le texte Alt n'est pas seulement utile pour le SEO, mais il est important pour l'accessibilité du site web.

Le texte Alt fait référence à l'attribut alt ou au texte alternatif qui est appliqué aux images sur votre site. Les balises Alt sont utilisées par les lecteurs d'écran pour les utilisateurs malvoyants et fournissent un contexte supplémentaire pour les images. Elles sont également utilisées par les moteurs de recherche pour mieux comprendre le contenu des images et leur relation avec le contenu qui les entoure.

Avec WordPress, vous pouvez ajouter du texte alternatif en sélectionnant une image dans votre médiathèque ou en cliquant sur une image dans l'éditeur de WordPress.

Dans l'éditeur de bloc, vous trouverez le champ Texte Alt (texte alternatif) dans l'onglet Bloc de la colonne latérale, sous Réglages de l'image :



Ajout de texte alt dans l'éditeur de blocs

Publiez du contenu à caractère permanent (Evergreen)

Le contenu Evergreen est important lorsqu'il s'agit du référencement de WordPress et du trafic organique à long terme. Ce terme désigne un contenu qui est toujours pertinent, quel que soit le moment où vous le lisez.

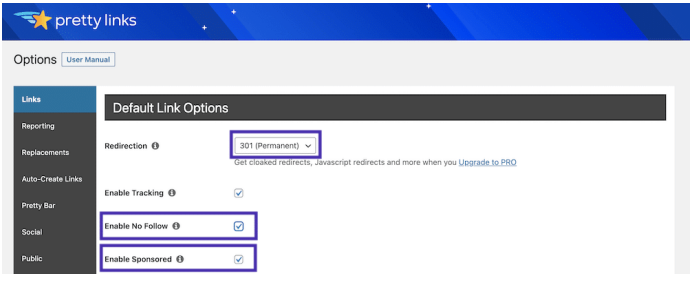
C'est avantageux car vous pouvez le partager à l'infini et continuer à créer des backlinks et des signaux sociaux.

Ajoutez un attribut « sponsored » dans les liens d'affiliation

Les liens d'affiliation vous permettent de gagner de l'argent, mais malheureusement, Google les désapprouve généralement.

Pour utiliser les liens d'affiliation en toute sécurité, ils doivent toujours inclure l'attribut « sponsored ». Un excellent moyen de suivre vos liens d'affiliation et de vous assurer qu'ils utilisent toujours l'attribut « sponsored » est d'utiliser une extension d'affiliation telle que Pretty Links ou ThirstyAffiliates.

Pretty Links vous permet de créer des liens d'affiliation faciles et courts qui incluent l'attribut sponsored et redirigent également avec une 301. Allez dans Pretty Links > Options dans votre tableau de bord WordPress pour activer ces réglages :



La page des options de Pretty Links

Vous pouvez sélectionner le type de redirection approprié dans la liste déroulante, puis cocher les cases Activer No Follow et Sponsored pour que tous vos liens d'affiliation incluent les attributs nofollow et sponsored. L'ajout de l'attribut nofollow permettra à tous les moteurs de recherche de comprendre qu'il ne s'agit pas d'un lien naturel.

CHAPITRE 7

Ressources des marchands

La plupart des programmes d'affiliation sont soutenus par une équipe de spécialistes du marketing, de concepteurs, de développeurs, etc. Plutôt que de créer votre propre matériel pour promouvoir les produits ou services du marchand, tirez parti du contenu qu'ils ont déjà préparé.

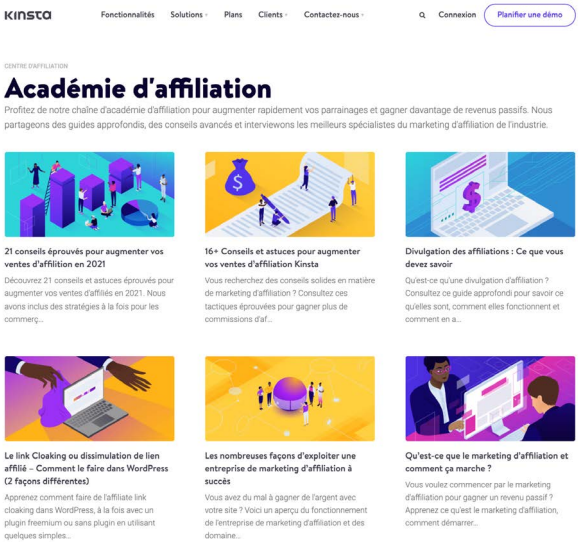
Utilisez les ressources du marketing marchand

De nombreux programmes d'affiliation offrent à leurs affiliés du matériel promotionnel à utiliser sans frais supplémentaires. Il peut s'agir de bannières de sites web, de fiches de vente, de logos et de directives d'utilisation, de modèles d'e-mails, d'exemples de textes sur les produits, etc.

Augmentez les chances de conversion en ajoutant ces visuels à votre site web et en incluant un lien hypertexte vers une page web optimisée pour la conversion. Contactez le coordinateur du programme d'affiliation pour discuter des meilleurs emplacements sur votre site.

Les affiliés de Kinsta ont accès à une série de bannières de sites web, chacune faisant la promotion d'une fonctionnalité différente. Vous pouvez les trouver dans votre tableau de bord d'affilié Kinsta.

En général, tenez-vous au courant des programmes d'affiliation en suivant leur blog d'affiliation.



Académie d'affiliation de Kinsta

Rejoignez les groupes communautaires des marchands

De nombreuses marques proposent des espaces où leurs affiliés peuvent recevoir des ressources, rencontrer d'autres affiliés et apprendre de leurs pairs.

Chez Kinsta, nous invitons nos affiliés à rejoindre notre groupe Facebook « Make Money with WordPress ». Ici, nous publions fréquemment des nouvelles et des mises à jour de Kinsta, des

conseils sur les ventes d'affiliation et des histoires de réussite de spécialistes bien connus du marketing d'affiliation.

Faites la promotion des remises des marques

Faut-il en dire plus ? Les offres et les remises sont un moyen efficace d'encourager les ventes, notamment dans le cadre du marketing d'affiliation. Selon la marque avec laquelle vous travaillez, vous pouvez recevoir les objectifs de la campagne, les publics cibles, le texte de la promotion et les visuels avant une vente.

Note : Chez Kinsta, nous avons une approche différente des remises. Nous ne proposons pas de codes de réduction car nous fixons le prix de nos plans en fonction de la qualité du service et du support. Nous interdisons également à nos affiliés de faire référence à nos remises existantes en tant que coupons ou offres spéciales.

Cela ne signifie pas que vous ne pouvez pas économiser de l'argent sur nos plans d'hébergement. Nous offrons deux mois gratuits lorsque vous achetez un an à l'avance. Nous accordons également une remise de 15 % aux organisations à but non lucratif.

Conclusion

Le marketing d'affiliation est un excellent moyen de gagner un revenu passif. Mais comme beaucoup d'entreprises en ligne, ce n'est pas toujours aussi facile qu'il n'y paraît. Plus vous serez stratégique, plus vous gagnerez de l'argent. Nous espérons que les conseils de cet e-book vous aideront à réussir dans le marketing d'affiliation !

Si vous êtes à la recherche d'un nouveau programme d'affiliation, découvrez celui de Kinsta ! Nous offrons jusqu'à 500 $ pour chaque parrainage et une commission mensuelle récurrente à vie de 10 %, ce qui en fait l'une des meilleures offres du secteur de l'hébergement.

Découvrez combien d'argent vous pouvez gagner avec le programme d'affiliation de Kinsta.

Enfin, faites passer votre blog WordPress au niveau supérieur avec les services d'hébergement infogéré de Kinsta. Nous faisons fonctionner nos services sur une technologie de pointe en matière de vitesse et de sécurité et nous prenons le support au sérieux. Qu'est-ce que cela signifie pour vous ? Nous nous occupons de votre site afin que vous puissiez vous concentrer sur la croissance de vos revenus d'affiliation.

Découvrez pourquoi Kinsta est l'hébergeur qu'il vous faut

KINSTA 2021

KINSTA