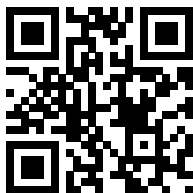




La Guida Definitiva per Aumentare le Commissioni di Affiliazione

KINSTA



Per la versione sempre aggiornata,
scansiona il codice QR qui sopra o vai su
kinsta.com/it/ebooks

Pubblicato da **KINSTA**

La Guida Definitiva per Aumentare le Commissioni di Affiliazione

Indice

| | |
|---------------------|----------|
| Introduzione | 7 |
|---------------------|----------|

CAPITOLO 1

| | |
|---|----------|
| Marketing di Affiliazione 101 | 8 |
| Il Marketing di Affiliazione in Sintesi | 8 |
| Modelli di Business di Affiliazione | 9 |
| Influencer Marketing | 10 |
| Marketing di Nicchia | 11 |
| Marketing Basato sulla Posizione | 12 |
| Marketing “Mega-Mall” | 13 |
| Informativa di Affiliazione | 15 |
| Come Scrivere una Informativa di Affiliazione | 16 |
| Il Programma di Affiliazione di Kinsta | 17 |

CAPITOLO 2

| | |
|--|-----------|
| Il Content Marketing | 19 |
| Creare o Aggiornare la Pagina degli Strumenti | 19 |
| Scrivere o Aggiornare Recensioni Prodotto | 20 |
| Creare Pagine Confronto e Articoli Lista o Pagine Ibride | 22 |
| Avviare un Podcast | 24 |
| Riproporre i Contenuti Esistenti | 26 |
| Aumentare la Presenza su Quora | 27 |
| Ripostare i Contenuti su Medium e LinkedIn | 28 |

CAPITOLO 3

| | |
|--|-----------|
| Ottimizzazione delle Conversioni e Indicatori | 30 |
| Utilizzare i Key Performance Indicator (KPI) per Tracciare i Risultati | 30 |
| Utilizzare gli A/B Test per Individuare i Contenuti dalle Prestazioni Migliori | 32 |
| Creare Collegamenti a Pagine di Destinazione Ottimizzate per le Conversioni | 33 |
| Indirizzare il Traffico Verso Siti Localizzati | 35 |
| Aggiungere le Call to Action (CTA) agli Articoli di Approfondimento | 37 |
| Aggiungere Nuovi Merchant ai Vecchi Contenuti | 39 |
| Nascondere i Link di Affiliazione | 39 |

CAPITOLO 4

| | |
|---|-----------|
| Social Media Marketing | 41 |
| Utilizzare i Profili Aziendali | 41 |
| Riposizionare i Contenuti sulle Diverse Piattaforme | 42 |
| Monetizzare i Contenuti Video per Guadagnare di Più | 43 |
| Creare o Iscrivere a un Gruppo Facebook | 45 |
| Scegliere i Canali Giusti per il Proprio Pubblico | 47 |

CAPITOLO 5

| | |
|---|-----------|
| Email Marketing | 48 |
| Scegliere il Software di Email Marketing (Non È il Vostro Host) | 48 |
| Costruire una Solida Lista di Iscritti | 50 |
| Mantenere i Messaggi Brevi e Chiari | 53 |
| Creare l'Oggetto Perfetto | 53 |
| Interagire Con il Pubblico | 53 |
| Aggiungere la Condivisione Social alle Email | 54 |
| Inserire una Forte Call to Action | 55 |
| Non Sovraccaricare gli Iscritti | 57 |
| Testare, Misurare e Ripetere | 58 |

CAPITOLO 6

| | |
|--|-----------|
| Search Engine Optimization | 59 |
| Fare Ricerca sulle Keyword | 61 |
| Usare Sempre una Focus Keyword | 62 |
| Inserire la Focus Keyword nel Primo Paragrafo | 63 |
| Attenzione al Numero di Parole | 64 |
| Usare i Tag di Intestazione Corretti | 66 |
| Tracciare le Classifiche delle Keyword | 68 |
| Scrivere Meta Descrizioni per Aumentare il Tasso di Click-Through | 69 |
| Scegliere Attentamente i Nomi dei File Immagine e Aggiungere il Testo Alt | 70 |
| Pubblicare Contenuti Evergreen | 71 |
| Aggiungere l'Attributo Sponsored nei Link di Affiliazione | 72 |

CAPITOLO 7

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Risorse di Merchant Marketing | 73 |
| Le Risorse di Merchant Marketing | 73 |
| I Gruppi delle Merchant Community | 74 |
| Promuovere Sconti di Brand | 75 |
| Conclusioni | 76 |

Introduzione

Il marketing di affiliazione è un ottimo strumento per aumentare il proprio reddito passivo, ma non è privo di difficoltà.

Per raggiungere un reddito mensile soddisfacente, c'è bisogno di una buona strategia che permetta di ottimizzare i risultati dei propri sforzi e aumentare le vendite di affiliazione.

Abbiamo messo insieme una serie di consigli per aumentare le vendite di affiliazione, utili per espandere il proprio pubblico, massimizzare i rendimenti, costruire la propria autorità e aumentare il reddito passivo.

Questi consigli sono utili a tutti gli affiliati, non importa quale sia il programma o il brand con cui si lavora.

Marketing di Affiliazione 101

Per aumentare le vendite di affiliazione, dovete prima conoscere il marketing di affiliazione.

Il Marketing di Affiliazione in Sintesi

Il [marketing di affiliazione](#) è un modello di business in cui un affiliato promuove prodotti o servizi per conto di un commerciante o merchant. L'affiliato guadagna poi una percentuale o un tasso concordato per ogni vendita generata attraverso il codice di tracciamento univoco dell'affiliato.

Ci sono quattro componenti che costituiscono il modello di affiliazione:

Merchant

Merchant è chi crea il prodotto o il servizio. Ce ne sono in tutti i settori e di tutte le dimensioni.

Affiliati

Affiliati, anche noti come publisher, sono coloro che promuovono, attraggono e convincono i potenziali clienti del valore dei prodotti o servizi del merchant per ottenere alla fine una vendita.

Gli affiliati non sono solo blogger o influencer; possono anche essere aziende. Ad esempio, una web agency può ricevere una

commissione ogni volta che un cliente si iscrive a uno strumento SEO che prevede un programma di affiliazione.

Consumatori

Consumatori sono coloro che comprano i prodotti o servizi attraverso il link univoco di un affiliato.

Network

Un network funge da intermediario tra un affiliato e il merchant. I merchant usano le reti di affiliazione per gestire il proprio programma di affiliazione e il database dei prodotti. Attraverso il network, gli affiliati possono scegliere i prodotti che vogliono promuovere.

Esempi di reti di affiliazione sono Commission Junction, ShareASale e ClickBank.

Alcuni merchant, come Kinsta, hanno creato una propria piattaforma per soddisfare meglio le proprie esigenze. Ecco perché [abbiamo lanciato il nostro sistema di affiliazione](#).

Modelli di Business di Affiliazione

Insieme alle quattro componenti del marketing di affiliazione, bisogna considerare [diversi modelli di business di affiliazione](#).

Influencer Marketing

Adatto a blogger, YouTubers, podcaster e influencer di social media.

Questo modello è diventato popolare in quanto un numero sempre maggiore di consumatori preferisce le raccomandazioni dei pari rispetto agli annunci tradizionali. In questo modello, un influencer promuove un prodotto e guadagna quando i suoi follower fanno un acquisto attraverso i link di affiliazione.

Questo modello è utile per i grandi nomi come lo YouTuber PewDiePie e lo streamer [Ninja](#) di Twitch, ma anche per i piccoli content creator.

Nell'esempio qui sotto, l'influencer Ailsa di [@_happygocurly_](#) fa reddito di affiliazione taggando i prodotti nell'applicazione Like To Know It (LTK).



Ailsa di [@_happygocurly_](#) riceve le vendite degli affiliati attraverso l'app LTK.

Vantaggi

Man mano che il pubblico di un influencer si espande, lo faranno anche le sue vendite. Gli influencer tendono anche a ottenere migliori commissioni perché sono in grado di fornire un grande lotto di vendite in un breve periodo.

Sfide

Anche se c'è un certo margine di manovra, gli influencer devono costantemente soddisfare i follower e fornire le informazioni e i contenuti che questi si aspettano.

Marketing di Nicchia

Adatto a blogger, proprietari di siti web, esperti in mercati di nicchia e tecnici.

Questo modello è probabilmente il più popolare in quanto è il più semplice per iniziare. Tutto ciò che serve è un sito web o un blog curato rivolto ad un gruppo specifico di utenti.

Il mio sito – Web Hosting Secret Revealed (WHSR) – è un esempio di modello focalizzato sulla nicchia in quanto si concentra esclusivamente sul mercato dell'hosting. Molti dei contenuti creati su WHSR sono pensati su misura per risolvere problemi e fornire soluzioni legate ai servizi di web hosting, il che lo rende una piattaforma naturale per i provider di hosting con programmi di affiliazione. Naturalmente, non sono l'unico ad aver avuto successo con questo modello. Molti influencer sono noti per aver creato siti web focalizzati su mercati di nicchia. Alcuni dei nomi più importanti di cui sono sicuro avete sentito parlare sono Pat Flynn ([Smart Passive Income](#)), Mark Wiens ([Migrationology](#)), e Darren Rowse ([Problogger](#)).



Jerry Low,
Fondatore di [Web Hosting Secret Revealed](#)

Vantaggi

Ci sono delle basse barriere d'ingresso e non è necessario essere esperti del settore. Tutto ciò di cui si ha bisogno è un sito web decente e capacità di ricerca.

Sfide

Dato che le barriere di ingresso sono così basse, si tratta di un modello competitivo pieno di professionisti del marketing di affiliazione. Può richiedere un po' di lavoro per stabilire una presenza, generare un pubblico e raggiungere il traffico web necessario per avere vendite consistenti.

Marketing Basato sulla Posizione

Adatto a blogger, proprietari di siti web, esperti in mercati di nicchia e tecnici.

Questo modello è simile a quello precedente, ma con l'aggiunta del focus sulla localizzazione. Questo spesso implica dover fare affari nella lingua locale con comunità che non parlano o leggono l'inglese.

Access Trade in Vietnam è un ottimo esempio. I loro affiliati generano enormi profitti vendendo prodotti e servizi rivolti alla popolazione vietnamita.



Homepage di [Access Trade](#)

Vantaggi

Questo modello ha basse barriere di ingresso e può essere più o meno competitivo a seconda della posizione.

Sfide

Data la natura mirata di questo modello, gli affiliati avranno una dimensione di mercato limitata con cui lavorare e crescere.

Marketing “Mega-Mall”

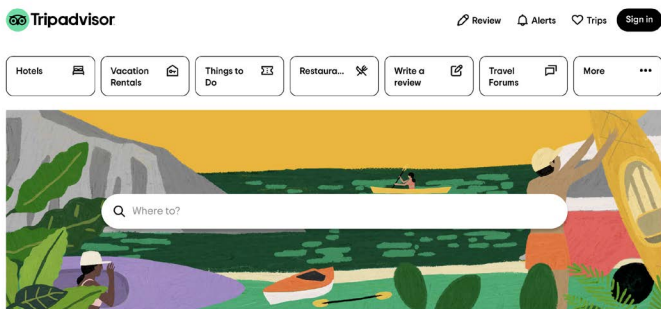
Adatto a startup, affiliati ben finanziati, media company e altro.

Man mano che il settore dell'affiliazione cresce, continueranno a spuntare colossi del marketing di affiliazione che sconvolgono il panorama commerciale e l'intero ecosistema.

Il numero di affiliati che adottano questo modello sta aumentando a causa di:

1. Piccoli affiliati che evolvono in un business più grande.
2. Aumento dello shopping online in un numero sempre maggiore di paesi.
3. Venture capitalist che investono in startup per il potenziale lucrativo del marketing di affiliazione

[MoneySuperMarket](#) è uno dei più grandi business di affiliazione e ha avuto un immenso successo a partire dal suo lancio avvenuto nei primi anni 2000. Oggi, il suo fondatore Simon Justin Nixon è un miliardario certificato.



Homepage di [Tripadvisor](#)

Anche [Tripadvisor](#) è un business di affiliazione. Fa soldi con partnership di affiliazione con compagnie di viaggio e hotel. La [ricerca mostra](#) che il 77% delle loro entrate proviene dalla pubblicità basata sul click (CPA affiliato) e si stima che TripAdvisor abbia influenzato il 10,3% (circa 546 miliardi di dollari) della spesa di viaggio globale.

Vantaggi

Va da sé che questo modello ha il potenziale per fare un sacco di soldi.

Sfide

A meno che non si abbia un angelo investitore o ci si assicuri l'appoggio di venture capitalist, essere un mega business di affiliate marketing non è probabilmente un obiettivo raggiungibile a breve termine.

Informativa di Affiliazione

Prima di iniziare a promuovere i link di affiliazione, c'è un'ultima cosa da tenere in considerazione: le informative di affiliazione.

Una **informativa di affiliazione** è un breve avviso posizionato vicino ad un prodotto che spiega cos'è il marketing di affiliazione e che si è pagati per consigliare quel prodotto. Non inserire una informativa è illegale e potrebbe comportare problemi con il programma di affiliazione del merchant. Queste linee guida si applicano a blog, post sui social media, video, podcast e tutte le forme di pubblicità digitale.

Dato che gli affiliati influiscono sugli acquisti dei suoi utenti, la FTC ha creato delle **linee guida sulle informative online** per aiutare a distinguere tra la collocazione di prodotti che prevede un pagamento dalle vendite effettuate senza alcun incentivo.

Anche se le linee guida della FTC si applicano solo agli Stati Uniti, altri paesi come il **Regno Unito** e il **Canada** hanno leggi

simili. E anche se l'UE non sembra avere una legge che richieda l'informativa, a seconda delle informazioni che raccogliete dai clienti, il [GDPR può avere effetti sul vostro programma di affiliazione](#).

Inoltre, se si aderisce ad un programma di affiliazione con sede negli Stati Uniti, le linee guida probabilmente obbligheranno ad inserire le informazioni anche se non si risiede in un paese con leggi simili. Se non siete sicuri, è meglio includere l'informativa.

Come Scrivere una Informativa di Affiliazione

Le informative di affiliazione possono essere scritte in qualsiasi modo, purché facciano due cose:

1. Identifichino un link come link di affiliazione.
2. Spieghino cos'è e cosa fa per voi.

Può essere come una spiegazione completa di ciò che comportano i programmi di affiliazione e perché si sceglie di aderire a queste partnership, oppure può essere una breve nota di una frase che identifica il link e dice che si viene pagati quando il pubblico fa acquisti attraverso quel link.

L'informativa di ogni link di affiliazione dovrebbe essere chiaramente evidente e non nascosta nella pagina con una colorazione molto chiara o un testo minuscolo e illeggibile.

Ecco l'informativa di affiliazione di [aThemes](#) per [questo articolo sui temi WooCommerce](#):

“Informativa: Alcuni dei link in questo articolo sono link di affiliazione, il che significa che se si fa clic su uno dei link e si acquista un articolo, potremmo ricevere una commissione. Tutte le opinioni sono comunque nostre e non accettiamo pagamenti per recensioni positive”.

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.

L'informativa di affiliazione di [aThemes](#)

Il Programma di Affiliazione di Kinsta

Per i clienti di Kinsta, o anche per imprenditori online che cercano di diversificare i propri flussi di reddito, il [programma di affiliazione di Kinsta](#) offre un ottimo modo per guadagnare soldi extra consigliando un hosting WordPress di alto livello.

Ho lavorato con innumerevoli host. Molti hanno programmi di affiliazione, ma per la maggior parte prevedono pagamenti una tantum e sono quindi poco attraenti. Se sto aiutando un'azienda a crescere e a generare entrate ricorrenti, non è giusto che io sia ricompensato per il referral finché quel cliente continua a usare il servizio per cui paga ogni mese? Kinsta ci ha pensato ed offre l'unico modello di affiliazione per l'hosting di siti web che dovrebbe essere utilizzato se si vuole far nascere una vera collaborazione con gli sviluppatori che ti aiutano a crescere e prosperare.



Mike Andreasen,

**Senior Performance Engineer/Founder presso
[WP Bullet](#), [@wp_bullet](#)**

A seconda del piano, gli affiliati di Kinsta possono guadagnare fino a 500 USD con ogni referral. Ricevono anche un'ulteriore commissione mensile del 10% per tutta la permanenza del cliente riportato. Con un tasso di abbandono di Kinsta inferiore al 4%, attraverso i loro referral gli affiliati di Kinsta possono godere di un reddito mensile costante e ricorrente.

Scopri il Programma di Affiliazione di Kinsta in questo video di 3 minuti:



Iscriviti al Programma di Affiliazione di Kinsta



Il Content Marketing

Si sente spesso parlare degli affiliati come di creatori di contenuti. Questo perché non basta semplicemente avere un elenco di link di affiliazione sul proprio sito e aspettarsi che gli utenti ci facciano clic sopra. Bisogna creare contenuti intorno ai prodotti e ai servizi con cui si sta collaborando.

Il marketing dei contenuti è creazione di contenuti rilevanti, divertenti, convincenti e di valore. Non solo guida il traffico di un sito web, ma stabilisce anche l'autorità di un affiliato attraverso la formazione.

Qui si riportano alcuni formati comprovati da usare per guidare il traffico verso il proprio sito, aumentare le conversioni e costruire l'autorità.

Creare o Aggiornare la Pagina degli Strumenti

Non importa quale sia la dimensione del vostro pubblico, una pagina web che elenca i vostri strumenti e servizi di punta aiuterà i vostri follower, soprattutto se siete affiliati di nicchia.

Per aumentare le opportunità di concludere una vendita di affiliazione, è utile collegare gli elenchi di strumenti a pagine ottimizzate per la conversione (più avanti) o ad altri contenuti utili come le vostre recensioni personali e gli articoli di confronto. Tenetele aggiornate e facilmente accessibili ai lettori.

È importante aggiungere un link alla pagina degli strumenti nella navigazione del sito. In questo modo, è più facile puntare gli occhi sui prodotti/servizi che consigli per aumentare i guadagni di affiliazione.

E per quel che riguarda la pagina degli strumenti, meno c'è, meglio è. Concentrati esclusivamente sui prodotti/servizi che ti generano il maggior reddito di affiliazione.



Brian Jackson,
Co-founder presso [forgedmedia](#), [@brianleejackson](#)



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!**



La pagina degli strumenti di [woorkup](#), un sito di Brian Jackson

Scrivere o Aggiornare Recensioni Prodotto

Le recensioni sono potenti. Il **93% dei clienti** legge le recensioni online prima di acquistare un prodotto. Le recensioni possono contribuire a generare traffico e ad aumentare l'autorità nel settore fornendo valore e competenza. Possono anche aumentare le vendite di affiliazione!

Ecco alcune idee sulle cose da inserire:

- Quali problemi ha risolto con successo il prodotto o il servizio?
- Cosa ci si può fare?
- È stato all'altezza delle aspettative?

- Vale il prezzo che si paga?
- Lo raccomanderesti ad un amico?
- Quali sono le sue caratteristiche migliori?
- Come si può migliorare il prodotto o il servizio?

Soprattutto, le recensioni devono essere oneste e accurate. Il marketing di affiliazione si basa sulle relazioni. E creare una recensione stellare per un prodotto meno che stellare fa perdere in fretta la fiducia della vostra community.

Quando scriviamo recensioni, seguiamo due strategie:

1. Recensire nuovi servizi che ci piacciono e che hanno il potenziale per avere successo e popolarità. Se il prodotto cresce, lo stesso accade con il traffico dei nostri articoli di recensione, il ranking tende ad essere mantenuto e a dare priorità alle recensioni scritte prima.
2. Recensire le soluzioni popolari di cui parliamo spesso sul blog.



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

Se avete già delle recensioni, riguardatele per assicurarvi che la vostra opinione sul prodotto o sul servizio non sia cambiata.

Una delle cose che mi hanno dato buoni risultati è stato aggiornare le recensioni ogni pochi mesi o almeno una volta all'anno. Negli ultimi mesi, invece di concentrarmi su nuove recensioni di qualsiasi prodotto, mi sono concentrato sull'aggiornamento o sulla stesura completa di vecchie recensioni. Ad esempio, ho recentemente aggiornato il post della [recensione del tema Divi](#) ed è finito in prima posizione in pochissimo tempo.



Dev Sharma,
Founder presso **WPKube**

In questo esempio, [Melissa di Digital Scrapbooking HQ](#), fa una recensione delle nuove funzionalità di Photoshop Elements. L'articolo termina con un link per permettere ai lettori di acquistare il prodotto su Amazon.

Review: What's New in Photoshop Elements 2021

OCTOBER 8, 2020 BY MELISSA SHANHUN

4 COMMENTS



Un articolo di recensione dell'affiliata di Adobe Melissa ([Digital Scrapbooking HQ](#))

Creare Pagine Confronto e Articoli Lista o Pagine Ibride

Gli articoli di confronto e gli elenchi sono contenuti di grande successo nell'ambito dell'affiliazione. Come le recensioni, possono aumentare il traffico web e l'autorità e contribuire a generare maggiori vendite di affiliazione.

| | Kinsta | WP Engine |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Prezzo | I piani partono da \$30/mese | I piani partono da \$34-53/mese |
| Garanzia di Rimborso | 30 giorni | 60 giorni |
| Livelli di Piano | 10 (esclusi custom) | 5 |
| Supporto Premium 24x7 | Tutti i piani | Tutti i piani |
| Integrazione Cloudflare Gratuita | ✓ | X |
| Infrastruttura Core | La stessa in tutti i piani (GCP) | Cambia in base al piano |
| Monitoraggio Uptime | Tutti i piani | X |
| Data Center Globali | 28 località | 15 località |
| Migrazioni Esperte Gratuite | Tutti i piani | X |

Pagina di confronto dell'hosting di Kinsta

Articoli di Confronto

Un articolo di confronto è una raccolta ben organizzata di note su due o più prodotti o servizi. Forniscono ai lettori le informazioni necessarie per prendere decisioni di acquisto informate. Si legga ad esempio il nostro [articolo di confronto tra Kinsta e WP Engine](#).

Articoli Lista

Come suggerisce il nome, i listicle sono articoli presentati in forma di lista. Sono amati perché forniscono molto valore con minor sforzo. Ancora più importante, i lettori amano la facile navigazione, il formato semplice e i titoli attraenti. Ecco ad esempio il nostro enorme listicle [“76 metodi comprovati per dirigere il traffico verso il tuo sito web”](#).

Ibridi Confronto / Lista

È anche possibile creare un articolo ibrido che combini le caratteristiche degli articoli di confronto e degli elenchi.

Realizzato da Code In WP, uno dei nostri affiliati, questo [articolo sul miglior hosting WordPress](#) è un ottimo esempio di fusione dei due stili.

Con tutti questi tipi di formato, è possibile aumentare le possibilità di generare vendite di affiliazione aggiungendo link ottimizzati per la conversione.

Avviare un Podcast

I podcast video e/o audio sono un ottimo strumento per generare reddito attraverso le vendite di affiliazione. Infatti, [il 54% degli ascoltatori di podcast](#) sono propensi a considerare le marche che hanno sentito pubblicizzare in un episodio.

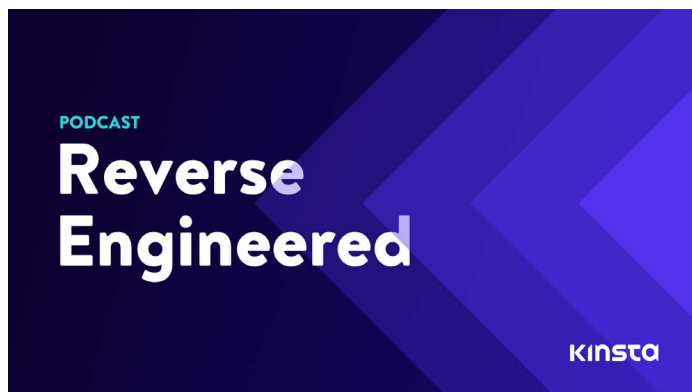
È possibile incoraggiare le vendite di affiliazione aggiungendo link e contenuti rilevanti nelle note e nelle descrizioni dello show, oltre ad aggiungere questi prodotti alla conversazione. Come sempre, non bisogna eccedere aggiungendo un numero eccessivo di link. È sempre preferibile mantenere il valore del contenuto.

I podcast hanno alcuni vincoli da considerare. I link che si vuole siano visitati dagli ascoltatori possono apparire in modo diverso a seconda della piattaforma da cui si stanno collegando. La nostra best practice è quella di includere i link nelle note e nelle descrizioni dello show e descrivere verbalmente agli ascoltatori come trovare i contenuti.

I link non sono l'unico modo per generare entrate nei podcast. Man mano che il podcast cresce, si potrebbe chiedere ai brand con cui si lavora di sponsorizzare il podcast, sia per un singolo episodio che per un'intera serie.

Ecco come avviare [un podcast con WordPress e far crescere la vostra portata](#).

Kinsta Quick Tip



Se cercate consigli per la vostra crescita personale e del vostro business, ecco il podcast Reverse Engineered di Kinsta. Pubblicato ogni due settimane, questo podcast invita imprenditori di successo ed esperti del settore ad analizzare gli step, le sfide e i successi che hanno portato le loro aziende dove sono oggi.

Ascolta Reverse Engineered



Riproporre i Contenuti Esistenti

È difficile creare continuamente nuovi contenuti. Inoltre, i contenuti esistenti spesso non raggiungono il loro pieno potenziale in una sola volta. Si può **ottenere il massimo dai propri contenuti** riproponendoli e adattandoli per diverse piattaforme.

Questa tecnica consente di aumentare le vendite di affiliazione raggiungendo un pubblico più ampio e ottenendo l'attenzione dei follower che non sono stati raggiunti la prima volta.

È importante capire che utenti diversi acquisiscono le informazioni in modi diversi. Alcuni utenti (come me) generalmente preferiscono il testo, altri preferiscono l'audio/video e altri ancora la grafica. Rendete il vostro contenuto principale disponibile in tutti i possibili formati in modo che ogni utente possa trovare quello che si adatta meglio a lui.



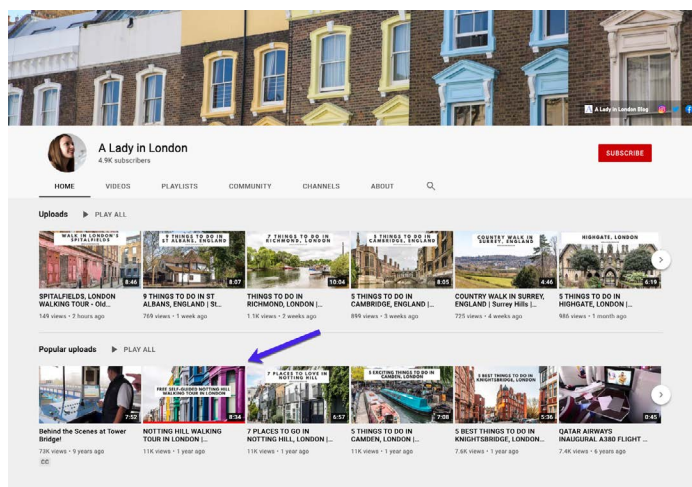
Jackie Goldstein,
Business Development Manager, [WebsitePlanet.com](https://www.websiteplanet.com)

Ecco diversi modi di riproporre i contenuti:

- Creare un video su YouTube basato sul contenuto di un articolo del blog.
- Creare un'**infografica** basata sui punti chiave di un articolo del blog.
- Tagliare il vostro video di Facebook in parti e fare una mini-serie per IGTV.
- Utilizzare le citazioni principali di un articolo per creare immagini speciali per Instagram.
- Crea un **ebook** che combina i contenuti di diversi articoli correlati.

E, come sempre, linkate a pagine web ottimizzate per la conversione ovunque sia possibile.

La travel blogger e affiliate marketer [A Lady in London](#) spesso ripropone gli articoli del suo blog su altri canali di social media. Ad esempio, Lady ha trasformato uno dei suoi articoli migliori, “[Lady’s Guide to a Lovely Walk in Notting Hill](#)”, in un video YouTube “[Notting Hill Walking Tour in London](#)”. È anche molto pubblicizzato sul suo profilo Instagram.



A Lady in London's YouTube page

Aumentare la Presenza su Quora

[Quora](#) è una comunità online di domande e risposte generate dagli utenti.

Dato che il linking di affiliazione diretto non è consentito, è facile sottovalutare Quora come piattaforma per aumentare le vendite di

affiliazione. In realtà, è l'esempio perfetto di quanto sia necessario dare e avere per costruire una community.

Su Quora, è possibile costruire la propria presenza e la propria autorità nel settore rispondendo a domande comuni con risposte esaurienti che rimandano agli articoli del blog. Fate attenzione a non aggiungere troppi link perché la moderazione di Quora fa presto a rimuovere e bandire gli account che considerano spam.

Queste azioni non solo porteranno più persone a visitare il vostro sito, ma aumenteranno anche la vostra autorità.

Per un tutorial più dettagliato, date un'occhiata al nostro articolo sulle [strategie di marketing su Quora](#).

Ripostare i Contenuti su Medium e LinkedIn

Medium

[Medium](#) è una popolare piattaforma di blogging che permette a chiunque, dai writer dilettanti alle grandi aziende, di raccontare la propria storia online. La piattaforma è orientata dal pubblico e questo la rende anche un ottimo strumento a disposizione dei marketer affiliati per raggiungere un nuovo target attraverso articoli di approfondimento.

Con Medium, è possibile caricare articoli precedentemente già pubblicati o creare un nuovo articolo da zero.

Ne abbiamo parlato più diffusamente in un [confronto tra Medium e WordPress](#).

LinkedIn

Tutti conosciamo [LinkedIn](#) come il social media per tutto ciò che riguarda il business, ma non tutti sanno che si possono anche pubblicare articoli. In modo simile a Medium e Quora, è possibile utilizzare LinkedIn per raggiungere un nuovo pubblico e costruire la propria autorità.

Si possono usare contenuti simili a quelli che sono già sul blog, ma anche link ad altri articoli utili.

Per saperne di più, si legga il nostro articolo in cui spieghiamo come sfruttare [LinkedIn per le attività di marketing](#).

Nota: Anche se ogni piattaforma permette il linking diretto, non è consigliato in quanto i link di affiliazione possono essere considerati di bassa qualità. Per questo motivo, Kinsta e molti altri programmi di affiliazione non consentono il collegamento diretto nei loro programmi di affiliazione. Si consiglia invece di collegare ad un articolo del blog che contiene link di affiliazione.

Ottimizzazione delle Conversioni e Indicatori

È bello essere creativi con i contenuti, ma bisognerebbe sempre basarsi su dati e indici per verificare come i contenuti si rapportano alle conversioni. Ecco come fare.

Utilizzare i Key Performance Indicator (KPI) per Tracciare i Risultati

I Key performance indicator (noti anche come KPI) sono indici utilizzati per determinare l'efficacia dei propri sforzi di marketing. I KPI possono dire quale campagna ha ottenuto il maggior numero di vendite, quale non sta dando alcun ritorno di valore, e quale campagna ha bisogno di modifiche.

| Source / Medium | Acquisition | Behavior | Conversions | Goal 17 |
|----------------------|-------------|----------|---|---------|
| | | | 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% |

Affiliate conversion rate

Ecco alcuni indicatori da tenere d'occhio:

- **Tasso di click-through (CTR):** Il numero di clic rispetto al numero di visualizzazioni. Questo indicatore consente di esaminare le prestazioni degli annunci digitali, dei link, delle call to action e altro ancora.
- **Tasso di conversione:** Il numero di conversioni rispetto al numero di clic. Anche se le conversioni tendono ad essere legate alle vendite nel marketing di affiliazione, una conversione può tecnicamente essere qualsiasi azione che si vuole che il visitatore compia. Questo include il [download di un ebook](#), [l'iscrizione a una newsletter](#), o [l'iscrizione a una demo](#).
- **Entrate per fonte di traffico:** Il reddito totale generato da diverse fonti. Questo indice permette di determinare quale piattaforma (sito web, Facebook, YouTube, ecc.) genera le maggiori entrate.
- **Tempo medio trascorso sulla pagina:** La quantità media di tempo che i visitatori del sito web trascorrono su una specifica pagina web. Questo KPI permette di determinare quali sono le pagine più preziose per i lettori e quali dovrebbero essere riviste.
- **Frequenza di rimbalzo:** La frequenza di rimbalzo è il numero di sessioni di una singola pagina divise per tutte le sessioni. In parole semplici, è il numero di utenti che accedono a una pagina di un sito, ma poi se ne allontanano immediatamente. Un'alta frequenza di rimbalzo è di solito considerata una cosa negativa perché significa che i visitatori non rimangono abbastanza a lungo per convertire attraverso i link di affiliazione.
- **Classifica delle keyword:** Questo si riferisce alla posizione in cui una pagina web si classifica per una particolare parola chiave. È bene tenere in considerazione questo indicatore quando si decidono le parole chiave su cui concentrarsi e quando ottimizzare il contenuto. Approfondiremo questo aspetto nel capitolo 6.

Prendete nota dei vostri KPI regolarmente e utilizzate queste analisi per aumentare le vostre vendite di affiliazione.

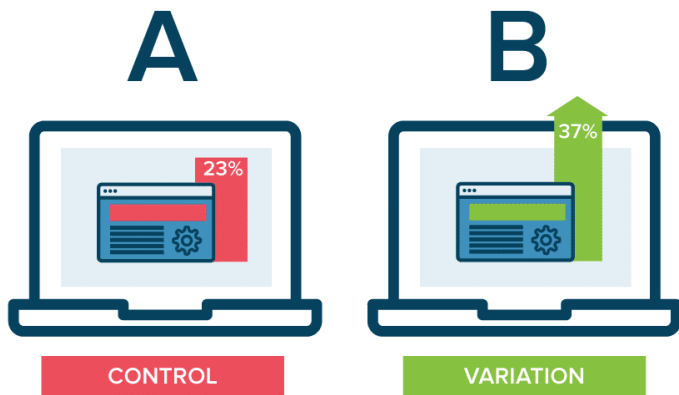
Implementando il monitoraggio del tasso di conversione on-site con Google Analytics e WordPress Pretty Links sono riuscito finalmente ad avere i dati che mi mancavano per avere un impatto significativo per il CTR.



Mike Andreasen,
Senior Performance Engineer/Founder presso **WP Bullet**

Utilizzare gli A/B Test per Individuare i Contenuti dalle Prestazioni Migliori

Un **A/B test** permette di determinare la versione di un elemento di una campagna che funziona meglio. È possibile eseguire un A/B test su pagine web, articoli del blog, **banner pubblicitari**, email e altro per trovare il punto ottimale che genera il maggior numero di vendite di affiliazione.



Un A/B test permette di ottimizzare i risultati degli sforzi di vendita

Ecco come eseguire un A/B test:

1. Scegliete l'elemento che volete valutare. Spesso si esegue il test sul testo del titolo, sulle call to action, sulle immagini e sul layout.
2. Decidete il KPI che utilizzerete per misurare il successo del test. Ad esempio, se state testando l'oggetto di una email, probabilmente dovrete controllare il tasso di apertura.
3. Scegliere una dimensione del campione, cioè il numero di test necessari per determinare il vincitore.
4. Create due versioni del test, con la sola differenza dell'elemento del test.
5. Eseguite il test.
6. Valutate i risultati in base ai KPI stabiliti. Prendete nota di tutti i fattori esterni che possono aver influenzato il test.

Ed ecco una guida ad alcuni dei [migliori strumenti di A/B testing](#) di WordPress per ottimizzare i tassi di conversione

L'esecuzione di semplici ma potenti A/B test mi ha aiutato a raddoppiare i tassi di conversione.



Mike Andreasen,
Senior Performance Engineer/Founder presso **WP Bullet**

Creare Collegamenti a Pagine di Destinazione Ottimizzate per le Conversioni

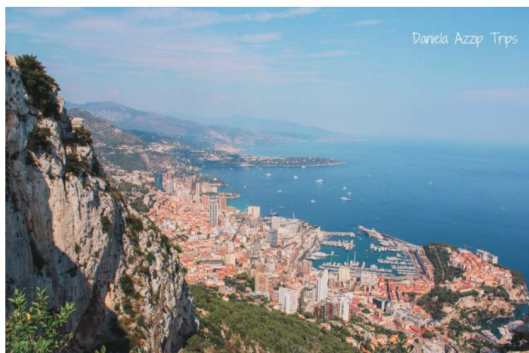
Ne abbiamo parlato approfonditamente nel Capitolo 2. I clic non si traducono automaticamente in vendite. Dovete indirizzare il vostro traffico verso le landing page giuste per massimizzare il

vostro potenziale di click e aumentare le possibilità di generare un maggior numero di vendite di affiliazione. Ecco [come creare la vostra landing page con WordPress](#).

La vostra landing page non dovrebbe essere solo rilevante, ma dovrebbe anche fornire molte opportunità di convertire gli utenti.

Ad esempio, il post di Daniela Azzip Trips, blogger di viaggi e affiliate marketer, sulle [gemme nascoste della Costa Azzurra](#), conduce i lettori interessati agli alloggi direttamente a una pagina di conversione su 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!

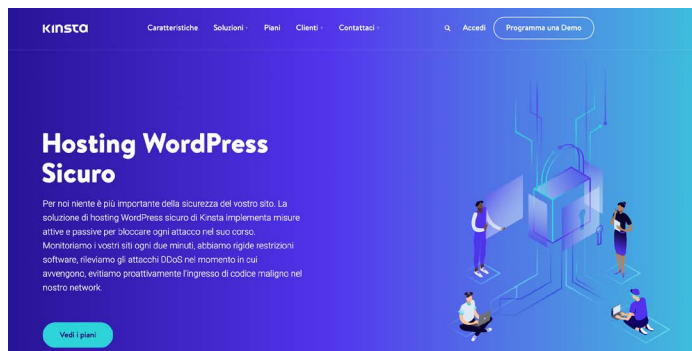
Where to stay in La Turbie:

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.



Articolo ottimizzato per le conversioni dal blog [Daniela Azzip Trips](#)

Se siete affiliati di Kinsta e un vostro articolo parla di sicurezza dei siti web, aggiungete un link alla nostra pagina sull'**hosting WordPress sicuro**.



La landing page di Kinsta sull'hosting WordPress sicuro

Indirizzare il Traffico Verso Siti Localizzati

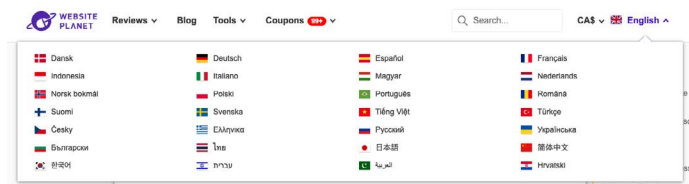
I dati dimostrano che gli utenti preferiscono navigare e fare acquisti nella loro lingua madre. Avete più probabilità di concludere una vendita di affiliazione se indirizzate gli utenti ad un sito localizzato.

Da Kinsta, offriamo i nostri contenuti in **inglese, spagnolo, tedesco, francese, italiano, olandese, portoghese, danese, svedese e giapponese**. Si può facilmente passare da un sito all'altro dal menu delle lingue in basso a destra nel footer del sito.



Kinsta offre i suoi siti in molte lingue.

Un altro esempio è [Website Planet](#), che pubblica contenuti in più lingue e ha diversi siti localizzati.



[Website Planet](#) offre ai lettori i contenuti in molte lingue

Oltre alle lingue, le aziende possono avere siti diversi per diversi paesi. Ad esempio, gli [affiliati di Amazon](#) dovrebbero sapere che gli utenti canadesi di Amazon faranno acquisti su [amazon.ca](#) mentre quelli americani su [amazon.com](#). Questa piccola differenza di URL fa un'enorme differenza nell'esperienza dell'utente e nel vostro reddito di affiliati.

Aggiungere le Call to Action (CTA) agli Articoli di Approfondimento

Gli [articoli di approfondimento](#), o di lungo formato, sono contenuti in genere di 2000 parole o più. Questi articoli vi permettono di approfondire gli argomenti, sono più facili da adattare ai contenuti evergreen, e spesso vengono condivisi di più di un post medio.

Le call to action (CTA) incoraggiano gli utenti a interagire con il vostro sito. Normalmente sono contenuti ipertestuali, pulsanti o immagini. Nel marketing di affiliazione, le CTA inviano quasi sempre gli utenti a una landing page ottimizzata per la conversione.

Aggiungere le CTA ai contenuti di approfondimento permette di distribuire le opportunità di conversione lungo tutto il vostro articolo. Aggiungere una CTA alla fine di un articolo è una best practice standard. Consigliamo anche di includerne una vicino all'inizio e alcune nel mezzo, a seconda della lunghezza. In questo modo, raggiungerete tutti i lettori, sia quelli che leggono solo una sezione che quelli che leggono l'intero pezzo.

In questo [articolo di Shout Me Loud](#), il marketer affiliato Harsh Agrawal ottimizza le conversioni inserendo due pulsanti CTA. Uno a metà articolo:

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 pulsante CTA in un articolo di Shout Me Loud

E un altro alla fine:

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 secondo pulsante CTA in un articolo di Shout Me Loud

Date anche un'occhiata alla nostra guida su [come creare fantastici articoli di approfondimento in WordPress](#).

Aggiungere Nuovi Merchant ai Vecchi Contenuti

Un buon “vecchio” contenuto ha un sacco di vantaggi in termini di SEO. Avendo vissuto più a lungo su internet, questi contenuti possono [guadagnare traffico di ricerca organico](#) e beneficiare della condivisione dei link.

Potete aumentare le opportunità di generare vendite di affiliazione aggiungendo nuovi merchant ai vostri contenuti esistenti.

E non fermatevi qui. Sfruttate questa opportunità per [aggiornare il contenuto dell'articolo](#) e [correggere i link di affiliazione non funzionanti](#). Aggiornate i vecchi dati e collegateli ai vostri contenuti più recenti e alle landing page ottimizzate per la conversione. I vostri lettori lo apprezzeranno e gli aggiornamenti saranno un invito anche per Google a scansionare il sito più frequentemente, e questo potrebbe migliorare il posizionamento nei motori di ricerca.

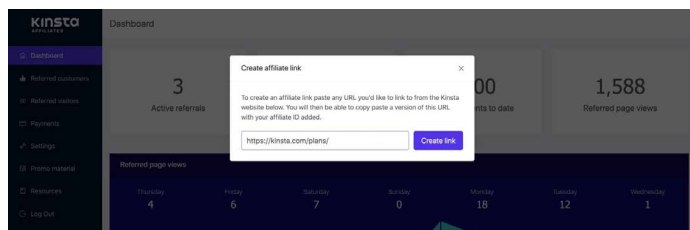
Nascondere i Link di Affiliazione

I link di affiliazione possono essere lunghi, complicati e a volte anche spaventosi, specialmente per gli utenti privi di competenze tecniche. Questi link tendono anche a non fornire informazioni sulla pagina su cui finirà l'utente una volta cliccato sul link, e questo può portare ad una maggiore esitazione.

Creare URL di affiliazione puliti con il [link cloaking](#) permette di aumentare la probabilità che un utente clicchi sul vostro link di affiliazione. Non dimenticate di inserire nella pagina anche la vostra

informativa di affiliazione, in modo che gli utenti sappiano che le vostre promozioni sono pubblicità a pagamento.

Naturalmente, i clic sono solo metà della questione. Assicuratevi che i vostri URL portino alle appropriate landing page ottimizzate per la conversione. E tenete traccia dei KPI dei vostri link per registrarne il successo e ottimizzare le strategie di conseguenza.



Creare link di affiliazione personalizzati nella dashboard di affiliazione di Kinsta

Social Media Marketing

Proprio come i siti web, i social media sono piattaforme che vi permettono di costruire il vostro pubblico, promuovere i contenuti e ottenere un maggior numero di azioni sui link di affiliazione. Potrete massimizzare i risultati dei vostri sforzi ottimizzando i contenuti per ogni piattaforma e utilizzando al meglio i rispettivi strumenti.

Prima di analizzare le diverse piattaforme, avvertiamo che non tutti i programmi di affiliazione permettono il collegamento diretto sui social media. Alcuni preferiscono che utilizzate i social media per portare traffico al vostro blog, mentre altri permettono il collegamento diretto solo su alcune piattaforme. Leggete i termini di servizio del vostro programma di affiliazione oppure parlate con il vostro affiliate manager per sapere cosa è consentito dal vostro programma.

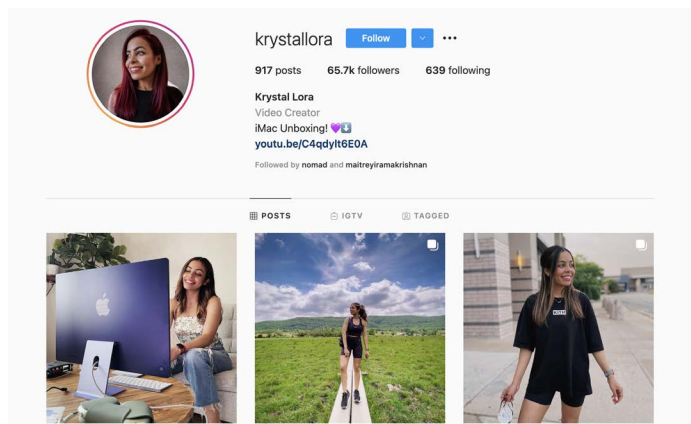
Più avanti, analizzeremo alcune soluzioni per massimizzare i risultati dell'utilizzo dei social media.

Utilizzare i Profili Aziendali

Molte piattaforme di social media danno la possibilità di creare un “profilo aziendale”. Vi consigliamo di usarli quando possibile, perché sono dotati di analisi utili per determinare il successo di un post, i dati demografici del vostro pubblico e altro.

Normalmente permettono anche di creare annunci. Nota: Prima di creare un annuncio, controllate se il vostro programma di affiliazione permette di inserire annunci.

Di seguito è riportato il profilo aziendale Instagram della creatrice di video e marketer affiliata [Krystal Lora](#).



Il profilo business di Instagram di [Krystal Lora](#)

Riposizionare i Contenuti sulle Diverse Piattaforme

Ne abbiamo parlato nel Capitolo 2, ma vale la pena ripeterlo: ottimizzate i vostri sforzi riproponendo i contenuti su diverse piattaforme. Avete creato un Reel su Instagram? Riproponetelo per TikTok. Oppure tagliate il vostro lungo video di YouTube in frammenti più brevi per Facebook. Le possibilità sono infinite.

In questo esempio, Bitcatcha ha creato una [discussione su Twitter](#) utilizzando il [contenuto di un articolo 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

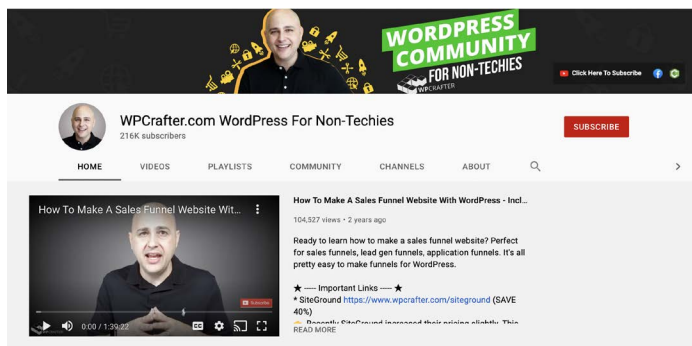


Una porzione del [thread Twitter](#) di Bitcatcha

Monetizzare i Contenuti Video per Guadagnare di Più

Man mano che il vostro seguito sui social media cresce, su alcune piattaforme potete diventare idonei a guadagnare soldi dai vostri video. Quando arrivate a questo livello, approfittate di questa fonte extra di reddito. Ve lo meritate!

Nota: l'ammissibilità e i dettagli di questi programmi cambiano nel tempo. Cercate le ultime informazioni sui siti delle varie piattaforme.



Il canale YouTube di [WPCrafter](#)

YouTube Partner Program

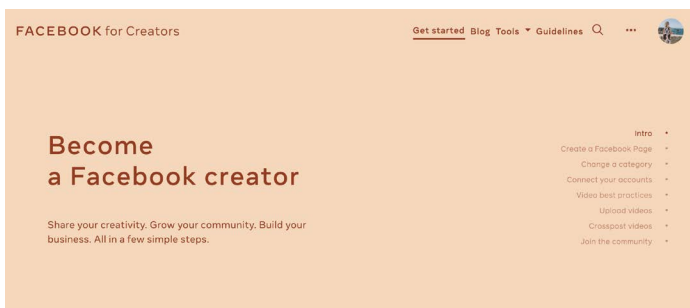
Questo programma offre diverse opportunità di guadagno ai creatori di video. Aderendo al [Programma Partner di YouTube](#) avrete accesso a entrate pubblicitarie, alle iscrizioni ai canali, allo scaffale del merchandising, alla super chat e ai super adesivi e alle entrate di YouTube Premium.

L'accettazione al programma e ai vari servizi dipende dall'età e dal numero di iscritti.

Facebook for Creators

In modo simile a YouTube, potete far soldi inserendo [annunci nei vostri video](#). Con gli annunci in-stream, sarete in grado di selezionare i video che volete monetizzare, e la posizione all'interno del video dove inserire: pre-roll, mid-roll e annunci immagine.

Qui troverete altre informazioni su come iniziare ad usare [Facebook creator](#).



Become a Facebook creator

TikTok Creator Fund

Rispetto a YouTube e Facebook, questo programma è ancora in fase iniziale. Ed è al momento disponibile solo per i creatori residenti in alcuni paesi.

Ma, se avete costruito un grande pubblico su TikTok, il [TikTok Creator Fund](#) può offrirvi un nuovo modo per trarre profitto dai vostri contenuti. In questo momento, i fondi si basano sulle visualizzazioni, l'autenticità di tali visualizzazioni e il coinvolgimento.

Creare o Iscrivarsi a un Gruppo Facebook

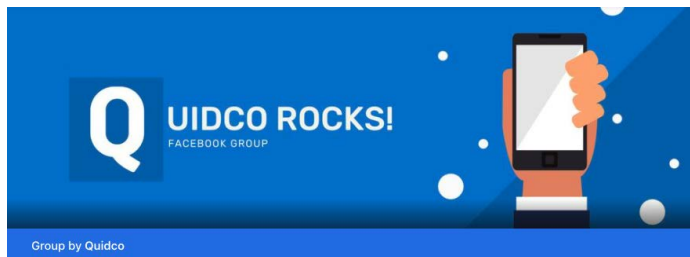
Il marketing di affiliazione si basa sulla costruzione e lo sviluppo di relazioni. Questo è importante perché accrescere la comunità fa sì che un maggior numero di persone sia introdotto ai vostri contenuti, i quali a loro volta contengono i vostri link di affiliazione.

Ci sono diversi modi in cui i gruppi di Facebook possono aiutarvi a costruire e sviluppare relazioni.

Creare un gruppo Facebook privato

Potete interagire con la vostra community rispondendo alle domande, linkando articoli del blog o video rilevanti e collegandovi con persone che la pensano come voi. Questo gruppo può essere aperto a chiunque oppure essere disponibile solo per un particolare segmento - ad esempio, i membri di una classe online in cui insegnate, oppure gli iscritti alla vostra lista di email.

In questo esempio, il sito di cashback [Quidco](#) usa il suo [gruppo Facebook](#) per connettersi con la sua community, condividere suggerimenti e ospitare sfide e concorsi.



Quidco Rocks!

🔒 Private group · 10.0K members

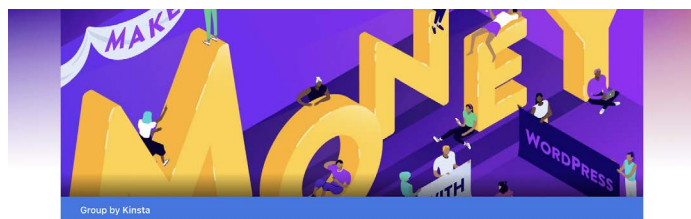
Il gruppo Facebook di [Quidco](#)

Iscriversi a un gruppo Facebook esistente

Potete entrare in un gruppo esistente nella vostra nicchia di mercato per costruire l'autorità del vostro brand.

Iscrivarsi al gruppo Facebook del proprio programma di affiliazione

Potete imparare di più sul marketing di affiliazione e aumentare le vostre vendite. Da Kinsta, invitiamo i nostri affiliati a iscriversi al nostro gruppo Facebook “[Make Money with WordPress](#)”. Qui pubblichiamo spesso notizie su Kinsta e consigli sulle vendite di affiliazione.



Il gruppo Facebook di Kinsta [Make Money with WordPress](#)

Scegliere i Canali Giusti per il Proprio Pubblico

Con tante piattaforme sociali sul mercato, può essere difficile decidere quale usare per aumentare le entrate. Il nostro consiglio? Rivendicate il vostro nome utente su diverse piattaforme, ma concentrate le vostre risorse sulla piattaforma dove si trova il vostro pubblico.

Email Marketing

Potete costruire la vostra comunità anche con l'[email marketing](#). Potete utilizzarlo non solo per raggiungere un nuovo pubblico, ma anche per avere maggiore attenzione sui vostri contenuti di valore e, di conseguenza, aumentare le vendite di affiliazione.

Come abbiamo detto in precedenza, non dovrete inserire solo link di affiliazione nei contenuti delle vostre email, ma dovrete fornire valore. Incoraggiate il vostro pubblico a cliccare su vari articoli, e da lì, incentivate la conversione con i link di affiliazione.

Di seguito trovate alcuni suggerimenti per migliorare la vostra strategia di emailing marketing.

Scegliere il Software di Email Marketing (Non È il Vostro Host)

La maggior parte degli host WordPress, tra cui Kinsta, consente l'invio di alcune email in uscita dai propri server. Questo è ottimo per alcune email occasionali (come la reimpostazione della password) e per farvi interagire con il vostro sito.

Ma stanno spuntando un sacco di plugin di terze parti che stanno trasformando WordPress in una soluzione completa di email marketing, permettendo di inviare regolarmente migliaia di email.

Anche se non c'è nulla di sbagliato nei plugin, è la configurazione del modo in cui i plugin inviano le email che spesso è trascurata. Se non vengono configurati correttamente, le prestazioni della campagna email può esserne danneggiata e anche la capacità di raggiungere le caselle di posta del vostro pubblico.

Generalmente un [server di hosting non è pensato per essere anche un server di posta elettronica](#). Ma qui ci sono alcuni software consigliati per inviare newsletter, annunci, inviti e altro:

1. [MailChimp](#)
2. [MailerLite](#) (immagine in basso)
3. [SendPulse](#)
4. [HubSpot](#)

Fate clic sui link qui sopra per una descrizione approfondita di ognuno di questi software e della spiegazione del perché ognuno di questi potrebbe andar bene o meno per la vostra community e il vostro budget.

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. 🙌

Il [blog di Rising CEO](#) usa il software di email Mailerlite. Sono anche [affiliati di MailerLite](#).

Costruire una Solida Lista di Iscritti

Non importa quanto sia solida la vostra strategia di email marketing, se non avete una lista di iscritti, non raccoglierete mai i frutti.

Abbiamo iniziato con una casella di iscrizione all'interno del sito e questo non funzionava molto in termini di numeri, tuttavia, vi si trovavano i visitatori più coinvolti. Dato che il valore del tempo investito nella creazione della newsletter cresceva insieme alle dimensioni del pubblico, abbiamo iniziato a introdurre aggiornamenti di contenuti che si sono rivelati molto più attraenti e le nostre liste sono cresciute molto più velocemente. Io etichetterei le liste in modo appropriato poiché la seconda coorte non sarà così impegnata e interessata alle successive newsletter come la prima, quindi dovrete qualificare prima.



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


Ecco alcune soluzioni semplici per iniziare:

Lanciare un blog

Potete usare il vostro blog per attirare un maggior numero di [contatti in entrata](#), aumentare la vostra autorità e far crescere la SEO (diremo di più su questo nel prossimo capitolo). Poi, offrite ai visitatori diverse opportunità per iscriversi alla vostra newsletter.

I marketer che usano i blog per generare lead e iscrizioni vedono [in media il 97% in più di lead in entrata](#) rispetto a quelli che non hanno un blog. Noi di Kinsta su questo possiamo anche garantire personalmente. Date un'occhiata alla [checklist SEO](#) che abbiamo usato per far crescere il nostro traffico del 123% in 12 mesi.


Ecco l'esempio di [Tangible Day](#), un blog con un sacco di articoli su hobby, giochi, pittura, fotografia, stampa 3D e altro, tutto per pittori di miniature e hobbisti. Questi articoli indirizzano il traffico organico al sito e il blog fa soldi quando i lettori fanno clic sui link di affiliazione. Il sito contiene anche un modulo per iscriversi alla newsletter.




Tangible Day
A Blog for Miniature Painters and Hobbyists

[Portfolio](#) [Hobby Articles](#) [Journal](#) [Shop](#) [0 items](#)


Painting Articles



"Dipping" Miniatures to Speed Paint (Army Painter Quickshade Guide and Review)



How to Fix Foggy Varnish on Miniatures (Simple, Easy, Fast)



1000 Stickers for \$65

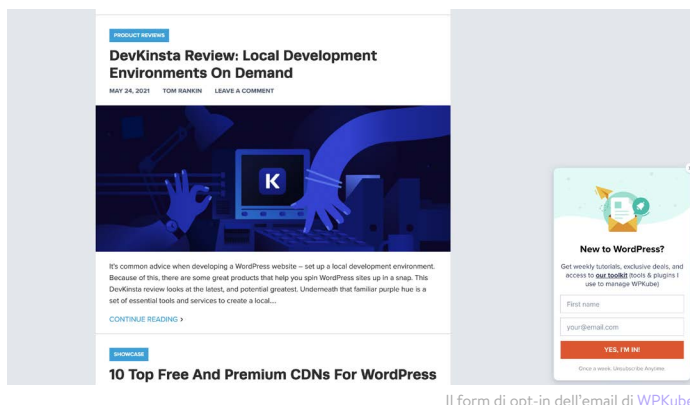
Articoli di pittura di [Tangible Day](#)

PS: Se non avete ancora un blog, vi consigliamo vivamente [WordPress](#).

Utilizzare i moduli opt-in

Potreste anche aggiungere moduli di scelta al vostro sito. Anche se un modulo di iscrizione alla newsletter nel footer è già una buona cosa, non tutti impiegano del tempo a cercare il pulsante "iscriviti". E voi mettetelo in evidenza.

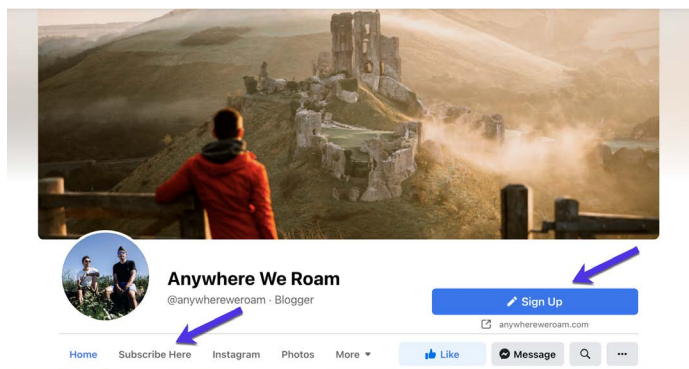
Ecco come [WPKube](#) incoraggia i visitatori del sito che fanno scorrere la pagina ad iscriversi alla newsletter.



Aggiungere un'iscrizione alla newsletter sui canali dei social media

Potete usare i social media a vostro vantaggio. Ottimizzate, ad esempio, la vostra bio includendo un link alla newsletter e promuovetela regolarmente.

Ecco come promuovono la loro newsletter sulla [pagina Facebook](#) i travel blogger e affiliati Mark e Paul di [Anywhere We Roam](#).



Il modulo di iscrizione alla newsletter sulla pagina Facebook di [Anywhere We Roam](#)

Mantenere i Messaggi Brevi e Chiari

Quasi la metà della popolazione di consumatori dice di ricevere troppe email. È probabile che possiate capire.

Mentre i post dei blog e gli articoli online possono andare avanti con un **numero maggiore di parole**, i lettori delle vostre email non vogliono leggere un mini romanzo. Invece, aggiungete valore, andate dritto al punto e linkate i vostri articoli per incoraggiare i lettori ad acquistare dai vostri link di affiliazione.

Creare l'Oggetto Perfetto

Se sbagliate l'oggetto, il contenuto non avrà importanza. Il **47% dei lettori** decide se aprire o meno un'email basandosi solo sull'oggetto.

Come invogliare i lettori ad aprire il vostro messaggio? Un modo è quello di praticare il metodo “**beneficio, logica o minaccia**”, che significa semplicemente offrire un beneficio ovvio, una dichiarazione di “buon senso”, o un contenuto del tipo “da non perdere”.

Interagire Con il Pubblico

Come fare ad assicurarsi che i lettori stiano prestando attenzione? Date loro un motivo per interagire con voi dopo aver letto la vostra email. Ad esempio, fate loro una domanda oppure inserite un link a contenuti rilevanti. Mantenete il coinvolgimento dei vostri lettori con il vostro brand.

In questo esempio, l'artista di lettering e affiliate marketer [Lauren Hom](#) fornisce ai lettori suggerimenti creativi, risorse e fogli di lavoro.

SUBSCRIBE TO KICKSTART YOUR CREATIVITY



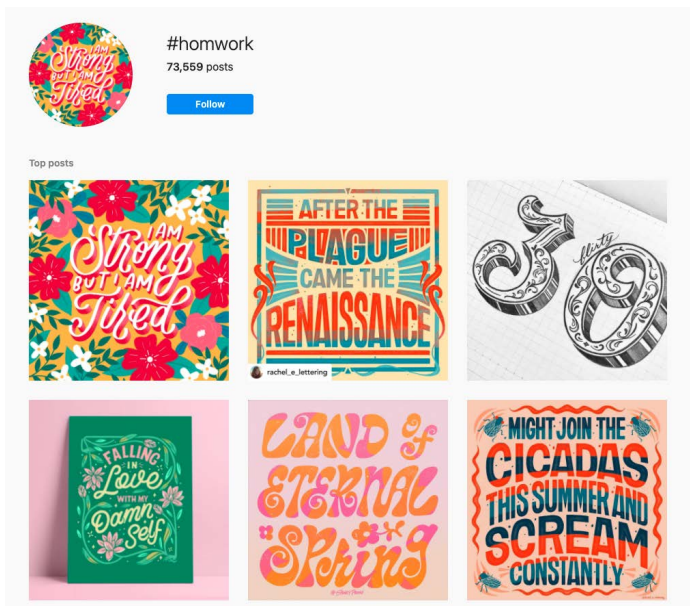
Join over 30,000 creative go-getters and receive access to my library of tutorials, worksheets and resources for designers & creative entrepreneurs!

Iscrizione alla newsletter dell'artista di lettering [Lauren Hom](#)

Aggiungere la Condivisione Social alle Email

Fate in modo che il vostro pubblico possa condividere facilmente il vostro messaggio. È un modo semplice per estendere la portata dei vostri contenuti e costruire l'autorità.

Come anticipato nella sezione precedente, Lauren Hom offre settimanalmente al suo pubblico suggerimenti creativi. Per aumentare il coinvolgimento, Lauren incoraggia i suoi lettori a condividere il loro lavoro su Instagram, taggarla e usare l'hashtag #HOMwork. Lauren sceglie poi i suoi preferiti e li promuove nelle sue storie.



L'hashtag di Lauren Hom ([#HOMwork](#)) su Instagram

Inserire una Forte Call to Action

Ogni email ha bisogno di una forte e chiara call to action (CTA) per incoraggiare i lettori ad eseguire un certo compito. La ricerca dimostra che una CTA può aumentare i tassi di click-through di [oltre il 370%](#).

Volete che i vostri lettori leggano un certo articolo del blog? Inserirlo nella vostra CTA. Volete che i lettori scarichino la vostra risorsa più recente? Inserirla nella vostra CTA.

Ecco una forte CTA inserita in una email di [Smart Passive Income](#) che incoraggia i lettori a iscriversi al loro workshop:

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 da [Smart Passive Income](#) incoraggia i lettori ad iscriversi al workshop

Non Sovraccaricare gli Iscritti

I più preferiscono ricevere una email promozionale almeno una volta al mese, e il **15% dei consumatori** ha detto che non sarebbe infastidito dal riceverne una al giorno. Il punto ideale è probabilmente da qualche parte nel mezzo e varia a seconda del settore, del pubblico e del contenuto.

Per trovare il vostro sweet spot, monitorate i tassi di cancellazione (ricordate quei KPI di cui abbiamo parlato nel Capitolo 2?) dopo ogni campagna e regolate la frequenza di invio di conseguenza. Un altro modo per sapere quanto spesso il vostro pubblico vuole sentirvi è semplicemente chiederglielo.

È meglio inserire la frequenza vicino al modulo d'iscrizione. Nella registrazione alla newsletter di **CodeinWP**, si legge chiaramente che la loro email sarà inviata settimanalmente.

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

La registrazione alla newsletter di **CodeinWP**

Testare, Misurare e Ripetere

Senza indicatori definiti e un monitoraggio continuo, i vostri risultati finiranno per ristagnare e vi chiederete cosa sia andato storto. Un A/B test è un ottimo punto di partenza per vedere cosa funziona meglio con il vostro pubblico.

Potete anche monitorare gli indicatori delle email in [Google Analytics](#) utilizzando i tag UTM. Per visualizzare la vostra campagna, andate su Acquisizione > Campagne. Molti strumenti di email marketing aggiungono automaticamente i tag UTM.

Qualsiasi indicatore scegliate di misurare, non fatelo solo una volta. Dopo aver apportato modifiche alla vostra strategia, fermatevi e misurate di nuovo. La vostra strategia di email marketing dovrebbe essere sempre in evoluzione.

Ricevi i nostri consigli per far crescere il tuo sito web e il tuo business direttamente nella tua casella di posta. Iscriviti alla newsletter settimanale gratuita di Kinsta.



Search Engine Optimization

[Search engine optimization \(SEO\)](#) vuol dire far apparire i vostri contenuti in cima ai risultati di ricerca. Perché è importante per gli affiliati? Per fare vendite di affiliazione dal vostro blog, la gente deve visitare il vostro sito.

Ma Google è un posto competitivo, soprattutto in certe nicchie. Per esempio, qui ci sono alcuni blog di viaggio che hanno raggiunto la prima pagina della nostra ricerca su “Egypt itinerary”. Con oltre 10.600.000 risultati generati da questa ricerca, ci vogliono grandi capacità SEO per essere tra i primi.

<https://www.wheretheistheworld.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.

Risultati della ricerca su Google per "Egypt itinerary"

Dunque, migliorando la SEO del vostro sito web potete avere risultati enormi.

Abbiamo al riguardo un articolo del blog con [58 consigli che abbiamo messo in pratica da Kinsta per far crescere il traffico organico di oltre il 123% in 12 mesi](#). Vi consigliamo vivamente di darci un'occhiata, ma prima, eccone alcuni che potete implementare nei vostri contenuti di affiliazione.

Fare Ricerca sulle Keyword

Per la SEO di WordPress, è importante ricordare che Google è sempre un algoritmo informatico. Le keyword sono importanti.

Ottimizzate il vostro contenuto con la [ricerca delle keyword](#).

Il trucco è quello di trovare una buona parola chiave con un adeguato volume di ricerca che non sia troppo competitiva.

Ci sono molti ottimi strumenti in circolazione che possono essere di aiuto. Tra i nostri preferiti ci sono [KWFinder](#), [SEMrush](#), e [Ahrefs](#).

Se siete marketer affiliati focalizzati sulla località, i vostri contenuti potrebbero avere un vantaggio SEO in quanto le parole chiave in altre lingue possono essere molto meno competitive.

Date un'occhiata alla nostra guida approfondita a [WordPress multilingue](#) per iniziare a dominare nelle SERP in altre lingue.

Se vuoi aumentare il traffico, sì, devi produrre contenuti "utili". Ma per passare al livello successivo, dovresti creare contenuti intorno a una keyword con un volume di ricerca comprovato. Trovare l'equilibrio tra una strategia SEO informata e l'offerta di contenuti unici e ben scritti è l'ingrediente segreto per la crescita di un sito web.



Daren Low,
Chief Strategist, [Bitcatcha.com](#)

Usare Sempre una Focus Keyword

Ogni volta che scrivete un articolo del blog o pubblicate una pagina sul vostro sito WordPress, dovrete sempre avere una parola chiave in mente. Non create un articolo solo per il gusto di pubblicare più contenuti.


Nel [plugin Yoast SEO](#) impostate la focus keyword che desiderate. Ad esempio, per questo [articolo sulla SEO](#), abbiamo usato la focus keyword “WordPress SEO”. Potete vedere che Yoast SEO analizza la densità delle parole chiave, e segnala che è un po’ bassa:

Risultati dell'analisi

^ Problemi (3)

●

Densità della frase chiave: la frase chiave è stata trovata 39 volte. Questo è meno del minimo suggerito di 59 volte per un testo di questa lunghezza. [Inserisci la tua frase chiave!](#)



●

Frase chiave nei sottotitoli: usa di più le frasi chiave o i loro sinonimi nei sottotitoli H2 e H3!

●

Lunghezza del titolo SEO: il titolo SEO è più lungo dei limiti di carattere previsti. [Prova a scrivere un titolo più corto.](#)

^ Miglioramenti (2)

●

Image Keyphrase: Out of 87 images on this page, only 15 have alt attributes that reflect the topic of your text. [Add your keyphrase or synonyms to the alt tags of more relevant images!](#)

●

Lunghezza della descrizione Meta: la descrizione Meta supera i 156 caratteri. [Per essere sicuro che l'intera descrizione sia visibile, valuta se ridurre la lunghezza!](#)

^ Risultati buoni (11)

●

Link in uscita: splendido lavoro!

●

Images: Good job!

●


Link interni: ci sono abbastanza link interni. Ottimo!

●

Frase chiave nell'introduzione: ben fatto!

●

Distribuzione della frase chiave: ottimo lavoro!



●

Lunghezza della frase chiave: ottimo lavoro!

●

Frase chiave nella descrizione Meta: la frase chiave o i suoi sinonimi sono contenuti nella descrizione Meta. Splendido!

●

Frase chiave usata in precedenza: non hai mai usato questa frase chiave. Ottimo!

●

Lunghezza del testo: il testo contiene 15980 parole. Ottimo lavoro!

●

Frase chiave nel titolo: il titolo SEO contiene la frase esatta all'inizio. Magnifico!

●

Frase chiave nello slug: ottimo lavoro!

Esempio di focus keyword nel plugin Yoast SEO

La Guida Definitiva per Aumentare le Commissioni di Affiliazione

62

Anche se la densità di keyword/keyphrase non è assolutamente un fattore di ranking, può comunque aiutarvi a fare in modo che il vostro contenuto includa le parole chiave target.

Inserire la Focus Keyword nel Primo Paragrafo

Il primo paragrafo di qualsiasi articolo o pagina è molto importante perché Google scansiona i contenuti dall'alto verso il basso.

Se trova rapidamente la vostra keyword, è più probabile che consideri il vostro articolo rilevante per quell'argomento.

È anche una questione di “impostare correttamente la scena” per i vostri lettori fin dall'inizio e migliorare la frequenza di rimbalzo fornendo il contenuto che si aspettavano di leggere o vedere.

La blogger Diana di [Adventures With Art](#) lo fa in modo impeccabile in un articolo sul ridimensionamento delle immagini in Canva.

L'articolo appare nella prima pagina delle SERP quando si cerca il ridimensionamento delle immagini su Canva, il che è ottimo perché garantisce massima portata e ottime opportunità di conversione.

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.

L'articolo di [Adventure With Art](#) include la target keyword nel primo paragrafo.

Ricordate che il vostro contenuto dovrebbe sempre suonare naturale e avere senso. Per una buona SEO, lavorate con la keyword in modo naturale in apertura dell'articolo, invece di limitarvi a infilarla nel primo paragrafo.

Attenzione al Numero di Parole

Il vecchio detto “content is king” è sempre vivo e vegeto. Google e i visitatori amano contenuti di alta qualità. In genere è anche

molto meglio [pubblicare contenuti di approfondimento](#), perché è stato più volte dimostrato che [prevalgono nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca \(SERP\)](#).

Un altro vantaggio dei contenuti di approfondimento è che con il tempo inizierete a posizionarvi non solo per le keyword principali, ma anche per diverse varianti di parole chiave a coda lunga.

A volte questo arriva a coprire centinaia di termini e frasi di ricerca popolari. Il traffico proveniente da tutte le varianti a coda lunga delle keyword incluse nei vostri contenuti sarà addirittura superiore a quello della vostra keyword principale. Un contenuto più lungo è una vittoria per tutti.

Se si crea un contenuto più lungo, è meglio includere [anchor link](#) in modo che i lettori possano saltare direttamente alle diverse sezioni dell'articolo. Ecco un esempio di anchor link nell'articolo del blog di WP Buff sui [chatbot di 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 esempio di anchor link nel [blog di WPBuff](#)

Usare i Tag di Intestazione Corretti

Il crawler di Google (Googlebot) controlla i tag di intestazione HTML come H1, H2, H3, ecc. per determinare la rilevanza del contenuto del vostro sito. In generale, la best practice è quella di avere un singolo tag H1 per articolo o pagina e poi più H2 e H3 al di sotto.

Pensate ad una gerarchia di importanza. Il tag H1 è la vostra intestazione più importante e dovrebbe contenere la vostra keyword principale. Anche altre intestazioni potrebbero includere la vostra parola chiave o sue varianti a coda lunga. Potete vederne un esempio nell'[articolo del New York Magazine](#) qui sotto.

Ma non abusate delle intestazioni. Queste dovrebbero essere utilizzate solo per dividere il vostro contenuto per semplificarne la lettura, non essere un mezzo per infilare parole chiave in posti in evidenza nelle pagine.

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 "headbook

Un esempio di tag di intestazione corretti in un [articolo del New Yorker Magazine](#)

Tracciare le Classifiche delle Keyword

Abbiamo parlato di questo indicatore nel Capitolo 2. Ecco dove implementarlo.

Tracciate le classifiche delle vostre keyword per monitorare i progressi delle parole chiave principali nelle campagne SEO. Se impiegate del tempo per ottimizzare i vostri articoli, allora avete anche bisogno di monitorare i progressi a lungo termine.

Un'ottima strategia con cui abbiamo avuto successo è quella di monitorare le parole chiave che appaiono in cima alla seconda pagina nei risultati di Google. Dedicate un po' di tempo ad aggiungere contenuti e immagini, costruendo backlink e implementando le strategie che abbiamo citato in questo articolo. Questo dovrebbe aiutarvi a spingere questi articoli in prima pagina.

Google Search Console è un ottimo strumento per capire quali sono le parole chiave per le quali il vostro sito web è già in classifica, quindi date un'occhiata al report dei risultati di ricerca.

| 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 |
| how to fix dns server | | | | | 1.7 |
| how to clear browser cache | | | | | 4.5 |

Il report Query in Google Search Console

Scrivere Meta Descrizioni per Aumentare il Tasso di Click-Through

Le meta descrizioni non influenzano la SEO di WordPress per quel che riguarda le classifiche, ma influenzano il vostro CTR. Una [meta descrizione ben scritta](#) può invogliare gli utenti a cliccare sul vostro articolo invece di quello sopra o di quello sotto nelle SERP.

Più alto è il vostro CTR, più Google riterrà il vostro contenuto rilevante e più in alto classificherà la vostra pagina.

Date un'occhiata alla nostra [video guida](#) sulle meta descrizioni in WordPress:



Scegliere Attentamente i Nomi dei File Immagine e Aggiungere il Testo Alt

I file delle immagini sono più importanti di quanto la maggior parte dei proprietari di siti web possa immaginare. Seguendo alcune best practice per la SEO di WordPress, avrete una bella spinta sia nelle SERP che nella Ricerca Immagini di Google.

Per migliorare la vostra SEO:

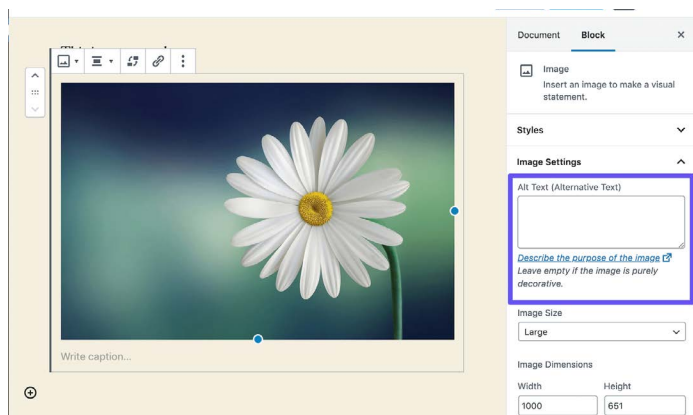
- Date ai vostri [file immagine](#) un nome che contenga parole effettivamente correlate al contenuto prima di caricarli su WordPress.
- Inserite i trattini tra le parole nei nomi dei file di immagine in modo che Google possa leggerli.
- Inserite la vostra focus keyword, se applicabile, almeno per l'immagine in primo piano.
- Tenete i vostri nomi di file in minuscolo per mantenere gli URL delle vostre immagini puliti e coerenti.

All testo Alt non è solo utile per la SEO, ma è importante per l'accessibilità del sito web.

Il testo Alt si riferisce all'attributo alt o al testo alternativo che viene applicato alle immagini del vostro sito. I tag alt sono utilizzati dagli screen reader per gli utenti ipovedenti, e offrono un contesto aggiuntivo per le immagini. Sono anche utilizzati dai motori di ricerca per interpretare il contenuto delle immagini e il modo in cui queste si relazionano rispetto al contenuto che le circonda.

Con WordPress, potete aggiungere un testo alt selezionando un'immagine nella vostra [Libreria Media](#) o cliccando su un'immagine nell'editor di WordPress.

Nell'editor dei blocchi, troverete il campo Alt Text (testo alternativo) nella scheda Blocco della barra laterale alla voce Impostazioni immagine:



Aggiungere il testo alt nell'editor dei blocchi

Pubblicare Contenuti Evergreen

I [contenuti evergreen](#) sono importanti per la SEO di WordPress e per il traffico organico a lungo termine. Questo termine si riferisce a contenuti sempre rilevanti, indipendentemente da quando si leggono.

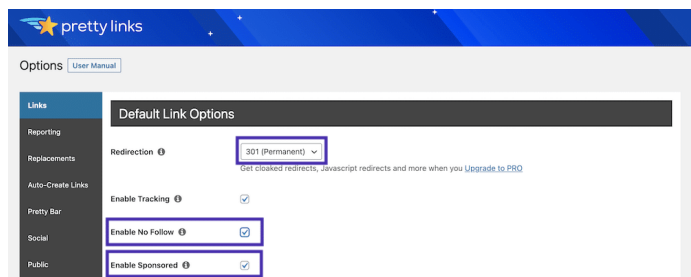
Sono vantaggiosi in quanto è possibile condividerli più e più volte e continuare a costruire backlink e social signal.

Aggiungere l'Attributo Sponsored nei Link di Affiliazione

I link di affiliazione aiutano a guadagnare soldi, ma sfortunatamente, Google di solito li disapprova.

Per utilizzare in modo sicuro i link di affiliazione, questi dovrebbero sempre includere l'attributo "sponsored". Un ottimo modo per tenere traccia dei vostri link di affiliazione e assicurarvi che usino sempre l'attributo sponsored è quello di utilizzare un plugin di affiliazione come [Pretty Links](#) o [ThirstyAffiliates](#).

Pretty Links permette di creare link di affiliazione semplici e brevi che includono l'attributo sponsored e reindirizzano con un 301. Per abilitare queste impostazioni, andate su Pretty Links > Opzioni nella bacheca di WordPress:



La pagina delle opzioni di Pretty Links

Potete selezionare il tipo di redirect pertinente dal menu a tendina e selezionare le caselle di controllo Enable No Follow e Sponsored per far sì che tutti i link affiliati includano gli attributi nofollow e sponsored. Aggiungendo l'attributo nofollow vi assicurerete che tutti i motori di ricerca capiscano che non si tratta di un link naturale.

Risorse di Merchant Marketing

La maggior parte dei programmi di affiliazione sono supportati da un team di marketer, designer, sviluppatori e altro. Invece di creare il vostro materiale per promuovere i prodotti o i servizi del merchant, approfittate dei contenuti che hanno già preparato per voi.

Le Risorse di Merchant Marketing

Molti [programmi di affiliazione](#) offrono ai propri affiliati materiali promozionali da usare senza costi aggiuntivi. Queste risorse possono includere banner del sito, fogli di vendita, loghi e linee guida di utilizzo, modelli di email, copie di esempio del prodotto e altro ancora.

Potete aumentare le opportunità di convertire aggiungendo queste immagini al vostro sito web e inserendo un collegamento ipertestuale a una pagina web ottimizzata per la conversione. Contattate il coordinatore del programma di affiliazione per discutere dei posizionamenti migliori sul vostro sito.

Gli affiliati di Kinsta hanno accesso a una [serie di banner del sito](#), ognuno dei quali pubblicizza una caratteristica diversa. Potete trovarli nella [dashboard affiliati di Kinsta](#).

In generale, potete rimanere sempre aggiornati sui programmi di affiliazione seguendo il [blog dedicato agli affiliati](#).

CENTRO AFFILIATI

Accademia Affiliati

Approfitta del nostro canale dell'accademia affiliati per aumentare rapidamente i tuoi referral e guadagnare un maggior reddito passivo. Condividiamo guide approfondite, offriamo consigli avanzati e intervistiamo i migliori affiliati marketer del settore.



21 Consigli per Aumentare le Vendite di Affiliazione nel 2021

Ecco 21 consigli e trucchi collaudati per aumentare le tue vendite di affiliazione nel 2021. Abbiamo strategie sia per i commercianti che per gli a...



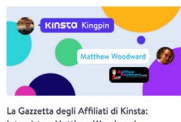
16+ Ottimi Trucchi e Consigli per Aumentare le Vendite da Affiliato di Kinsta

Cerchi dei solidi consigli di marketing per gli affiliati? Dai un'occhiata a queste tattiche collaudate per guadagnare maggiori commissioni di affi...



Divulgazioni di Affiliazione - Come Scriverle e Come Aggiungerle al Tuo Sito WordPress di Affiliato

Che cos'è la divulgazione di un affiliato? Date un'occhiata a questa guida approfondita per sapere cosa sono, come funzionano e come aggiungerne un...



La Gazzetta degli Affiliati di Kinsta: Intervista a Matthew Woodward

Leggi la nostra intervista a Matthew Woodward, affiliato marketer di successo e pluripremiato blogger del Regno Unito che utilizza WordPress per gu...



Come Fare Soldi con un Sito Amazon Associates (Caso di Studio)

Fare soldi dal tuo sito Amazon Associates non deve per forza essere complicato. Scopri come fare la ricerca di keyword e creare contenuti che conve...



Cos'è il Marketing di Affiliazione e Come Funziona?

Vuoi iniziare con il marketing di affiliazione per ottenere un reddito passivo? Scopri cos'è il marketing di affiliazione, come avviare un sito web...

[Accademia Affiliati di Kinsta](#)

I Gruppi delle Merchant Community

Molti brand offrono spazi dove gli affiliati possono ricevere risorse, incontrare altri affiliati e imparare dai loro pari.

Da Kinsta, invitiamo i nostri affiliati a partecipare al nostro gruppo Facebook [“Make Money with WordPress”](#). Qui, pubblichiamo spesso le notizie e gli aggiornamenti di Kinsta, i consigli di vendita degli affiliati e le storie di successo di noti marketer affiliati.

Promuovere Sconti di Brand

C'è bisogno di dire altro? Le offerte e gli sconti sono un modo efficace per incoraggiare le vendite, specialmente nel marketing di affiliazione. A seconda del brand con cui state lavorando, prima di una vendita potreste ricevere gli obiettivi della campagna, il pubblico target, il testo della promozione e le immagini.

Nota: da Kinsta, abbiamo un approccio diverso agli sconti. **Non offriamo codici promozionali**, perché il prezzo dei nostri piani si basa sulla qualità del servizio e del supporto. Proibiamo anche ai nostri affiliati di riferirsi ai nostri sconti con coupon, accordi o offerte speciali.

Questo non significa che non potete risparmiare sui nostri piani di hosting. Offriamo **due mesi gratis quando si acquista in anticipo un anno di hosting**. Inoltre, offriamo uno **sconto del 15% alle organizzazioni non profit**.

Conclusioni

Il marketing di affiliazione è un ottimo strumento per guadagnare un reddito passivo. Ma come molte attività online, non è sempre facile come sembra. Più sarete strategici, più guadagnerete.

Ci auguriamo che i consigli di questo ebook vi siano di aiuto sulla strada per il successo nel marketing di affiliazione!

Se cercate un nuovo programma di affiliazione, date un'occhiata al programma [di Kinsta](#)! Offriamo fino a \$500 per ogni referral e una commissione mensile ricorrente del 10% a vita, e questo ne fa uno dei migliori programmi di affiliazione nel settore dell'hosting.

**Scopri quanto puoi guadagnare con
il programma di affiliazione di Kinsta.**



Infine, potete portare il vostro blog WordPress al livello successivo grazie ai servizi di hosting gestito di Kinsta. I nostri servizi si basano su tecnologie ad alta velocità dotate di sicurezza all'avanguardia. E prendiamo molto sul serio il servizio di supporto. Cosa significa questo per voi? Significa che gestiremo il vostro sito in modo che siate liberi di dedicarvi alla crescita del vostro reddito di affiliazione.

**Scopri perché Kinsta è il provider di hosting
giusto per te**





KINSTA