



প্রবণতা প্রচার
পদ্ধতি

এফিলিয়েট
মার্কেটিং



বিষয়বস্তু

ভূমিকা... 4

এফিলিয়েট মার্কেটিং কি? ... 5

ইতিহাস, প্রধান খেলোয়াড় এবং বর্তমান চ্যালেঞ্জ... 7

এফিলিয়েট টাইপস... 10

বিজ্ঞাপনদাতাদের জন্য সর্বোত্তম অনুশীলন... 12

আপনার এফিলিয়েট নেটওয়ার্ক নির্বাচন করা... 14

মার্কেটিং মিক্সে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং এর ভূমিকা... 16

এফিলিয়েট চ্যানেলে কন্টেন্ট জীবিত রাখা... 18

সাফল্যের চাবিকাঠি... 20

টেকনোলজির উপর ক্যাপিটালাইজিং... 22

একটি আধুনিক বাজার... 25

শব্দকোষ... ২৮

এফিলিয়েট মার্কেটিং কি?

রজার লি এপিডি

এটি একটি ভাল প্রশ্ন, এবং একটি সবসময় বিকশিত উত্তর সহ।
তো চলুন শুরুতে শুরু করা যাক একটি সহজ সংজ্ঞা দেওয়ার চেষ্টা করে:

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং হল সেই অভ্যাস যেখানে একটি ডিজিটাল
প্রকাশক বা ওয়েবসাইট একটি অনলাইন খুচরা বিক্রেতাকে প্রচার করে
এবং সেই অনলাইন খুচরা বিক্রেতার জন্য বিজ্ঞাপন তৈরি করে বিক্রয়
বা লিডের উপর ভিত্তি করে কমিশন উপার্জন করে।

আমরা এই পেমেট মেট্রিক CPA - প্রতি ক্রিয়াকলাপের খরচ বলে
থাকি। সাধারণত একটি 'অ্যাকশন' হল একটি অনলাইন পণ্য বা
পরিষেবার বিক্রয়, তবে এটি একটি লিড বা নিবন্ধন, একটি কল,
একটি ডাউনলোড বা অন্য কোনো ট্র্যাকযোগ্য অ্যাকশনও হতে পারে
যা শেষ গ্রাহকের পছন্দ। সাম্প্রতিক বছরগুলিতে এটি অফলাইন
বিক্রয়কেও অন্তর্ভুক্ত করেছে — যদি সেগুলি একটি কুপন বা
বারকোড দ্বারা ট্র্যাক করা যায়।

CPA সেট করার দুটি উপায় আছে:

ফ্ল্যাট রেট: প্রতিটি কাজের জন্য একটি নির্দিষ্ট ফি প্রদান করা হয়।
এটি সাধারণত কোনো খরচ ছাড়াই রেজিস্ট্রেশন ধরনের
অ্যাকশনের জন্য ব্যবহার করা হয়, যেমন একটি ক্রেডিট কার্ড
সাইন-আপ বা মোবাইল ফোন চুক্তির মতো একটি নির্দিষ্ট
মূল্যের পণ্যের জন্য।

রাজস্ব ভাগ: ক্রয়কৃত আইটেমের মূল্য ট্র্যাক করা হয় এবং
সেই মূল্যের একটি শতাংশ তারপর অনুমোদিতকে প্রদান করা
হয়। ফ্যাশন খুচরা বিক্রেতাদের মতো বিভিন্ন মূল্যে বিভিন্ন ধরনের
বাস্তব পণ্য বিক্রি করে বিজ্ঞাপনদাতারা সাধারণত এটি পছন্দ
করেন।

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং হল পারফরম্যান্সের অংশ

বিপণন পরিবার, অর্থ বিনিয়োগের উপর রিটার্ন নিশ্চিত
করা হয় এবং বিজ্ঞাপনদাতা শুধুমাত্র বিজ্ঞাপনের জন্য অর্থ প্রদান
করে যা সফল হয়েছে।

এটি একটি বহুমুখী চ্যানেল এবং পোশাক, ভ্রমণ, ইলেকট্রনিক্স,
স্বাস্থ্য এবং সৌন্দর্য, টেলিযোগাযোগ, অর্থ এবং মুদিখানা সহ বিস্তৃত
উল্লম্ব জুড়ে ভোক্তা পণ্য বা পরিষেবা বিক্রি করা ব্যবসায়ীদের
জন্য ক্রিয়াকলাপ চালানোর ক্ষেত্রে অত্যন্ত কার্যকর। এটিকে একটি
সমন্বিত প্রচারাভিযানে বিজ্ঞাপনদাতার বিপণন মিশ্রণের একটি মূল
অংশ হিসাবে বিবেচনা করা উচিত, ব্র্যান্ড সচেতনতা এবং
আগ্রহকে ক্রয়ের শেষ ফানেলের দিকে রূপান্তরে রূপান্তর করতে
বিশেষীকরণ করা উচিত।

ব্র্যান্ড বা পণ্যের প্রচার করে এমন ওয়েবসাইটকে সংজ্ঞায়িত
করতে আমরা 'অ্যাফিলিয়েট' বা 'প্রকাশক' শব্দটি ব্যবহার করি।
পরবর্তী অধ্যায়গুলিতে আমরা ব্যবসায়িক মডেলগুলিকে
আরও গভীরভাবে দেখব যেগুলি বিজ্ঞাপনদাতার জন্য ক্রিয়াকলাপ
চালানোর জন্য অনুমোদিত সংস্থাগুলি নিয়োগ করে। আপাতত,
আসুন একটি সাধারণ ভুল ধারণা দূর করা যাক: অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং
শুধুমাত্র ব্যানার বিজ্ঞাপন নয়, আসলে, বেশিরভাগ প্রচার ব্যানার
বিজ্ঞাপনের ফলে তাদের বিক্রয়ের 10% এরও কম পাবে। ভোক্তারা
এই ব্যানারগুলিকে উপেক্ষা করতে শিখেছে, তাই সফল
সহযোগীরা তাদের সাথে কাজ করে এমন বিজ্ঞাপনদাতাদের
জন্য বিক্রয় তৈরি করতে আরও বুদ্ধিমান, আরও আকর্ষক
কৌশল ব্যবহার করে, বেশিরভাগ বিক্রয় 'টেবুট লিঙ্ক' থেকে
আসে প্রায়ই 'এখন কিনুন' বা 'এখানে কেনাকাটা করুন' টাইপ
বোতামগুলির পিছনে লুকিয়ে থাকে। . অ্যাফিলিয়েট জগতে একটি
'টেবুট লিঙ্ক' হল একটি ট্র্যাকযোগ্য URL যা বিজ্ঞাপনদাতার
ওয়েবসাইটের প্রাসঙ্গিক পৃষ্ঠায় পুনঃনির্দেশিত করে।

যদিও বেশিরভাগ সহযোগী এখনও তাদের বিজ্ঞাপনদাতাদের জন্য
প্রচার করে

তাদের নিজস্ব ওয়েবসাইট বা ব্লগ, এখন তারা গ্রাহক তৈরি করার আরও অনেক উপায় আছে। এর মধ্যে রয়েছে ইমেল মার্কেটিং, মোবাইল অ্যাপস, পেইড সার্চ, রিমার্কেটিং উইজেট বা প্রচারণা, অফলাইন প্রচার এবং সামাজিক প্রচারণা। পরিধি প্রায় সীমাহীন। CPA মেট্রিকে প্রচারের জন্য যে কোনো প্রকাশক বা অংশীদারকে অর্থ প্রদান করা হলে তা একটি অনুমোদিত হিসাবে বিবেচিত হতে পারে।

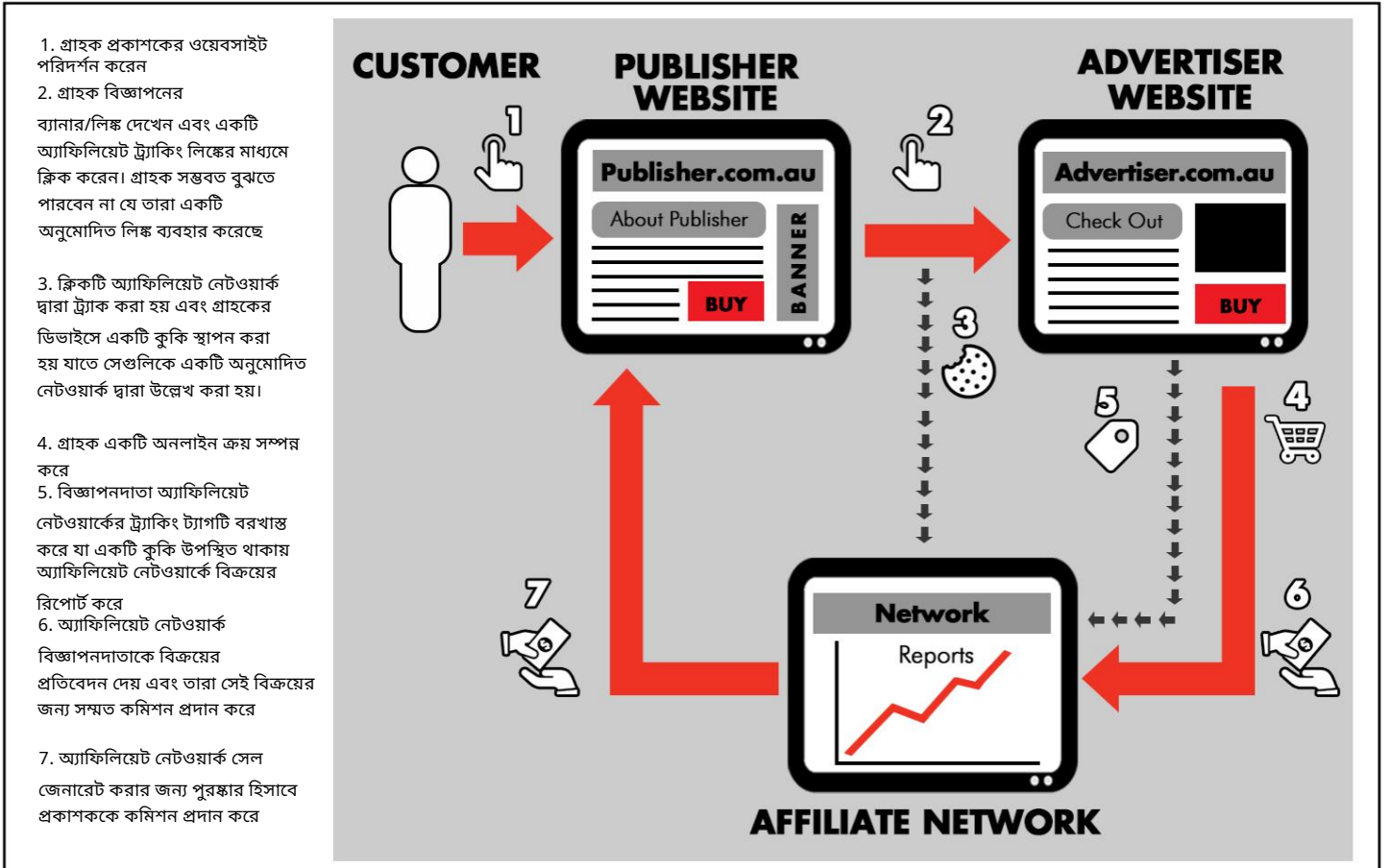
এটা কিভাবে প্রযুক্তিগতভাবে কাজ করে?

বেশিরভাগ বিজ্ঞাপনদাতারা তাদের অ্যাফিলিয়েট ক্যাম্পেইনের ট্র্যাকিং পরিচালনা করতে একটি অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক নিয়োগ করবে। নেটওয়ার্কটি অ্যাফিলিয়েটদের ট্র্যাকিং লিঙ্কের একটি সেট প্রদান করবে যেগুলি অ্যাফিলিয়েটদের ওয়েবসাইটে ব্যানার এবং টেক্সট লিঙ্কগুলির পিছনে বসে থাকে। যখন গ্রাহক সেই লিঙ্কটিতে ক্লিক করেন তখন একটি কুকি তাদের কম্পিউটারে ফেলে দেওয়া হয় এবং সেই ক্লিকটি অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক দ্বারা নিবন্ধিত হয়। যখন সেই গ্রাহক একটি কেনাকাটা সম্পূর্ণ করে এবং বিজ্ঞাপনদাতার নিশ্চিতকরণ পৃষ্ঠায় পৌঁছায়, তখন অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের ট্র্যাকিং ট্যাগটি বাদ দেওয়া হয়। সেই ট্যাগটি প্রাসঙ্গিক কুকির জন্য চেক করে এবং গ্রাহক যদি অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের প্রকাশকদের একজন থেকে আসে, তাহলে অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক তাদের প্ল্যাটফর্মে বিক্রি রেকর্ড করে। যে প্ল্যাটফর্মের মাধ্যমে বিজ্ঞাপনদাতা এবং অনুমোদিত উভয়

বিক্রয় ট্র্যাক করা হয়েছে দেখতে সক্ষম হওয়া উচিত এবং একটি কমিশন প্রদান করা যেতে পারে।

বিজ্ঞাপনদাতা বিক্রয়ের সাথে প্রাসঙ্গিক সমস্ত তথ্য দিয়ে ট্র্যাকিং ট্যাগ তৈরি করে, সাধারণত মূল্য এবং অর্ডার আইডি সর্বদা অন্তর্ভুক্ত থাকে, তারপর অতিরিক্ত ক্ষেত্র যেমন পণ্য স্টক কিপিং ইউনিট (SKU) বা প্রচার কোড যোগ করা যেতে পারে এবং বিশ্লেষণে সহায়তা করার জন্য ট্র্যাক করা যেতে পারে। প্রচারণার কর্মক্ষমতা

আবার, বেসিক ট্র্যাকিং মডেলে উন্নতি করার জন্য বিস্তৃত জটিলতা এবং বিকল্প রয়েছে। আরও উন্নত নেটওয়ার্কগুলি কুকি-কম ট্র্যাকিং প্রদান করতে সক্ষম হয়, যাতে ব্যবহারকারী অ্যাফিলিয়েট কুকি ব্লক বা মুছে ফেললে বিক্রয় এখনও অনুমোদিতদের কাছে দায়ী করা যেতে পারে। এটি ক্রমবর্ধমান গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠছে কারণ কিছু ব্রাউজার স্বয়ংক্রিয়ভাবে তৃতীয় পক্ষের কুকিগুলিকে ব্লক করে। আরও জটিল ট্র্যাকিং অনন্য প্রচারমূলক কোডগুলি ব্যবহার করতে পারে বা বিক্রয় রেকর্ড করতে অ-অধিভুক্ত কোডগুলিকে ব্লক করতে পারে। অ্যাফিলিয়েট ট্র্যাকিং পিক্সেলগুলি শর্তসাপেক্ষে অন্যান্য ট্র্যাফিক উত্সগুলির বিরুদ্ধে ডি-ডুপ্লিকেট করার জন্য বহিস্কার করা যেতে পারে — যদিও এর জন্য নিয়মগুলির চারপাশে জটিল প্রোগ্রামিং প্রয়োজন, কারণ কুকির দৈর্ঘ্য সাধারণত একটি একক সেশনের চেয়ে অনেক বেশি।



ইতিহাস, প্রধান খেলোয়াড় এবং বর্তমান চ্যালেঞ্জ

অস্ট্রেলিয়ার অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এর বিকাশ প্রাথমিকভাবে সেক্স-সার্ড প্ল্যাটফর্মগুলির উপর ভিত্তি করে ছিল যেগুলি অ্যাফিলিয়েটরা তাদের প্রয়োজনীয় লিঙ্কগুলি অ্যাক্সেস করতে এবং সংগ্রহ করতে পারে। গত পাঁচ বছরে এই প্ল্যাটফর্মগুলি অধিভুক্ত নেটওয়ার্কগুলির উত্থানের দ্বারা দখল করা হয়েছে যা অস্ট্রেলিয়ায় জনগ্রহণ করেছে, বা স্থানীয় দলগুলি দ্বারা আমদানি করা এবং পরিবেশিত হয়েছে। এই পদ্ধতিটি এখন অন্যান্য বাজারে তাদের সমতুল্যকে প্রতিফলিত করে।

ম্যাথু শেপার্ড

ডিজিটাল নেভিগেট করুন

অস্ট্রেলিয়ার অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের বিকাশ প্রাথমিকভাবে তুলনামূলকভাবে সরল স্ব-পরিষেবা প্ল্যাটফর্মগুলির উপর ভিত্তি করে ছিল যেগুলি তাদের প্রয়োজনীয় লিঙ্কগুলি সংগ্রহ করার জন্য অ্যাফিলিয়েটরা অ্যাক্সেস করতে পারে। এটি অন্যান্য বাজারে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের প্রাথমিক বিকাশকে প্রতিফলিত করেছে। গত দশকে এই প্ল্যাটফর্মগুলিকে ছাড়িয়ে গেছে আরও উন্নত অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের উত্থানের মাধ্যমে। অস্ট্রেলিয়ায় এই অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কগুলি স্থানীয়ভাবে মালিকানাধীন ব্যবসার পাশাপাশি আন্তর্জাতিক নেটওয়ার্কগুলির মিশ্রণ।

বাজার পরিপক্ব হওয়ার সাথে সাথে দেখা যাবে যে অস্ট্রেলিয়ান প্রোগ্রামগুলি স্থানীয় উপস্থিতি সহ মূল খেলোয়াড়দের সাথে একীভূত হচ্ছে।

মাটিতে পা রাখা আন্তর্জাতিক খুচরা বিক্রেতাদের জন্য গুরুত্বপূর্ণ যারা তাদের অস্ট্রেলিয়ান অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং প্রচেষ্টাকে সর্বাধিক করতে ইচ্ছুক। এই নেটওয়ার্কগুলি ছাড়াও, বিশেষজ্ঞ কর্মক্ষমতা বিপণন প্ল্যাটফর্মের উত্থান হয়েছে। এই SaaS (পরিষেবা হিসাবে সফ্টওয়্যার) ব্যবসায়গুলি অস্ট্রেলিয়ার বৃহত্তম খুচরা বিক্রেতাদের সাথে একটি অবস্থান তৈরি করেছে এবং অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের বাইরে বিভিন্ন ধরনের ট্র্যাকিং পরিষেবাগুলি সম্পাদন করে।

যা প্রায়ই বিজ্ঞাপনদাতাদের সাধারণ প্রয়োজনীয়তার বাইরে। এই বাজার কাঠামোটি এখন মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র এবং যুক্তরাজ্যের মতো পরিপক্ব বাজারগুলিতে তাদের সমতুল্যকে প্রতিফলিত করে। জড়িত ব্যবসায়গুলি সাধারণত উচ্চ দ্বিগুণ বা এমনকি তিন অঙ্কের বৃদ্ধি দেখতে পাচ্ছে।

অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের বৃদ্ধির সাথে অস্ট্রেলিয়ায় অ্যাফিলিয়েট এজেন্সির উত্থান ঘটে।

অস্ট্রেলিয়ার এজেন্সিগুলি খুচরা বিক্রেতাদের একটি উদ্দেশ্যমূলক ব্যবস্থাপনা পরিষেবা অফার করে যা একটি কোলাহলপূর্ণ বাজারের জায়গা হতে পারে তা নিয়ে আলোচনা করতে সহায়তা করে। অনুসন্ধান এবং প্রদর্শনের প্রায়শই শিরোনাম দখলকারী ডিজিটাল প্রতিবেশীদের মধ্যে এজেন্সিগুলির তাদের অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রাম স্থাপন করা উচিত। এটি রিপোর্ট করা হয়েছে যে বড় এজেন্সি গ্রুপগুলি তাদের গ্রাহকদের কাছ থেকে এই পরিষেবাগুলির জন্য বেশি চাহিদা দেখছে যাদের নিজস্ব প্রোগ্রাম পরিচালনা করার জন্য বিশেষজ্ঞ সংস্থান নেই।

অস্ট্রেলিয়ান অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং প্রযুক্তি বিক্রেতাদের উত্থান দেখেছে, যারা রূপান্তর অপ্টিমাইজেশন, অনুসন্ধান এবং প্রদর্শন পুনঃলক্ষ্যকরণে বিশেষজ্ঞ। এই সংস্থাগুলি ইউরোপে দুর্দান্ত সাফল্য দেখেছে এবং অস্ট্রেলিয়ায় এটির প্রতিলিপি করেছে। এটি প্রযুক্তি বিভাগে আরও বিস্তারিতভাবে কভার করা হবে (পৃষ্ঠা 20 দেখুন)।

তারা ভোক্তা ডেটার গভীরে ডুব দেয়

এই কাজটি অ্যাফিলিয়েট গ্রহণের দিকে পরিচালিত করেছে

INDUSTRY

navigate

MEDIACOM

Commissionfactory

Rakuten Marketing

affiliatewindow

columbus

Optimise

iProspect

PERFORMANCE HORIZON

apd

pepperjam

AvantLink

PUBLISHERS

CASHREWARDS™
shop · save · earn

SHOPSTYLE

CONCRETE PLAYGROUND™

velocity
frequent flyer

skimlinks™

Point Hacks
The best frequent flyer deals and offers in Australia.

Ve

PricePal

VigLink

GLAM

flybuys
Powered by COLES

QANTAS POINTS™

Yieldify

finder.com.au

UNIDAYS®

Shopping Links

SaleCycle

rewardStyle

vouchercloud

savoo.com.au

Saving Story

OzBargain.com.au

REWARDGATEWAY
THE EMPLOYEE ENGAGEMENT PEOPLE

cloudIQ

BargainAvenue

অস্ট্রেলিয়ার বৃহত্তম খুচরা বিক্রেতাদের কিছু (তবে বলা উচিত, সব নয়) এবং SME-এর ক্রমবর্ধমান ভিত্তি যারা প্রায়শই পারফরম্যান্স মডেলকে তাদের ব্যবসায়িক উদ্দেশ্য পূরণের সশ্রমী উপায় হিসাবে খুঁজে পাচ্ছেন তাদের মার্কেটিং প্রোগ্রাম।

উপরের চিত্রটি আজকের বাজারের অনেক মূল খেলোয়াড়কে দেখায় এবং প্রযুক্তি, কৌশল এবং ব্যবস্থাপনা পরিষেবা (শিল্প) এবং কিছু সংস্থার (প্রকাশকদের) মধ্যে বিস্তৃতভাবে বিভক্ত।

সংখ্যা

অস্ট্রেলিয়ান অ্যাফিলিয়েটদের ভলিউম বা তাদের মান সম্পর্কে কোন একীভূত বা যাচাইকৃত ডেটা নেই।
খুচরা বিক্রেতাদের কাছে কিন্তু এটি অনুমান করা হয়েছে যে অস্ট্রেলিয়ায় প্রায় 3000-4000 সক্রিয় অ্যাফিলিয়েট রয়েছে। বর্তমানে, অস্ট্রেলিয়ার বাজারে খুচরো বিক্রেতার সংখ্যা বা চ্যানেলটি যে পরিমাণ ক্লিক, লেনদেন বা রাজস্ব চালায় সে বিষয়ে কোনো সম্মত পরিসংখ্যান নেই। যাইহোক, IAB সদস্যদের ভবিষ্যতের সহযোগিতার লক্ষ্য দৃঢ়, নিরীক্ষিত পরিসংখ্যান তৈরি করা।

বিশ্বব্যাপী তুলনা

শিল্পের উপর আমাদের ডেটার আনুমানিক প্রকৃতির কারণে এটি তৈরি করা একটু কঠিন

অন্যান্য বাজারের সাথে দৃঢ় তুলনা। যাইহোক, যুক্তরাজ্য এবং মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের মতো আরও পরিপক্ব বাজার নিয়ে, অবশ্যই তুলনা করা যেতে পারে:

• আমরা দেখতে পাচ্ছি ব্লগার এবং বিষয়বস্তু নির্মাতাদের একটি শক্তিশালী সম্প্রদায় উভয় বাজারে তাদের সাইটগুলিকে নগদীকরণের জন্য অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং ব্যবহার করছে, তবুও অস্ট্রেলিয়া এখনও ব্যক্তিগত, বিশেষ সহযোগীদের শক্তি এবং গভীরতা বিকাশ করছে।

• মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র এবং যুক্তরাজ্যের মতো, প্রণোদনা এবং কুপন সাইটগুলি তাদের ব্যবসায়িক মডেলের প্রকৃতি এবং কিছু ক্ষেত্রে অস্ট্রেলিয়ান বাজারের জন্য সাইট এবং প্রক্রিয়াগুলির প্রতিলিপির কারণে প্রভাবশালী।

• বাজারের মূল খেলোয়াড়রা শিক্ষা, ইভেন্ট এবং বৃহত্তর ডিজিটাল শিল্পের সাথে যোগাযোগের মাধ্যমে সক্রিয়ভাবে অস্ট্রেলিয়ায় শিল্পের সুনাম তৈরি করছে।

• এটা স্পষ্ট যে বিশ্বের বৃহত্তম খুচরা বিক্রেতার অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংকে গ্রহণ করেছে।

যুক্তরাজ্যের ব্রডব্যান্ড ইন্টারনেট প্রদানকারীদের উদাহরণ হিসেবে নিচ্ছেন: ভার্জিন, SKY এবং BT-এর মতো সংস্থাগুলি সমস্ত চ্যানেলে অধিগ্রহণের কৌশল হিসেবে প্রচুর বিনিয়োগ করে। লেখার সময়, অস্ট্রেলিয়ায় গার্ডস্ব সমতুল্যদের দ্বারা এই পদ্ধতির প্রতিলিপি করা হয়নি। এই তুলনা সহজেই ফ্যাশন, খুচরা এবং বীমা মাধ্যমে প্রতিলিপি করা হয়।

- অন্যান্য বাজারের মতো, অস্ট্রেলিয়ান খুচরা বিক্রেতারা শিল্পের পারফরম্যান্স-নেতৃত্বাধীন প্রকৃতি উপভোগ করে এবং এর ROI এবং স্বচ্ছতার উপর ফোকাস করে।

- প্রযুক্তি প্ল্যাটফর্মগুলি বেশিরভাগ বাজার জুড়ে খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি প্রস্তাবের ঝুঁকি কমাতে পারফরম্যান্সের ভিত্তিতে কাজ করে।

এফিলিয়েট টাইপস

আমরা যখন অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং সম্পর্কে কথা বলি, তখন এটি লক্ষ করা গুরুত্বপূর্ণ যে বিভিন্ন ধরনের অ্যাফিলিয়েট রয়েছে। বিজ্ঞাপনদাতাদের পণ্য প্রচারের জন্য অনুমোদিত দ্বারা নির্বাচিত পদ্ধতি হল মূল পার্থক্য। প্রতিটি অ্যাফিলিয়েট টাইপ মান, আয়তন এবং নাগালের ক্ষেত্রে আলাদা ভূমিকা পালন করে। স্বতন্ত্র ভিত্তিতে অধিভুক্তদের বোঝার মাধ্যমে, বিজ্ঞাপনদাতাদের জ্ঞান থাকবে যে নির্দিষ্ট শিল্পে সরবরাহ করতে বা নির্দিষ্ট পণ্যের প্রচারের জন্য কে সবচেয়ে ভালো অবস্থানে রয়েছে।

আইসাবেল স্লাইডার মিডিয়া কম

পুরস্কার সাইট

অনলাইন ক্রেতাদের ক্রমবর্ধমান জ্ঞানী হওয়ার সাথে সাথে, পুরস্কার সাইটগুলি জনপ্রিয়তা বৃদ্ধি পেয়েছে। এই ধরনের অ্যাফিলিয়েট তার সদস্যদেরকে পুরস্কৃত করে একটি বিজ্ঞাপনদাতার কাছ থেকে আয় করা কমিশনের একটি অংশের মাধ্যমে বিক্রয় চালায়।

একটি প্রতিযোগিতামূলক অফার প্রদান করা হলে, পুরস্কার সাইটগুলি উল্লেখযোগ্য ভলিউম তৈরি করতে পারে। তারা ব্র্যান্ডগুলিকে এর এক্সপোজার বাড়ানোর একটি কার্যকর উপায় প্রদান করে, বিশেষ করে যদি পণ্যগুলি সমষ্টিগত সাইটগুলিতে দৃঢ়ভাবে অবস্থান না করে। কৌশলগতভাবে ব্যবহার করা হলে, পুরস্কার ওয়েবসাইটগুলি ক্রমবর্ধমান বৃদ্ধি চালাতে পারে (যেমন গড় অর্ডার মান বাড়ানোর জন্য পুরস্কার, নতুন গ্রাহকদের ক্রয়ের জন্য উচ্চ কমিশন)।

বাতিল হওয়া বুকিং বা রিটার্ন কেনাকাটায় কমিশন প্রদান এড়াতে একটি পরিশীলিত বৈধতা প্রক্রিয়া থাকা গুরুত্বপূর্ণ।

বিষয়বস্তু সাইট এবং ব্লগ

এই ধরনের ওয়েবসাইটগুলি প্রায়শই একটি বিশেষ আগ্রহের উপর দৃষ্টি নিবদ্ধ করে এবং অনন্য বিষয়বস্তু বৈশিষ্ট্যযুক্ত করে। কয়েকটি উদাহরণ হল পণ্য পর্যালোচনা সাইট, ব্লগ এবং অনলাইন ফোরাম। প্রায়ই, বিষয়বস্তু

অ্যাফিলিয়েটরা একটি অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামের লং-টেইল কৌশলের অংশ গঠন করে এবং খুব কমই বড় আয়তনের ড্রাইভার হয়। সামগ্রিক বিক্রয়ে তাদের অবদান যাই হোক না কেন, তারা মূল্যবান অংশীদার। এর কারণ হল অনন্য বিষয়বস্তু সম্পাদকীয় বিশ্বাসযোগ্যতার পরামর্শ দেয় এবং প্রায়শই বিজ্ঞাপনদাতার সার্চ ইঞ্জিন অপটিমাইজেশান (SEO) প্রচেষ্টার উপর ইতিবাচক প্রভাব ফেলে।

বিষয়বস্তু সাইটগুলি নতুন শ্রোতাদের কাছে পৌঁছাতেও সাহায্য করতে পারে। এই শ্রোতারা অগত্যা আপনার ব্র্যান্ডের জন্য বিশেষভাবে খুঁজছেন নাও হতে পারে কিন্তু একটি নিউজলেটারের একটি বৈশিষ্ট্যের মাধ্যমে এটি জুড়ে আসতে পারে কারণ অ্যাফিলিয়েট এমন একটি শ্রোতার কাছে পৌঁছায় যারা সক্রিয়ভাবে আপনার ব্র্যান্ডের চারপাশে বিষয় খুঁজছেন। বিষয়বস্তু সাইটের সাথে ক্রিয়াকলাপ নিযুক্ত এবং অপটিমাইজ করার একটি দুর্দান্ত উপায় হল তাজা সামগ্রী বা একটি একচেটিয়া অফার প্রদান করা। সম্প্রতি আমরা সমন্বিত বিষয়বস্তুর অংশের বৃদ্ধিও দেখেছি সেইসাথে অ্যাফিলিয়েটরা যারা একটি পণ্য নগদীকরণ করতে ভিডিও ব্যবহার করছে।

ইমেইল

একটি ইমেইল অ্যাফিলিয়েট একটি ব্র্যান্ডের পক্ষে রূপান্তর চালাতে তার নিজস্ব (বা তৃতীয় পক্ষের) ডেটা বেসে লক্ষ্যযুক্ত ইমেইল পাঠায়। ভলিউম চালানোর জন্য, একটি শক্তিশালী এবং সময়-সংবেদনশীল অফার প্রয়োজন এবং ক্রিয়েটিভকে নিয়মিত রিফ্রেশ করা উচিত। এটি সর্বদা তথ্যের আকার এবং উত্স বিবেচনা করা গুরুত্বপূর্ণ

নিশ্চিত করুন যে এটি স্থানীয় এবং ব্র্যান্ড প্রবিধানগুলির সাথে সঙ্গতিপূর্ণ এবং অতিরিক্ত প্রচার বা ডাটাবেস ক্লাস্তি এড়াতে।

তুলনা ওয়েবসাইট

এই সাইটগুলি ভোক্তাদের বিভিন্ন বিজ্ঞাপনদাতাদের পণ্যের তুলনা করার সুযোগ দেয় (যেমন ক্রেডিট কার্ড বা ফোন প্ল্যান)। একটি আকর্ষক অফারের মাধ্যমে, তুলনামূলক ওয়েবসাইটগুলি বড় বিক্রয় ভলিউম তৈরি করতে পারে। তারা কীভাবে তাদের র্যাঙ্কিং গঠন করে তার উপর অনেক পরিবর্তিত হয়, যা সর্বদা সেবা পণ্যের উপর ভিত্তি করে নয় কিন্তু প্রায়ই প্রতি ক্লিকে আয় (EPC)।

অধিভুক্তদের পুনরায় লক্ষ্য করা

অ্যাফিলিয়েটরা সাধারণত ট্যাগগুলির মাধ্যমে পুনরায় লক্ষ্য করে যা তারা বিজ্ঞাপনদাতার সাইটে রাখে এবং তাদের ক্রয় সম্পূর্ণ করেনি এমন গ্রাহকদের সাথে পুনরায় যুক্ত হওয়ার চেষ্টা করে।

এটি হয় একটি ওভারলে এর মাধ্যমে হতে পারে যখন একজন ভোক্তা একটি ওয়েবসাইট ত্যাগ করতে চলেছেন, তাদের থাকার জন্য প্ররোচিত করার চেষ্টা করছেন, অথবা ইমেলের মাধ্যমে যদি তারা তাদের শপিং কার্ট পরিত্যাগ করে থাকে, যাতে তাদের ফিরে আসা এবং তাদের কেনাকাটা সম্পূর্ণ করা সহজ হয়। বিজ্ঞাপনদাতার ট্র্যাফিক সোর্স এবং টার্গেটিং বিকল্পের উপর সম্পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ রয়েছে। এটি বিভিন্ন সৃজনশীল এবং বার্তা পরীক্ষা করার সুপারিশ করা হয় এবং প্রণোদনা প্রদানের উপর খুব বেশি নির্ভর না করা।

পিপিসি অ্যাফিলিয়েট

একটি পিপিসি (প্রতি-ক্লিকে অর্থ প্রদান) অ্যাফিলিয়েট হল একজন অনুসন্ধান বিশেষজ্ঞ যিনি একটি কাস্টম-নির্মিত ল্যান্ডিং পৃষ্ঠার মাধ্যমে প্রাসঙ্গিক কীওয়ার্ডগুলিতে বিড করার মাধ্যমে বিজ্ঞাপনদাতার সাইটে ট্র্যাফিক চালান। তারা সাধারণত

একটি CPA ভিত্তিতে কাজ কিন্তু কখনও কখনও হাইব্রিড বাণিজ্যিক চুক্তির প্রয়োজন হয়। পিপিসি অ্যাফিলিয়েটস প্রতিটি ক্লায়েন্টের জন্য নয় কিন্তু মহান কৌশলগত অংশীদার হতে পারে যদি:

- প্রতিযোগীরা বিজ্ঞাপনদাতাদের বিজ্ঞাপনকে নরখাদক করছে।
- সীমিত বাজেট 'সর্বদা চালু' পদ্ধতির অনুমতি দেয় না, যার ফলে এক্সপোজার হারিয়ে যায়
- এগ্রিগেটর বিজ্ঞাপনগুলি বিজ্ঞাপনদাতাদের অনুসন্ধান পদগুলিতে প্রদর্শিত হচ্ছে এবং প্রতিযোগী পণ্যগুলিতে ব্র্যান্ড ট্র্যাফিককে নির্দেশ করছে

একটি PPC অ্যাফিলিয়েটের সাথে একটি সফল ট্রায়ালের চাবিকাঠি হল কঠোর নির্দেশিকা সেট আপ করা যা অ্যাফিলিয়েটগুলিকে মেনে চলা নিশ্চিত করতে সাহায্য করে।

ভাউচার এবং ডিল সাইট

এই ধরনের সাইটগুলি তাদের ব্যবহারকারীদের একটি ডিসকাউন্ট কোড অফার করে বিক্রয় তৈরি করে যা তাদের ক্রয়ের বিপরীতে অনলাইনে রিডিম করা যেতে পারে। তারা প্রায়ই একটি মনোনীত বিভাগে জেনেরিক ডিল প্রচার করে। একটি এক্সক্লুসিভ কোড সাধারণত সাইটে এক্সপোজার বাড়ায়, যেখানে একটি দ্রুত মেয়াদ শেষ হওয়ার তারিখ ভোক্তাদের জন্য জরুরিতার অনুভূতি তৈরি করবে এবং দ্রুত বিক্রয় চালানোর জন্য একটি কৌশলগত হাতিয়ার হিসাবে ব্যবহার করা যেতে পারে।

সামাজিক অধিভুক্ত

এই ধরনের অ্যাফিলিয়েট সোশ্যাল নেটওয়ার্ক বা স্পনসর করা টুইটগুলিতে অত্যন্ত লক্ষ্যযুক্ত পোস্টের মাধ্যমে কাজ করে, যা সচেতনতা বাড়াতে এবং প্রয়োজন তৈরিতে সহায়তা করতে পারে। এটি সৃজনশীল প্রাসঙ্গিক রাখা গুরুত্বপূর্ণ, কর্ম একটি শক্তিশালী আহ্বান সঙ্গে।

জন্য সেরা অনুশীলন

বিজ্ঞাপনদাতারা

রজার লি
এপিডি

একজন বিজ্ঞাপনদাতাকে তাদের বিক্রয় শক্তির সম্প্রসারণ হিসাবে তাদের সহযোগীদের বিবেচনা করা উচিত। অতএব, একটি কার্যকর অধিভুক্ত প্রচারাভিযান চালানোর জন্য, তাদের তাদের সহযোগীদের যথাযথভাবে অনুপ্রাণিত করতে হবে এবং তাদের ব্র্যান্ড এবং পণ্যের প্রচারের জন্য তাদের প্রয়োজনীয় সরঞ্জামগুলি দিতে হবে। একজন বিজ্ঞাপনদাতা হিসাবে আপনার এটিকে একটি অংশীদারিত্ব বিবেচনা করা উচিত যেখানে আপনার উভয়েরই লক্ষ্য একই: আপনার পণ্যের বিক্রয় তৈরি করা। অ্যাফিলিয়েট ক্যাম্পেইন গঠন এবং চালানোর সময় এইগুলি বিবেচনা করা গুরুত্বপূর্ণ বিষয়গুলি:

কমিশন

এটি যেকোন প্রচারাভিযানের একটি মূল উপাদান, এটি আপনার ব্র্যান্ডের প্রচারে অনুপ্রাণিত করার প্রধান চালক। এটি বিজ্ঞাপনদাতা দ্বারা সেট করা হয়েছে তাই এটি সত্যিই কম যেতে লোভনীয় হতে পারে। যদিও সচেতন হোন, যে কোনও শালীন অ্যাফিলিয়েট আপনার প্রতিযোগীদেরকে আপনার উপরে উন্নীত করতে বেছে নেবে যদি তাদের ভাল অর্থপ্রদান থাকে। একটি আরও উদার অর্থ প্রদান আপনাকে আরও ভাল এক্সপোজারে অ্যাফিলিয়েট দেবে এবং আপনি যে বিক্রয়গুলি পাবেন তার বৃদ্ধি বৃদ্ধি করবে। সমানভাবে, কমিশন একটি লাভজনক হার নির্ধারণ করা উচিত যেখানে প্রতিটি বিক্রয়ের ROI ইতিবাচক। কমিশনের সাথে কৌশলী হোন এবং তাদের ব্যবসায়িক মডেলের উপর ভিত্তি করে অ্যাফিলিয়েটদের উচ্চতর পুরস্কার অফার করুন।

মূল সময়ে বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য স্বল্পমেয়াদী বৃদ্ধির অফার করুন। আপনার বিক্রি করা প্রতিটি আইটেম কমিশনযোগ্য হওয়া উচিত, এমনকি এটি কম হারে হলেও।

সবসময়

একটি কার্যকর অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং ক্যাম্পেইন

সবসময় বাজারে থাকা উচিত। একজন বিজ্ঞাপনদাতা হিসাবে আপনি আপনার দোকান এবং/অথবা পণ্য সম্পর্কে বিষয়বস্তু লিখতে সহযোগীদের জিজ্ঞাসা করছেন। তারা আপনাকে প্রচার করার জন্য কাজ করতে অনেক বেশি আগ্রহী হবে যদি তারা নিশ্চিত হয় যে সেই বিষয়বস্তু তৈরি করার পরে তারা সেই প্রচেষ্টার জন্য পুরস্কৃত হতে থাকবে। এর মানে হল সীমাহীন বাজেট, তাই আপনার অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং খরচকে প্রথাগত মার্কেটিং বাজেটের পরিবর্তে বিক্রয় খরচ হিসেবে দেখুন। আপনি অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এ ব্যয় করেন এমন প্রতিটি ডলারের বিনিময়ে আপনাকে একাধিক ডলার ফেরত পেতে হবে তাই এটি বন্ধ করার কোনো মানে হয় না।

ট্র্যাক এবং সবকিছু বিশ্লেষণ

রিয়েল টাইমে ট্র্যাক করুন এবং যা বিক্রি হচ্ছে তা জুড়ে আপনার সহযোগীদের যতটা সম্ভব দৃশ্যমানতা দিন। যদি তারা জানে যে তারা কোন পণ্যগুলি সবচেয়ে বেশি বিক্রি করছে, তারা সেই অনুযায়ী বিষয়বস্তু তৈরি করতে পারে। আপনার গ্রাহকরা যে ডিভাইসগুলিতে কেনাকাটা করছেন সেগুলির রিপোর্ট পান, কোন 'প্রমোকোড' সফল হয়েছে তা জানুন, কোন ক্রিয়েটিভ কাজ করেছে এবং কোনটি করেনি তা পর্যালোচনা করুন। বুঝুন কোন অ্যাফিলিয়েটগুলি আপনার জন্য বিক্রয় তৈরি করছে এবং কেন তা বুঝুন। এটিও গুরুত্বপূর্ণ যে ট্র্যাকিং সঠিক - ভুল মুদ্রায় ট্র্যাক করবেন না বা পরে ডেলিভারি খরচ ম্যানুয়ালি মুছে ফেলার আশা করবেন না। এটা খুবই গুরুত্বপূর্ণ যে আপনার ট্র্যাকিং সঠিক এবং কখনই সরানো বা ভাঙা হবে না।

যোগাযোগ করুন

আপনি যদি আপনার অধিভুক্তদের সাথে কথা না বলেন তাহলে তারা জানবে না কিভাবে আপনার ব্র্যান্ডের প্রচার করা যায়। তাদের আপনার অনন্য বিক্রয় প্রস্তাব (ইউএসপি) এবং মূল বার্তা প্রদান করুন। তাদের বিক্রয় এবং নতুন অগ্রিম বিজ্ঞপ্তি দিন

পণ্য লঞ্চ. তবে এটিকে দিনে তিনবার নতুন অফার দিয়ে স্প্যাম করার লাইসেন্স হিসাবে নেবেন না বা তারা বন্ধ হয়ে যাবে।

সুষ্ঠুভাবে যাচাই করুন

বেশিরভাগ অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক আপনাকে প্রতি মাসের শেষে যে বিক্রয়গুলি ট্র্যাক করেছে তা যাচাই করতে বলবে যাতে আপনি কোনও প্রতারণামূলকভাবে তৈরি করা বিক্রয় বা অসম্পূর্ণ বিক্রয়ের জন্য অর্থ প্রদান এড়াতে পারেন। আপনি যদি অন্যান্য বিপণন চ্যানেলের বিরুদ্ধে ডি-ডুপ্লিকেট করে থাকেন তবে এটি আগে থেকেই পরিষ্কার করা উচিত এবং অন্যান্য বিপণন চ্যানেলগুলির মতো ব্র্যান্ডের পদগুলিতে প্রাকৃতিক অনুসন্ধান বা অর্থপ্রদানের অনুসন্ধান অন্তর্ভুক্ত করা উচিত নয় - এই গ্রাহকরা শুধুমাত্র একটি দ্বারা পরিচিত হওয়ার পরে আপনার ওয়েবসাইটে ফিরে যাওয়ার চেষ্টা করছেন। অধিভুক্ত আবার এটি অ্যাফিলিয়েটের অনুপ্রেরণাকে প্রভাবিত করে, যদি তারা আপনার প্রচারে একটি উচ্চ প্রত্যাখ্যানের হার দেখে, তবে তারা পরিবর্তে একটি ভিন্ন বিজ্ঞাপনদাতাকে প্রচার করতে বেছে নেবে। এটি একটি সময়মত পদ্ধতিতে বিক্রয় বৈধ করাও অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ যাতে অধিভুক্তদের অর্থ প্রদান করা যায়।

প্রচারমূলক সৃজনশীল

যদিও ব্যানারগুলি অ্যাফিলিয়েট বিজ্ঞাপনের সবচেয়ে কার্যকরী রূপ নয় তারা এখনও সাহায্য করে, বিশেষ করে মূল প্রচারের কভারেজের সাথে। আপনার অ্যাফিলিয়েটদের প্রয়োজনীয় জনপ্রিয় মাপগুলি বুঝুন এবং সেগুলি আগে থেকে সরবরাহ করুন।

কৌশল

অ্যাফিলিয়েট মডেলগুলি বৈচিত্র্যময়, প্রতিটিকে পৃথকভাবে বিবেচনা করুন এবং প্রত্যেকের জন্য তাদের যা প্রয়োজন তা দেওয়ার জন্য একটি চলমান কৌশল তৈরি করতে আপনার অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের সাথে কাজ করুন। কুপন অ্যাফিলিয়েটদের সাথে মানানসই প্রচার চালান, আপনার বিষয়বস্তু অ্যাফিলিয়েটদের সামগ্রী সরবরাহ করুন, আপনার মূল্য তুলনা অংশীদারদের একটি সঠিক এবং পরিষ্কার পণ্য ফিড প্রদান করুন, ক্যাশব্যাক এবং আনুগত্য অংশীদারদের সাথে প্রচারের সময়সূচী করুন, মৌসুমী ইভেন্টের সুবিধা নিন ইত্যাদি।

বিক্রির বাইরে

বিশুদ্ধভাবে বিক্রয় উৎপন্ন করার বাইরে আপনি কীভাবে আপনার সহযোগীদের ব্যবহার করতে পারেন সে সম্পর্কে চিন্তা করুন। একটি নিউজলেটার ডাটাবেস তৈরি করতে অধিভুক্তদের ব্যবহার করা সাধারণ। এছাড়াও আপনি আপনার গড় ব্লুডি বাড়ানোর জন্য কৌশলীভাবে সহযোগীদের ব্যবহার করতে পারেন

মান, গ্রাহকদের আপনার অ্যাপ ডাউনলোড করতে বা তাদের মোবাইলের মাধ্যমে কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করতে। আবার প্রতিটি লক্ষ্যের জন্য একটি কৌশল তৈরি করুন যা আপনি অর্জন করতে চান এবং কর্মক্ষমতা ট্র্যাক করতে চান। নির্দিষ্ট গ্রাহকের ক্রিয়াকলাপগুলিকে উৎসাহিত করার জন্য অনুমোদিতদের একটি আকর্ষণীয় পুরস্কার দেওয়া সাহায্য করবে। সাফল্য

জালিয়াতি এবং অধিভুক্ত অপব্যবহার এড়িয়ে চলুন

খুব মাঝে মাঝে একটি অ্যাফিলিয়েট প্রতারণামূলকভাবে বিক্রয় জেনারেট করার চেষ্টা করতে পারে বা ক্যাশব্যাক এবং আনুগত্য সাইটের সদস্যরা একটি ফাঁকি কাজে লাগানোর চেষ্টা করবে। কঠোর প্রোগ্রাম নিয়ম এবং সজাগ পর্যবেক্ষণের মাধ্যমে এই কার্যকলাপ সনাক্ত করা সহজ হওয়া উচিত এবং এই বিক্রয়ের জন্য অর্থ প্রদান করা এড়ানো উচিত। ব্র্যান্ড বিডিং এবং কীভাবে আপনার ব্র্যান্ডের বিজ্ঞাপন দেওয়া হবে তার চারপাশে খুব স্পষ্ট নিয়ম রাখুন। বেশিরভাগ অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের কাছে স্থান নিরীক্ষণ করার জন্য সরঞ্জাম এবং প্রক্রিয়া থাকবে এবং কোনও অপ্রীতিকর কার্যকলাপকে পতাকাঙ্কিত করবে যাতে আপনাকে এর জন্য চার্জ করা না হয়। আপনার অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের সাথে অদ্ভুত দেখায় এমন কিছু চেক করুন যাতে আপনি বুঝতে পারেন যে আসলে কী ঘটছে এবং সেই কার্যকলাপের মূল্য। ক্যাশব্যাক এবং আনুগত্যের সাইটগুলির প্রতি বিশেষ দৃষ্টিভঙ্গি সহ: বড় বিক্রয়ের জন্য অর্থ প্রদান করবেন না যা পরে বাতিল হতে পারে — যেমন ছুটির দিন — এবং কমিশনের জন্য যোগ্যতা অর্জনের জন্য গ্রাহককে যতটা ব্যয় করতে হবে তার চেয়ে বেশি কমিশন দেবেন না — যেমন একটি বাজি প্রচারাভিযান একটি \$10 আমানতের জন্য \$100 প্রদান করে।

প্রতিক্রিয়াশীল হন

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং হল বিজ্ঞাপনদাতা, নেটওয়ার্ক এবং সহযোগীদের মধ্যে একটি দলীয় প্রচেষ্টা। এটি কার্যকরভাবে কাজ করার জন্য অবিরাম মনোযোগ এবং ইনপুট প্রয়োজন। যেকোনো বিপণন প্রচারণার মতো, আপনি সেট করতে এবং ভুলে যেতে পারবেন না, তারপরে ভাল ফলাফল এবং বৃদ্ধির আশা করুন।

বিবর্তিত

অধিভুক্ত স্থান সর্বদা পরিবর্তিত হয়, গত বছর যা কাজ করেছে তার জন্য সর্বদা নতুন সুযোগ এবং নতুন চ্যালেঞ্জ রয়েছে। শিখতে থাকুন, আপনার অ্যাফিলিয়েটগুলি আপনার জন্য কী করছে তা বিশ্লেষণ করতে থাকুন এবং চ্যানেলের মাধ্যমে বিক্রয় তৈরির নতুন উপায় ট্রায়াল করতে থাকুন।

আপনার নির্বাচন এফিলিয়েট নেটওয়ার্ক

জেন ম্যাকিনটায়ার
কমিশন কারখানা

বিবেচনা করা এবং সংজ্ঞায়িত করা প্রয়োজন:

আপনি অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এ নতুন হোন বা চ্যানেলে আপনার প্রচুর অভিজ্ঞতা থাকুক না কেন এটি বিভিন্ন অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক এবং তাদের শক্তির মধ্যে বিকল্পগুলিকে ওজন করার জন্য সর্বদা অর্থ প্রদান করে। কিছু নেটওয়ার্ক ভেরিফিকেশনের জ্ঞান এবং আপনার মার্জিন এবং ROI-এর জন্য এর অর্থ কী তা আপনার প্রোগ্রামের সম্ভাব্যতার সাথে একটি বিশাল পার্থক্য তৈরি করে।

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এর সুবিধাগুলি অনেকগুলি কিন্তু সম্পূর্ণরূপে কর্মক্ষমতার উপর ভিত্তি করে প্রকাশকদের কমিশন দেওয়ার ক্ষমতার মতো এত বড় নয়। এটি এই ঝুঁকি হ্রাস করে যে যদি ট্র্যাফিক বিক্রয়ে রূপান্তরিত না হয় তবে আপনাকে এখনও ক্লিক বা ইম্প্রেশনের জন্য চার্জ করা হবে না এবং বিক্রয়ের উত্স ট্র্যাক করার ক্ষমতা সহ ROI এর স্বচ্ছতা।

বিজ্ঞাপনদাতাদের দ্বারা নেটওয়ার্কগুলি ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত হওয়ার কারণে ব্যবসায়িক আউটসোর্সিংয়ের অন্য কোনও ফর্মের সাথে তুলনা করা যেতে পারে যেখানে ব্যক্তির একা পরিচালনা করে বৃহত্তর অর্থনীতি অর্জন করতে পারে। উপরন্তু নেটওয়ার্কগুলি বর্ধিত পরিষেবা এবং প্রযুক্তি অফার করে - অন্তত ট্র্যাকিং ক্ষমতা নয় যা নেটওয়ার্কের মূল কিন্তু হাজার হাজার প্রকাশক না হলেও শত শত বিলিং ব্যবস্থাপনা এবং জালিয়াতি বিরোধী এবং সম্মতি পর্যবেক্ষণ।

একটি নেটওয়ার্ক নির্বাচন করার আগে

নেটওয়ার্কের কাছে যাওয়ার আগে আপনার লক্ষ্য, উদ্দেশ্য এবং কৌশলগুলি আপনার কাছে পরিষ্কার হওয়া উচিত এবং আপনি কী অর্জন করতে চান সে সম্পর্কে স্পষ্ট না হয়ে তাদের আপনার পক্ষে একটি নির্দিষ্ট কৌশল তৈরি করার অনুমতি দেবেন না।

নীচের বিপণন কোন ফর্ম সঙ্গে

1 লক্ষ্য

উদ্দেশ্য হল আপনি কেন অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং স্পেসে প্রবেশ করছেন তার কারণগুলি সংজ্ঞায়িত করা। আপনার চূড়ান্ত লক্ষ্য বাজারের শেয়ার বাড়ানো, বিক্রয় বৃদ্ধি, আরও ভালো ROI অর্জন করা বা আরও ব্র্যান্ড সচেতনতা তৈরি করা কিনা তা হাইলাইট করা উচিত।

2 উদ্দেশ্য

আপনার উদ্দেশ্যগুলি আপনার নির্দিষ্ট লক্ষ্যের গভীরে যাবে। উদাহরণস্বরূপ, যদি আপনার লক্ষ্য কেবলমাত্র আরও বেশি বিক্রয় হয় তবে আপনি সেই সংখ্যাগুলিকে সংজ্ঞায়িত করবেন, যেমন, বিক্রয় 15% বৃদ্ধি করে, প্রতি মাসে প্রায় 500 অতিরিক্ত বিক্রয়ে 15:1 এর বিজ্ঞাপন ব্যয় (ROAS) অর্জন করে

3 কৌশল

আপনি আপনার অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামটি কীভাবে চালাতে চান তা পরিষ্কার না হওয়া পর্যন্ত একটি নেটওয়ার্ক সবচেয়ে ধারাবাহিকভাবে কার্যকর কৌশল বাস্তবায়নের পরামর্শ দিতে পারে। এটি একটি 90-দিনের লক্ষ্য কৌশলের আকারে হতে পারে যেখানে নেটওয়ার্ক স্পষ্টভাবে রূপরেখা দেয় যে প্রকাশকদের জড়িত করতে এবং আপনার উদ্দেশ্য পূরণ করতে প্রতি সপ্তাহে কী করা দরকার। এটি নির্ভর করবে আপনি নিজে প্রোগ্রামটি পরিচালনা করছেন বা আপনার প্রোগ্রাম পরিচালনা করার জন্য নেটওয়ার্ক বেছে নিয়েছেন, যার ফলে তারা সম্ভবত একটি সার্ভিস লেভেল এগ্রিমেন্ট (SLA) উপস্থাপন করেছে এবং 90-এর বাস্তবায়নের কৌশল আপনার সাথে সম্মত হয়েছে। আপনার পক্ষে দিনের পরিকল্পনা।

আপনার উদ্দেশ্যের অংশ যদি খরচ কমানোর ব্যবস্থা হয় তাহলে এটা মনে রাখা আগ্রহের বিষয় হতে পারে যে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংকে অন্যান্য ধরনের অনলাইন কার্যকলাপের সাথে একত্রিত করা যেতে পারে যেমন পেইড সার্চ (পিপিসি), রিটার্গেটিং এবং কার্ট পরিত্যাগ করা। সাধারণত আপনি একটি নেটওয়ার্ক থেকে বাহ্যিক এই পরিষেবাগুলির জন্য অর্থ প্রদান করতে পারেন এবং পরিবর্তে কেবলমাত্র অ্যাট্রিবিউশনের জন্য নয় বরং অন্যান্য প্রকাশকদের মতো পারফরম্যান্স মডেলেও সেগুলি অ্যাক্সেস করতে নেটওয়ার্কের মাধ্যমে চালানোর জন্য বেছে নিতে পারেন।

নেটওয়ার্কগুলি কীভাবে চার্জ করে

সর্বাধিক সংখ্যাগরিষ্ঠ বিজ্ঞাপনদাতারা যেগুলি অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং ব্যবহার করে তারা একটি অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কের মাধ্যমে এটি করে যা প্রাথমিকভাবে পারফরম্যান্সের ভিত্তিতে পারিশ্রমিক দেওয়া হয় যদিও মাসিক ফি, সেটআপ ফি এবং কখনও কখনও পারফরম্যান্স ন্যূনতম প্রয়োজন হতে পারে। বিজ্ঞাপনদাতারা নেটওয়ার্কের অধিভুক্ত অংশীদারিত্বের মাধ্যমে সংগৃহীত বিক্রয়, সাইন-আপ বা লিডগুলির জন্য নেটওয়ার্ককে একটি ফি প্রদান করে।

ফি একটি "ওভাররাইড", 'নেটওয়ার্ক পেআউট', 'নেটওয়ার্ক বাউন্স' বা 'লেনদেন ফি' হিসাবে শ্রেণীবদ্ধ করা যেতে পারে এবং প্রকাশকদের যে কোনো কমিশন পেমেন্টের 1%-30% হতে পারে। এর মানে হল যে \$100 বিক্রিতে আপনি প্রকাশকদের 10% কমিশন প্রদান করতে পারেন যাতে তারা সেই বিক্রয়ের \$10 পাবে এবং একটি 20% ওভাররাইড চার্জ করে এমন একটি নেটওয়ার্ক কমিশনের উপরে \$2 যোগ করবে, যা সেই লেনদেনের জন্য আপনার মোট অর্থপ্রদান \$12 করে দেবে।

নেটওয়ার্ক পারিশ্রমিকের প্রকারগুলি অন্তর্ভুক্ত করে:

- কমিশনের শতাংশ (উপরের উদাহরণ)
- বিক্রয় মূল্যের শতাংশ
- সীসা প্রতি সমতল হার
- প্রতি বিক্রয় ক্ল্যাট রেট

নেটওয়ার্কগুলি তাদের ফি নিয়ে আলোচনা সাপেক্ষে তাদের নিজস্ব রিটার্নের অনুমান এবং আপনার দেওয়া তথ্যের উপর ভিত্তি করে।

একাধিক নেটওয়ার্কের সাথে কাজ করা

বিজ্ঞাপনদাতাদের দ্বারা একটি পুনরাবৃত্ত আলোচনা প্রশ্ন হতে পারে যে তারা খুব বেশি বা পর্যাপ্ত নেটওয়ার্ক ব্যবহার করছে কিনা। কখনও কখনও মিশ্রণে আরও অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক যুক্ত করার আকাঙ্ক্ষা এই বিশ্বাস থেকে উদ্ভূত হয় যে আপনি যদি 'নেটওয়ার্ক এক্স' ব্যবহার করেন এবং এই ফলাফলটি অর্জন করেন তবে অন্য নেটওয়ার্ক যোগ করলে ফলাফল দ্বিগুণ হবে।

দুর্ভাগ্যবশত এটি সবসময় হয় না, বিশেষ করে একই ভৌগলিক অঞ্চলের মধ্যে যেখানে প্রকাশকদের ওভারল্যাপ বেশি হতে পারে।

সেখানে বিজ্ঞাপনদাতাদের সম্পূর্ণ স্পেকট্রাম অ্যাক্সেস করার জন্য অনেক প্রকাশক একাধিক নেটওয়ার্কের সদস্য হওয়ার প্রবণতা রাখে, তাই প্রকাশকদের এক নেটওয়ার্ক থেকে অন্য নেটওয়ার্কে ওভারল্যাপ অন্য নেটওয়ার্ক যোগ করার এবং এর চেয়ে উচ্চতর ফলাফল অর্জনের পছন্দসই ফলাফলকে অস্বীকার করতে পারে। ইতিমধ্যে অর্জন করা হচ্ছে। খুচরা বিক্রেতাদের দৃষ্টিকোণ থেকে একাধিক নেটওয়ার্কের সাথে যুক্ত থাকার সুবিধাগুলি অতিরিক্ত প্রশাসন এবং প্রচেষ্টার নকলের দ্বারা বেশি হতে পারে

আপনার অনলাইন স্টোর বা পরিষেবা একাধিক দেশে উপস্থিত থাকলে একটি মাল্টি-নেটওয়ার্ক কৌশল বাঞ্ছনীয় হতে পারে। ব্র্যান্ডগুলিকে মনে রাখা উচিত যে তাদের নিজ অঞ্চলের নেতা তাদের আন্তর্জাতিক কৌশলের জন্য উপযুক্ত নাও হতে পারে এবং তারা ঘরে বসে যে ফলাফলগুলি অর্জন করে তা অনুবাদ করতে পারে না। সমানভাবে, এটি নিখুঁত ফিট এবং ব্র্যান্ড সম্পর্কে তাদের জ্ঞান হতে পারে এবং দুর্দান্ত ফলাফলে অনুবাদ করতে পারে।

ব্র্যান্ডগুলিকে নতুন দেশে বাজার অন্বেষণ করা উচিত এবং তাদের জন্য উপলব্ধ অংশীদারদের সাথে কথা বলা উচিত যাতে তারা সঠিক ফিট। শেষ পর্যন্ত, তাদের স্থানীয় জ্ঞান প্রোগ্রাম বৃদ্ধিতে সহায়তা করবে।

চ্যানেলে প্রতিশ্রুতিবদ্ধ

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং এমন একটি চ্যানেল নয় যা সেট করা এবং ভুলে যাওয়া এবং সফল হওয়ার জন্য আপনার প্রকাশকদের একটি বিক্রয়-শক্তি হিসাবে বিবেচনা করা গুরুত্বপূর্ণ, যার জন্য আপনি যে নেটওয়ার্কই বেছে নিন তা নির্বিশেষে কার্যকরভাবে সম্পাদন করার জন্য ভাল যোগাযোগ, ধারাবাহিকতা এবং উত্সাহ প্রয়োজন।

আপনার নিজের জ্ঞান এবং দক্ষতার স্তরের মূল্যায়ন করুন এবং সেইসাথে আপনার অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং কার্যকলাপ পরিচালনা করার জন্য আপনার কাছে অভ্যন্তরীণভাবে উপলব্ধ সংস্থানগুলি কোন নেটওয়ার্ক ব্যবহার করতে হবে তার সিদ্ধান্ত নেওয়ার প্রক্রিয়া এবং আপনার সেগুলির জন্য প্রয়োজনীয় পরিষেবার স্তরের জন্য অপরিহার্য হবে।

প্রযুক্তির উপর ফোকাস সহ একটি বৃহৎ এবং নির্ভরযোগ্য উভয় নেটওয়ার্কের সংমিশ্রণ (সমস্ত অ্যাফিলিয়েট ইন্ডাস্ট্রি সবসময় বিকশিত হচ্ছে) এবং পরিষেবা আপনার প্রচারাভিযানকে প্রকাশকদের কাছে আকর্ষণীয় করে তুলবে - একটি জনপ্রিয় এবং লাভজনক প্রোগ্রামে অনুবাদ করা।

অধিভুক্ত ভূমিকা মধ্যে বিপণন বিপণন মিশ্রণ

রিচা দানি
কলম্বাস

মার্কেটিং মিক্সে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের ভূমিকা বোঝার জন্য, বিস্তৃত ডিজিটাল ল্যান্ডস্কেপে চ্যানেলটি কোথায় ফিট করে তা বোঝা গুরুত্বপূর্ণ।

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংকে ডিজিটাল মহাবিশ্বের একটি মাইক্রোকসম হিসাবে বিবেচনা করা যেতে পারে। ডিজিটাল মহাবিশ্বে বিষয়বস্তু, পিপিসি, এসইও, ডিসপ্লে, সামাজিক, ইমেল, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং ইত্যাদির মতো বিভিন্ন চ্যানেল রয়েছে। যাইহোক, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং নিজেই প্রকাশকদের নিয়ে গঠিত যারা এই সমস্ত চ্যানেল জুড়ে কার্যকলাপ চালায়। গ্রাহকের ক্রয়ের যাত্রায় যখন তারা শেষ টাচপয়েন্ট হয় তখন প্রকাশকরা সাধারণত একটি কমিশন উপার্জন করেন। যাতে সম্ভাবনা সর্বাধিক হয়

তাদের প্রচেষ্টার মাধ্যমে রূপান্তরের জন্য, প্রকাশকরা তাদের ওয়েবসাইট, ব্লগ, সামাজিক চ্যানেল, গ্রাহক ডাটাবেসে প্রচারাভিযান চালায়। যেমন, তারা ক্রয়ের ফানেলের সমস্ত পর্যায়ে বিভিন্ন টাচ পয়েন্টে একটি বৈচিত্র্যময় নাগাল প্রদান করে।

এর অস্তিত্বের গত 20 বছরে, চ্যানেলটি উল্লেখযোগ্যভাবে বিকশিত হয়েছে। যুক্তরাজ্য এবং মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের মতো আরও পরিপক্ব বাজারে, বিজ্ঞাপনদাতারা এই চ্যানেলে যথেষ্ট মিডিয়া বাজেট বিনিয়োগ করছে, যার ফলে নতুন এবং উত্তেজনাপূর্ণ প্রকাশক মডেলগুলির একটি সুস্থ বৃদ্ধি হয়েছে। অস্ট্রেলিয়ায় বাজার এখনও ছোট, তবে, বিজ্ঞাপনদাতারা ক্রমবর্ধমানভাবে এই চ্যানেলের মূল্য স্বীকার করছে এবং পরিকল্পনা প্রক্রিয়ায় অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং সহ সর্বজনীনভাবে তাদের ডিজিটাল কৌশল পরিকল্পনা শুরু করেছে।



সামগ্রিক বিপণন মিশ্রণে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং এর মান

1

টাচ পয়েন্ট জুড়ে উপস্থিতি

যেহেতু ব্যবহারকারীর যাত্রা জটিল এবং খণ্ডিত হয়ে উঠছে, এবং ক্রমবর্ধমান বিপণন বার্তার সংখ্যার সাথে, প্রতিটি টাচ পয়েন্টে সঠিক বার্তা সহ সঠিক সময়ে লক্ষ্য বাজারে পৌঁছানো অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

প্রকাশকরা একটি ব্যবহারকারীর যাত্রায় বিভিন্ন টাচ পয়েন্ট জুড়ে উপস্থিত থাকে যা তাদের চূড়ান্ত কেনাকাটার দিকে পরিচালিত করে।

2 ডেটা অর্জন

যদি সঠিক ডেটা পয়েন্টগুলি ক্যাপচার করা হয়, তাহলে বিজ্ঞাপনদাতারা একজন প্রকাশকের দ্বারা সুপারিশকৃত গ্রাহকের মূল্য বুঝতে পারবেন। এই ধরনের সমৃদ্ধ অন্তর্দৃষ্টি একজন বিজ্ঞাপনদাতাকে কোন চ্যানেলটি সবচেয়ে বেশি মূল্য দিচ্ছে এবং কোথায় তাদের বিপণন বাজেট বিনিয়োগ করতে হবে সে সম্পর্কে জ্ঞাত সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করতে পারে।

- আপনার প্রকাশকরা কোন টার্গেট শ্রোতাদের কাছে পৌঁছাচ্ছেন?
- তাদের যাত্রার কোন মুহুর্তে তারা আপনার গ্রাহকের কাছে পৌঁছাচ্ছে এবং কোন বার্তা দিয়ে?
- প্রকাশক কর্তৃক উল্লেখিত ব্যবহারকারীর আর্জীবন মূল্য কত?
- গড় অর্ডার মান, পুনরাবৃত্তি ব্যবসা অন্যান্য চ্যানেলের তুলনায় বেশি?

জ্ঞানানি উদ্ভাবন

3

ডিজিটাল স্পেসে প্রবেশ করা নতুন এবং উত্তেজনাপূর্ণ প্রযুক্তি এবং স্টার্টআপগুলি প্রায়শই তাদের রাজস্ব উৎপাদনের জন্য অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের উপর নির্ভর করে। Skimlinks, VE ইন্টারেক্টিভ এবং RewardStyle এর মত প্রকাশকরা তাদের নেটওয়ার্ক জুড়ে হাজার হাজার বিজ্ঞাপনদাতাদের প্রচার করে প্রতিষ্ঠিত খেলোয়াড় হয়ে উঠেছে। ঝুঁকি

বিরুদ্ধ বিজ্ঞাপনদাতারা নতুন প্রকাশক মডেলের সাথে মূল্য-প্রতি-বিক্রয় মডেলে কাজ করার জন্য অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এর দিকে তাকায়। নতুন ধারণা এবং প্রযুক্তির জন্য একটি পরীক্ষামূলক বাজেট আলাদা করে রাখা তাদের কম খরচে তাদের সামগ্রিক বিক্রয় বাড়াতে সাহায্য করতে পারে। এই চ্যানেলটি উদ্ভাবনী প্রকাশকদের জল পরীক্ষা করার অনুমতি দেয়।

4

বিনিয়োগের রিটার্ন

অনেক গবেষণায় অ্যাফিলিয়েটকে প্রায়ই সর্বোচ্চ ROI তৈরির চ্যানেল হিসেবে উল্লেখ করা হয়। UK-তে IAB-এর গবেষণা অনুসারে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং 'প্রতি পাউন্ড খরচের জন্য £14 রিটার্ন' প্রদান করে। যদিও এই চ্যানেলের জন্য ROI অত্যন্ত উচ্চ, তবুও এটিকে শুধুমাত্র 'বিক্রয় বন্ধ' করার দক্ষতার সাথে চ্যানেল হিসাবে চিহ্নিত করা হয়।

একজন অস্ট্রেলিয়ান খুচরা বিক্রেতার একটি অ্যাট্রিবিউশন স্টাডি অনুসারে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং ধারাবাহিকভাবে সমস্ত চ্যানেল জুড়ে সমস্ত অ্যাট্রিবিউশন মডেল জুড়ে বিজ্ঞাপন ব্যয়ের উপর সর্বোচ্চ রিটার্ন প্রদান করেছে।

উপসংহার

বিজ্ঞাপনদাতারা যারা অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং চ্যানেল গ্রহণ করে, সর্বোত্তম অনুশীলনগুলি অনুসরণ করে এবং তাদের সামগ্রিক ডিজিটাল কৌশলে এর মূল্য বোঝে, তারা দুর্দান্ত সাফল্য অর্জন করে। এক্সপেডিয়া, ড্যান মারফিস, ডেভিড জোল এবং ওয়েস্টপ্যাকের সফল অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামগুলি প্রমাণ করেছে যে আপনি যখন সঠিক অংশীদারদের সাথে যুক্ত হন, তখন প্রোগ্রামটি মূল্যবান গ্রাহকদের অর্জন করতে এবং ক্রমবর্ধমান বিক্রয় যোগ করতে উল্লেখযোগ্যভাবে অবদান রাখতে পারে। কিছু পরিপক্ব প্রোগ্রাম তাদের সামগ্রিক ডিজিটাল বিক্রয়ের 20% এর বেশি অবদান রাখে।

বিজ্ঞাপনদাতারা ক্রমবর্ধমানভাবে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংকে শুধুমাত্র একটি বিক্রয় ড্রাইভিং চ্যানেল হিসেবেই দেখছেন না বরং নতুন গ্রাহকদের আবিষ্কার করার, তাদের লক্ষ্য দর্শকদের সামনে তাদের ব্র্যান্ডের উপস্থিতি বাড়াতে এবং ব্র্যান্ডের ব্যস্ততা বাড়াতে একটি শক্তিশালী মাধ্যম হিসেবেও দেখছেন।

বিষয়বস্তু রাখা এফিলিয়েটে জীবিত চ্যানেল

VERITY BEARD

আকৃষ্ট মিডিয়া

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এর মতো একটি ডিজিটাল শৃঙ্খলায় যেখানে পারিশ্রমিক ঐতিহ্যগতভাবে নিশ্চিত বিক্রয়ের উপর ভিত্তি করে, এতে অবাধ হওয়ার কিছু নেই যে প্রকাশকরা পরবর্তী শক্তিশালী আস্থানের জন্য ক্রমাগত নজর রাখছেন। ডিসকাউন্ট, অফার এবং পুরস্কারগুলি একটি উচ্চ ক্লিকের মাধ্যমে এবং শক্তিশালী রূপান্তর হার তৈরি করতে প্রমাণিত।

ফলস্বরূপ, অ্যাফিলিয়েট চ্যানেলের বিরুদ্ধে ডিসকাউন্ট এবং সেলস মেসেজিংয়ের উপর খুব বেশি নির্ভরশীল হওয়ার অভিযোগ রয়েছে। কিছু ব্র্যান্ড তাদের ইমেজ অনলাইনে "সস্তা" করার ভয়ে এবং একটি অফার আবিষ্কার দর্শকদের চাষ করার ভয়ে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এ জড়িত হওয়া থেকে দূরে সরে গেছে। যাইহোক, এই ক্ষেত্রে হতে হবে না। গুগলের মতে প্রতি পাঁচটির মধ্যে একটি বিলাসবহুল কেনাকাটা অনলাইনে হয়।

এখনও অনলাইনে একটি মূল্যবান, উচ্চ-ব্যয়কারী শ্রোতা রয়েছে যা অ্যাফিলিয়েট পাবলিশার্স বিজ্ঞাপনদাতাদের অ্যাক্সেস করতে এবং বিশ্বস্ত, ফিরে আসা গ্রাহকদের মধ্যে বিকাশ করতে সহায়তা করতে পারে।

বিষয়বস্তু আপডেট প্রদান

বিজ্ঞাপনদাতারা প্রায়শই বিক্রয় বার্তার জন্য আপডেট পাঠান, কিন্তু নতুন লক্ষ্য, সংগ্রহ, পর্যালোচনা বা রাষ্ট্রদূতের খবর পাঠানোও সমান গুরুত্বপূর্ণ। যদি কোনো অ্যাফিলিয়েট আপডেটের নিয়মিত স্ট্রীম পায়, তাহলে তারা আপ টু ডেট প্রকাশ করতে আরও সজ্জিত এবং অবহিত

যে ব্র্যান্ডের জন্য বিষয়বস্তু। অন্যদিকে, বিজ্ঞাপনদাতাদের সেই বিষয়বস্তু মনে রাখা উচিত

অংশীদারদের তাদের নিজস্ব অনলাইন ব্র্যান্ড এবং ভয়েস চাষ করতে হবে। তাদের খাঁটি থাকতে সক্ষম হতে হবে অন্যথায় প্রকাশিত সামগ্রী একটি সুস্পষ্ট বিজ্ঞাপন হিসাবে জুড়ে আসবে। এটি কেবল তাদের সত্যতাকে অস্বীকার করতে পারে না, এটি জড়িত ব্র্যান্ডের ধারণাকেও ক্ষতি করতে পারে।

একটি ভাল ভিজুয়াল শক্তি অবমূল্যায়ন করবেন না

ভাল মানের চিত্র তর্কাতীতভাবে ভাল মানের সামগ্রীর মতো মূল্যবান। একজন বিজ্ঞাপনদাতা যত বেশি চিত্র প্রদান করতে পারেন, প্রকাশকের নিজেরাই এটি উৎস করার চেষ্টা করার সম্ভাবনা তত কম থাকে। এটি বিজ্ঞাপনদাতাকে কীভাবে ব্র্যান্ডটিকে অনলাইনে দৃশ্যমানভাবে চিত্রিত করা হয় তার উপর আরও নিয়ন্ত্রণের অনুমতি দেয় এবং খারাপ মানের বা পুরানো চিত্র প্রকাশিত হওয়ার ঝুঁকি দূর করে।

ছবিও সময়মত পাঠানো দরকার। দেরিতে সম্পদ পাঠানোর অর্থ হল বিষয়বস্তু তার কিছুটা চকচকেতা এবং খবরের যোগ্যতা হারিয়ে ফেলবে।

বিক্রয় বার্তা প্রশংসনীয় হতে পারে

খুচরা বিক্রেতাদের অধিভুক্তদের দ্বারা বন্ধ করা উচিত নয় যারা বিষয়বস্তু এবং বিক্রয় বার্তাগুলিকে বিয়ে করতে চায়। এটি একটি শক্তিশালী সংমিশ্রণ

পারফরম্যান্স এবং ব্র্যান্ডিং উভয় বাক্সে টিক দেওয়ার জন্য।
এটা কোন গোপন বিষয় নয় যে নেট-এ-পোর্টার এবং
ম্যাচফ্যাশনের মতো বিলাসবহুল ব্র্যান্ডগুলি তাদের বিক্রয়ের
সময়কালে তাদের সেরা পারফরম্যান্স দেখে। পণ্য ছাড় চালানো
সম্ভব না হলে, বিজ্ঞাপনদাতাদের শিপিং অফার বিবেচনা
করা উচিত। এটি গ্রাহককে পণ্যের মার্জিন বজায় রাখার সময় তারা
যে অতিরিক্ত মূল্য খুঁজছেন তা দেখানোর একটি উপায়।

ব্লগারদের সম্পর্কে ভুলবেন না

ব্লগগুলি পণ্যের তথ্যের আরও বেশি বিশ্বস্ত উত্স হয়ে উঠছে।
2015 গবেষণায়, POPSUGAR Inc. এবং CJ Affiliate
দ্বারা কনভারস্যান্ট দ্বারা পরিচালিত "ব্লগগুলি কীভাবে ব্র্যান্ডের
পছন্দ এবং ক্রয়ের সিদ্ধান্তগুলিকে প্রভাবিত করে", 92% ব্লগ
পাঠক এমন ব্র্যান্ডগুলির সাথে ইতিবাচক মেলামেশা করেছেন
যা তারা ব্লগে দেখেছেন এবং 86% বলেছেন যে তারা কেনার
সম্ভাবনা রয়েছে একটি পণ্য যা একটি ব্লগে ইতিবাচকভাবে
পর্যালোচনা করা হয়। ব্লগারদের সাথে কাজ করা একটি ব্র্যান্ডে
বিশ্বাসযোগ্যতা যোগ করতে পারে এবং এটি একটি নতুন,
খাঁটি উপায়ে সম্পূর্ণ নতুন দর্শকদের সাথে পরিচয় করিয়ে
দিতে পারে।

সমস্ত খুচরা বিক্রেতার একাধিক ব্লগ অংশীদারদের পরিচালনা
করার ক্ষমতা বা সংস্থান নেই এবং তাই ব্লগার
সাবনেটওয়ার্কগুলির সাথে কাজ করা ক্রমশ জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে।
ব্লগার সাবনেটওয়ার্কগুলি বিজ্ঞাপনদাতাকে তাদের ব্লগার
যোগাযোগ হিসাবে কাজ করতে এবং তাদের পক্ষে একাধিক
অংশীদারিত্ব পরিচালনা করার জন্য একটি একক যোগাযোগের
অনুমতি দেয়। বিনিময়ে, সাবনেটওয়ার্ক প্রস্তাবিত কমিশনের একটি
কাট নেবে।

বিষয়বস্তুর জন্য আপনার পারিশ্রমিকের কৌশলটি ভিন্নভাবে চিন্তা করুন

খুচরা বিক্রেতাদের মনে রাখতে হবে যে কন্টেন্ট প্রকাশকরা
প্রায়ই শেষ-ক্লিক অ্যাফিলিয়েট মডেলের ক্ষেত্রে কম পড়ে।
বড় এবং বিশ্বস্ত স্রোতা সহ শক্তিশালী সামগ্রী প্রকাশকরা
CPA বিজ্ঞাপনগুলিকে সফল করতে পারে তবে ছোট
সামগ্রী অংশীদাররা সবসময় অ্যাফিলিয়েট থেকে বিনিয়োগের
উপর রিটার্ন দেখতে নাও পারে

92%

ব্লগ পাঠকদের

রিপোর্ট করা হয়েছে পজিটিভ

সমিতি

ব্র্যান্ডের সাথে যে তারা দেখেছে

ব্লগে

মার্কেটিং। যেখানে খুচরা বিক্রেতার বিজ্ঞাপনের সাথে নমনীয়
হতে পারে, সেখানে প্রতি ক্লিকে খরচ বা ফ্ল্যাট-ফি মডেলে বিষয়বস্তু
অংশীদারদের সাথে কাজ করার ধারণাটি উপভোগ করা
গুরুত্বপূর্ণ। প্রতি ক্লিকে একটি পুরস্কার বা নিশ্চিত অর্থপ্রদান
সামগ্রী অংশীদারদের একটি ব্র্যান্ডের প্রচারে নিযুক্ত এবং
অনুপ্রাণিত রাখবে এবং খুচরা বিক্রেতার উৎপাদিত অনন্য
ডিজিটাল সামগ্রী থেকে উপকৃত হবেন।

সমাপ্তিতে, যখন শক্তিশালী ট্র্যাফিক ড্রাইভিং কুপন এবং
আনুগত্য অ্যাফিলিয়েটগুলি সর্বদা পারফরম্যান্স বিপণন খাদ্য
শৃঙ্খলে উপরে থাকবে, খুচরা বিক্রেতাদের শুধুমাত্র সেই
অংশীদারদের খাবারের মাধ্যমে তাদের অ্যাফিলিয়েট
প্রোগ্রামগুলিকে সীমাবদ্ধ করা উচিত নয়। বিষয়বস্তু
প্রকাশকরা ব্র্যান্ড উপলব্ধি চালনা করার জন্য একটি শক্তিশালী
শক্তি হতে পারে এবং নতুন, অত্যন্ত নিযুক্ত দর্শকদের কাছে
ব্র্যান্ডগুলিকে পরিচয় করিয়ে দেওয়ার জন্য তাদের একটি
বাস্তব ভূমিকা থাকতে পারে। মনে রাখবেন, সবচেয়ে বড়
মান সবসময় শেষ ক্লিক চালানো অংশীদার দ্বারা হয় না।

সাফল্যের চাবিকাঠি:

ট্র্যাকিং প্রযুক্তি, মোবাইল ইন্টিগ্রেশন এবং প্রোগ্রাম সেটআপ

ক্রিস গার্নার

CASHREWARDS

অস্ট্রেলিয়ার সমস্ত ডিজিটাল বিজ্ঞাপনের সিংহভাগের জন্য Facebook এবং Google অ্যাকাউন্ট বার্ষিক \$6.8B মূল্যের সমগ্র অনলাইন বিজ্ঞাপন খরচের সাথে, কিন্তু এই দুটি চ্যানেল খুচরা বিক্রেতাদের জন্য সফল বিপণন পরিকল্পনার মানদণ্ড নয়, শুধু স্থিতাবস্থা। খুচরা বিক্রেতারা যারা ডিজিটালে এই দুটি জুগারনটের বাইরে বিজ্ঞতার সাথে বিনিয়োগ করে তাদের শিল্পের মধ্যে প্রধান আলো হিসেবে দেখা হয়।
উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে: Amazon, eBay, Alibaba's Taobao, Walmart, Apple, Samsung, Microsoft, Expedia, Airbnb, Uber, Spotify, iTunes, John Lewis, Nordstrom, এবং Marks & Spencer।

তাদের প্রগতিশীল ফলাফল এবং চটপটে বিপণন পরিকল্পনার সাথে তারা দীর্ঘস্থায়ী সাফল্য সরবরাহ করছে যা ধারাবাহিকভাবে বাজারকে ছাড়িয়ে যায়। অস্ট্রেলিয়ায় একই বৈশিষ্ট্য ড্যান মারফিস, উলওয়ার্থস, কোলস, দ্য আইকনিক, মেনুলগ, ডেভিড জোল, ওয়েস্টপ্যাক, এনএবি, টেলস্ট্রা এবং অপটাসের মতো বেহেমখদের দ্বারা প্রদর্শিত হচ্ছে।

কেন এই কোম্পানিগুলি তাদের বিপণনে এত সফল?
হ্যাঁ, আপনি এটা অনুমান করেছেন: এই

কোম্পানি সফল এবং ভাল অর্প্টমাইজ করা অনুমোদিত প্রোগ্রাম আছে. তবুও, প্রশ্ন থেকে যায়: কীভাবে সেই সাফল্য পরিমাপ করা হয়?

ইমপ্রেশন, ক্লিক, লাইক, টুইট এবং পিনের দ্রুত-গতির বিশ্বে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং হল একমাত্র চ্যানেল যা ফলাফলের জন্য পোস্ট-পেইড।

পূর্বে উল্লেখ করা হয়েছে যে সাধারণত মানে:

- অনলাইন বিক্রয় - খুচরা: এই বিজ্ঞাপনদাতাদের উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে eBay, Amazon, The Iconic, David Jones, Kogan।
- আবেদন - আর্থিক পরিষেবা: এই বিজ্ঞাপনদাতাদের উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে Westpac, Amex, HSBC
- সাবস্ক্রিপশন মডেল: এই বিজ্ঞাপনদাতাদের উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে টেলস্ট্রা, অ্যামেসিম, অডিবল বা স্পটিফাই।
- লিড জেনারেশন: এই বিজ্ঞাপনদাতাদের উদাহরণের মধ্যে রয়েছে অসি হোমলোন, পিএন্ডজি, ইউই।

2015 সালে উত্পাদিত গবেষণার উপর ভিত্তি করে IAB দ্বারা এবং UK-তে PwC দ্বারা নিরীক্ষিত, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং বিজ্ঞাপনদাতাদের দ্বারা বিনিয়োগ করা প্রতি £1 এর জন্য £15 রিটার্ন জেনারেট করেছে এবং ইকমার্স খুচরা বিক্রয়ের 10% জন্য দায়ী।

এটি একটি ব্যতিক্রমী ফলাফল যা একটি বিশদ পরীক্ষার যোগ্যতা এবং একটি গুরুতর হওয়া উচিত

যেকোন বিপণনকারীর জন্য বিবেচনা, বিশেষ করে কম আয়ের বিশ্বে এবং ক্রমাগত Google Adwords ক্লিকের দাম এবং Facebook বিজ্ঞাপনের দাম বৃদ্ধি। অন্য কোনো চ্যানেল বিজ্ঞাপনদাতাকে বাজেট নিয়ন্ত্রণ করার ক্ষমতা দেয় না (সাধারণত সবচেয়ে সফল প্রোগ্রামে, সেলস ভলিউম এবং প্রতিটি সেলের মার্জিন যেমন অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং করে এবং অবশ্যই, অন্য কোনো চ্যানেল পোস্ট পেড হয় না।

ডিভাইস আইওএস বা অ্যান্ড্রয়েড অ্যাপ সহ সমস্ত প্ল্যাটফর্মে ট্র্যাকিং ইনস্টল করা দৃঢ়ভাবে সুপারিশ করা হয়।

মোবাইল ট্র্যাফিক এবং অ্যাপ ট্র্যাফিক স্ট্যান্ডার্ড উপায়ে ট্র্যাক এবং অ্যাট্রিবিউট করা উচিত; সব সবচেয়ে এগিয়ে চিন্তা নেটওয়ার্ক এখন এই জন্য ট্র্যাকিং আছে। কোন ডিভাইস এবং প্ল্যাটফর্মগুলি ট্র্যাক করা হয় তা স্পষ্ট করা আবশ্যিক।

সাফল্যের জন্য নিয়ম

এই নিয়মগুলি যা সাফল্য নির্ধারণ করে: এবং এটি শুরু থেকেই নিশ্চিত করা দরকার:

1 ট্যাগ ফায়ারিং নিয়ম এবং ডি-ডুপ্লিকেশন

এটা জানা গুরুত্বপূর্ণ যে বিজ্ঞাপনদাতা বিক্রয় এবং কমিশনের জন্য কী যুক্তি ব্যবহার করেন (সাধারণত একই কুকি থেকে একাধিক বিক্রয় ট্র্যাক করে 30-দিনের কুকি দৈর্ঘ্যের সাথে শেষ-কুকি-জয়) এবং বৈধতা এবং অর্থপ্রদান চক্রের কোন পর্যায়ে অ্যাট্রিবিউশন হয় চূড়ান্ত

ডি-ডুপ্লিকেশনে অন্তর্ভুক্ত অন্যান্য অর্থপ্রদানের চ্যানেলগুলি হল:

- PPC অনুসন্ধান (ব্র্যান্ড PPC ব্যতীত অনুসন্ধান)
- প্রদর্শন
- সামাজিক

2 অনুমোদিত মানদণ্ড

বিজ্ঞাপনদাতাদের স্পষ্ট হওয়া উচিত যে তারা কোন ধরনের সহযোগীদের সাথে কাজ করতে চায় এবং প্রতিটি ধরনের (যেমন ইমেল, ক্যাশব্যাক, পিপিপি, সোশ্যাল মিডিয়া, কুপন এবং বিষয়বস্তু) এর জন্য কোন বিধিনিষেধ/শর্তাবলী প্রযোজ্য।

3 নোটিশ সময়কাল

অ্যাফিলিয়েটদের নিয়ম ও শর্তাবলী, কমিশন বা অন্য কোন উপাদান পরিবর্তনের জন্য পর্যাপ্ত নোটিশ দেওয়া উচিত — সাধারণত আপনি প্রোগ্রামের সাথে সেট করা কুকির দৈর্ঘ্যের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ।

4 মোবাইল এবং অ্যাপ ট্র্যাকিং

সমস্ত অনলাইন ট্র্যাফিকের 50% এরও বেশি সহ [অস্ট্রেলিয়া এখন মোবাইল থেকে আসছে](#)

5 কমিশনের পরিমাণ

বিক্রয় এবং কমিশনের জন্য বিজ্ঞাপনদাতা যে পদ্ধতি এবং যুক্তি ব্যবহার করেন তা খুবই নমনীয় — সাধারণত বিজ্ঞাপনদাতারা 30 দিনের কুকি দৈর্ঘ্য সহ অ্যাফিলিয়েটদের জন্য শেষ কুকি-উইন পদ্ধতি ব্যবহার করে।

6 রিপোর্টিং বৈশিষ্ট্য

বিজ্ঞাপনদাতাকে অনুরোধ করা উচিত যে তারা তাদের নিম্নলিখিত বৈশিষ্ট্যগুলির প্রতিবেদনে দৃশ্যমানতা পান:

1. ক্লিক এবং বিক্রয় সময় স্ট্যাম্প
2. অর্ডার আইডি
3. বিক্রয় পরিমাণ
4. কুপন কোড ব্যবহার করা হয়েছে
5. পুনরাবৃত্তি বা নতুন গ্রাহক
6. পণ্য SKU বা ছুটির গন্তব্য
7. উল্লেখ করা URL (যে URLটি শেষ ক্লিকটি প্রদান করেছে)
8. IP ঠিকানা
9. ডিভাইস

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং সেট আপ করার জন্য সঠিকভাবে এবং সঠিকভাবে সাফল্য পরিমাপ করা গুরুত্বপূর্ণ। এর মানে হল আপনি এই বেডরক চ্যানেলের দৃঢ় ভিত্তির উপর ভবিষ্যতে দীর্ঘস্থায়ী হতে পারবেন। এটি অবশ্যই অ্যামাজন, ইবে এবং ওয়ালমার্টের সাথে 20-প্লাস বছরের নিচের ঘটনা।

সমস্ত ডিজিটাল প্রচারাভিযানের মতো আপনি যদি শুরু থেকেই সঠিকভাবে ট্র্যাকিং সেট আপ করেন তবে আপনি দীর্ঘমেয়াদে অনেক হৃদয় ব্যথা দূর করবেন। অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের সমস্ত 25 বছরের ইতিহাসে, এটি সঠিক হওয়ার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ দিকটি প্রমাণ করেছে।

বেশিরভাগ ক্ষেত্রে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং একটি লাস্ট-ক্লিক-অ্যাট্রিবিউশন মডেলে কাজ করে। এই মনে রাখা গুরুত্বপূর্ণ।

ক্যাপিটালইজিং চালু প্রযুক্তি

ভোক্তারা একাধিক ডিভাইস জুড়ে বাস করে, প্রতিদিন বিভিন্ন নিউজফিডের মাধ্যমে স্ক্রোল করে, তাজা এবং বিশ্বস্ত তথ্যের জন্য চুলকানি করে, যখন বেছে বেছে তাদের জীবনধারা এবং আগ্রহের সাথে সবচেয়ে ঘনিষ্ঠভাবে সামঞ্জস্যপূর্ণ বিষয়বস্তু অন্বেষণ করতে বেছে নেয়। প্রযুক্তির উত্থান অনলাইন-টু-অফলাইন (O2O) এবং ক্রস-ডিভাইস কমার্শের মধ্যে লাইনকে অস্পষ্ট করে চলেছে, এবং বিজ্ঞাপনদাতারা ক্রমবর্ধমানভাবে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এর দিকে ঝুঁকছে যাতে তারা মাল্টি চ্যানেল গ্রাহক যাত্রা জুড়ে তাদের গ্রাহকদের কাছে পৌঁছেছে। অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং প্রমাণ করেছে যে এটি প্রযুক্তি ব্যবহারের মাধ্যমে প্রাসঙ্গিক পরিবেশে নতুন এবং বাধ্যতামূলক ব্র্যান্ডের কাছে ভোক্তাদের উন্মুক্ত করার একটি সুযোগ হতে পারে।

অ্যান্টনি ক্যাপানো
রাকুটেন মার্কেটিং

প্রাথমিক স্তরে ফিরে আসা

সবচেয়ে বেসিক লেভেলে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং হল প্রযুক্তির বিষয়ে। অংশীদারিত্ব সমানভাবে গুরুত্বপূর্ণ (যদি বেশি না হয়) যদিও প্রযুক্তি ছাড়া, বিজ্ঞাপনদাতা এবং প্রকাশকরা তাদের অংশীদারিত্বকে অস্টিমাইজ করার এবং প্রচারাভিযান বাড়ানোর ক্ষমতা হারান।

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং দেখার সময় বিজ্ঞাপনদাতাদের বিবেচনা করার জন্য কয়েকটি মূল বিষয় রয়েছে:

ট্র্যাকিং

- কিছু অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক দুটি মূল ট্র্যাকিং সমাধান অফার করবে:
 1. এন্টারপ্রাইজ: শিল্প-নেতৃস্থানীয়, এন্টারপ্রাইজ গ্রেড, সার্ভার-টু-সার্ভার প্রযুক্তি সহ সম্পূর্ণ বৈশিষ্ট্যযুক্ত ট্র্যাকিং সমাধান।
 2. পিক্সেল: সার্ভার ট্র্যাকিং সমাধান থেকে সহজ, সহজে ইনস্টল করা ব্রাউজার।
- ধারক ট্যাগ সমাধান এছাড়াও একটি মহান

বিবেচনা করার বিকল্প।

ফিড ব্যবহার করে

- অধিভুক্ত যারা ফিড বাস্তবায়ন করতে পারেন সাধারণত একটি ব্র্যান্ডের বেশিরভাগ ফিডের সাথে কাজ করে - একটি Google-বেস কমপ্লায়েন্ট পণ্য ফাইল সহজেই ব্যবহার করা যেতে পারে।
- অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কগুলির সাধারণত মৌলিক ফিড ফিল্ডের প্রয়োজনীয়তা থাকে যা একটি নেটওয়ার্কের ফিড নির্দেশিকা ডকুমেন্টেশনের মধ্যে উপলব্ধ করা যেতে পারে।

বিশ্লেষণ এবং পরামিতি

- বিজ্ঞাপনদাতারা তাদের বিদ্যমান সুবিধা নিতে পারেন একটি অবস্থানে ট্র্যাফিক এবং রূপান্তর ট্র্যাক করতে তাদের নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বিশ্লেষণাত্মক সমাধান
- নেটওয়ার্কগুলিকে প্রকাশক আইডি, ক্রিয়েটিভআইডি এবং লিঙ্ক টাইপ গতিশীলভাবে প্রদান করা উচিত যাতে বিজ্ঞাপনদাতারা প্রকাশকের অবদান, সৃজনশীল এবং বিক্রয় অ্যাট্রিবিউশনে লিঙ্কের প্রকারের প্রভাব বুঝতে পারে।
- একটি নেটওয়ার্কের মধ্যে ট্র্যাকিং সমাধানগুলি Google Analytics, Omniture, CoreMetrics এবং অন্যান্যগুলির জন্য ব্যবহার করতে সক্ষম হওয়া উচিত,

বিজ্ঞাপনদাতাদের সহজেই অ্যাফিলিয়েট চ্যানেলের কর্মক্ষমতা পর্যালোচনা করার অনুমতি দেয়।

- এর উপরে, প্রধান নেটওয়ার্ক রিয়েল টাইম রিপোর্টিং এবং ড্যাশবোর্ডে অ্যাক্সেস প্রদান করে।

উপরোক্ত সত্যিই শুধু অধিভুক্ত দল প্রবেশ আপনার টিকিট। নীচে কয়েকটি প্রযুক্তি প্রবণতা রয়েছে যা এই স্থানে প্রবেশকারী একটি ব্র্যান্ডেরও সচেতন হওয়া উচিত।

মোবাইল বাড়ানো বন্ধ হবে না

'এটি মোবাইলের বছর' - ভাল অন্তত এটাই গত পাঁচ বা তার বেশি বছর ধরে মার্কেটাররা বলে আসছে। মোবাইল কমার্স এবং ভোক্তাদের ক্রয় করার পথে মোবাইলের ভূমিকা ক্রমাগত বৃদ্ধি পাচ্ছে এবং এটি শীঘ্রই ধীর হয়ে যাওয়ার মতো দেখাচ্ছে না। ভোক্তারা কেবল ডিভাইসে বেশি সময় ব্যয় করছেন না, তারা আরও বেশি কেনাকাটা করছেন, রিভিউ পড়তে, ভাল দাম খুঁজে পেতে বা প্রকৃত কেনাকাটা করতে তাদের মোবাইল ডিভাইসগুলি ইন-স্টোর ব্যবহার করছেন।

2015 সালে eMarketer রিপোর্ট করেছে যে 31% অস্ট্রেলিয়ান বিলাসবহুল বিক্রয় মোবাইলে করা হয়েছিল, যখন স্মার্টফোন ট্যাবলেটগুলিকে ছাড়িয়ে গেছে 12% ছুটির মরসুমের মাধ্যমে বিক্রির 22% জন্য অ্যাকাউন্টিং।

সৌভাগ্যবশত বিজ্ঞাপনদাতাদের জন্য, মোবাইলে একটি শক্তিশালী অ্যাফিলিয়েট উপস্থিতি রয়েছে। মোবাইল ট্র্যাফিকিংয়ের জন্য সফ্টওয়্যার বিকাশ মার্কেটারদের অ্যাপ গ্রহণ এবং অ্যাপ-মধ্যস্থ ব্যস্ততার লক্ষ্যে কৌশলগুলির জন্য অনুমোদিত বাজেট বিনিয়োগ করার ক্ষমতা দিয়েছে। মোবাইল পরিবেশে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের সাফল্যকে শক্তিশালী করে এমন উদ্ভাবন অব্যাহত থাকবে।

অনলাইন-থেকে-অফলাইনের

সংযোগস্থলে অ্যাফিলিয়েট আধিপত্য বিস্তার করে

বিপণনকারীরা ডিভাইস এবং চ্যানেল জুড়ে মিশ্র অভিজ্ঞতা প্রদানের প্রয়োজনীয়তা বোঝেন। এই অভিজ্ঞতাগুলি ভোক্তাদের কাছে নিরবচ্ছিন্নভাবে প্রদর্শিত হওয়া উচিত এবং — প্রযুক্তির বিকাশের জন্য ধন্যবাদ — তারা করতে পারে।

অনলাইন-টু-অফলাইন (O2O) সমাধানগুলি তৈরি করার প্রথাগত অ্যাফিলিয়েট প্রকাশকদের একটি প্রবণতা রয়েছে যা অ্যাফিলিয়েটকে উন্নত করতে থাকবে শিল্প এবং এমনকি আরও প্রমাণ প্রদান

ভোক্তা আচরণের উপর চ্যানেলগুলির প্রভাব। কুপন কোড, কার্ড-লিঙ্কড অফার, মোবাইল অ্যাপের মাধ্যমে জিও-টার্গেটেড ডিল অ্যালাইন এবং মোবাইল কুপনের সর্বশেষ পুনরাবৃত্তি যা কুপন অ্যাগ্রিগেটর অ্যাপস বা ডিজিটাল ওয়ালেটে যোগ করা যায় এবং বিক্রির সময়ে স্ক্যান করা যায় সবচেয়ে জনপ্রিয় O2O সমাধানগুলির মধ্যে একটি।

এটি বলার অপেক্ষা রাখে না যে অন্যান্য প্রকাশক মডেল তাদের ভূমিকা পালন করছে না। Omnichannel ব্যবহারকারী বান্ধব প্ল্যাটফর্মগুলি যা সামগ্রী তৈরি করে এবং অনলাইনে এবং ডিভাইস জুড়ে শোতা তৈরি করে, প্রভাবশালী বিপণনের বৃদ্ধিকে ত্বরান্বিত করেছে এবং অ্যাফিলিয়েট মার্কেটারদের জন্য নতুন সুযোগ তৈরি করেছে। একই সময়ে, আধুনিক প্রভাবশালী ভূমিকার প্রকৃতি অনন্যভাবে বিজ্ঞাপনদাতাদের অফলাইন শোতাদের কাছে তাদের অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামের সাফল্য প্রসারিত করতে এবং এর সাফল্য ট্র্যাক করতে সঠিক সম্পর্ক প্রদান করে।

অ্যাট্রিবিউশন হল অনুপস্থিত অংশ

মোবাইল, ক্রস-ডিভাইস ট্র্যাকিং এবং O2O সমাধানের উত্থান মানে একক গ্রাহকের দৃশ্য আর সহজে বিদ্যমান নেই। বিজ্ঞাপনদাতাদের তাদের গ্রাহকদের বুঝতে হবে, তারা কোথা থেকে আসছে এবং কী তাদের হয় কনভার্ট বা সাইট ত্যাগ করে।

অ্যাট্রিবিউশন এই প্রশ্নের উত্তর দেয়। সম্পূর্ণ গ্রাহক যাত্রার অন্তর্দৃষ্টি প্রদান করে, অ্যাট্রিবিউশন মোবাইল থেকে ডেস্কটপ এবং তারপর অফলাইনে যাত্রা দেখায়। এবং এটি কেবল সমস্ত ডিভাইস জুড়ে ভোক্তা স্পর্শ পয়েন্টগুলির একটি ভাস্কর্য চিত্রিত করে না, এটি ক্রয় করার সম্পূর্ণ পথের অন্তর্দৃষ্টি প্রদান করে, যার মধ্যে কোন অনুষ্ঙ্গগুলি বিক্রয়কে প্রভাবিত করেছে।

31%

অস্ট্রেলিয়ান
বিলাসবহুল বিক্রয় ছিল
মোবাইলে তৈরি

অ্যাট্রিবিউশন ব্যবহারের মাধ্যমে, বিজ্ঞাপনদাতারা একটি ভোক্তা ভ্রমণে অ্যাফিলিয়েট টাচ পয়েন্টের সংখ্যায় উল্লেখযোগ্য বৃদ্ধি প্রদর্শন করতে সক্ষম হয়েছে। এই অন্তর্দৃষ্টি বিজ্ঞাপনদাতাদের যেভাবে তারা প্রকাশকদের কমিশন দেয় তা পরিবর্তন করার অনুমতি দেয়, যার মধ্যে বিক্রয় ফানেলকে আরও উপরে রূপান্তরকে প্রভাবিত করে অ্যাফিলিয়েটদের জন্য একটি ডলার মূল্য নির্ধারণ করা।

এটি শুধুমাত্র বিজ্ঞাপনদাতাদেরই উপকার করে না, এটি লং-টেইল অ্যাফিলিয়েটদের তাদের যোগ্যতা প্রমাণ করতে এবং বিক্রয়ের উপর কমিশন উপার্জন করতে দেয় যা তারা আগে স্বীকৃত ছিল না।

অ্যাডল্লকার বাড়তে পারে, তবে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটারদের একটি সুবিধা রয়েছে

সাম্প্রতিক বছরগুলিতে অ্যাডল্লক করা ডিজিটাল মার্কেটারদের জন্য একটি ক্রমবর্ধমান উদ্বেগ হয়ে উঠেছে, এবং এটি ধীর হওয়ার কোন লক্ষণ দেখায় না। প্রকৃতপক্ষে, অব্যাহত ডিজিটাল বিজ্ঞাপনগুলি স্ক্রীন করার জন্য বিশ্বব্যাপী অ্যাডল্লকিং বেড়েছে 220 মিলিয়ন লোকে (+16% YoY) এবং 420 মিলিয়ন (+94% YoY) মোবাইলে।

অ্যাডল্লকাররা কীভাবে একজন প্রকাশকের উপর লঙ্ঘন করে সে সম্পর্কে অনেক আলোচনা হয়েছে

রাজস্ব জেনারেট করার ক্ষমতা, এবং এমনকি প্রকাশকের বিনামূল্যে সামগ্রী তৈরি করার ক্ষমতাকে প্রভাবিত করে। যাইহোক, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এ বিনিয়োগকারী প্রকাশকরা তাদের নিষ্পত্তির জন্য একটি অনন্য সমাধান আছে — নেটিভ বিজ্ঞাপন।

নেটিভ বিজ্ঞাপন প্রকাশকদের তাদের বিষয়বস্তুর মধ্যে বিরামহীনভাবে বিজ্ঞাপনগুলিকে সংহত করতে সক্ষম করে এবং সঠিকভাবে করা হলে তা অ-অনুপ্রবেশকারী হয়। এবং এটি শুধুমাত্র প্রকাশকদের জন্যই সুবিধা নয়, অনেক বিজ্ঞাপনদাতা দেশীয় বিজ্ঞাপনের সুবিধা স্বীকার করেছেন।

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এর জগতে, অনেক প্রকাশনা মডেলে নেটিভ বিজ্ঞাপন ইতিমধ্যেই একটি স্বাভাবিক বিষয়। এটি একটি সাধারণ সুপারিশ হতে পারে যা একজন প্রভাবকের দ্বারা স্পনসর করা পোস্ট হিসাবে ডাকা হয়, অথবা চুক্তি এবং অফার সাইটগুলিতে প্রদর্শিত একটি কোড। নেটিভ বিজ্ঞাপন প্রদান করে এমন স্বাভাবিক প্রবাহ এবং অনুভূতির অর্থ হল ভোক্তারা অনুভব করে যে তাদের বিজ্ঞাপন অভিজ্ঞতার নিয়ন্ত্রণ রয়েছে, প্রকাশক এবং বিজ্ঞাপনদাতা উভয়ের সাথে ইতিবাচক মিথস্ক্রিয়া তৈরি করে।

অ্যাডল্লকিং এমন একটি সমস্যা উপস্থাপন করে যেটি এড়াতে বিজ্ঞাপনদাতা এবং প্রকাশকদের একসাথে কাজ করতে হবে। যাইহোক, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং তাদের বিপণন কৌশলের মধ্যে স্থানীয় বিজ্ঞাপন এমবেড করে একটি সমাধান প্রদান করে।

আধুনিক

মার্কেটপ্লেস:

এফিলিয়েট মার্কেটিং ট্রেন্ডস,
কাছাকাছি এবং দূর থেকে

অ্যান্টনি ক্যাপানো
রাকুটেন মার্কেটিং

আধুনিক মার্কেটপ্লেস — এমন একটি জায়গা যেখানে ভোক্তারা যে কোনও জায়গায়, যে কোনও সময়ে, একাধিক ডিভাইস ব্যবহার করে কেনাকাটা করতে পারে — একটি রহস্যময় জায়গা যা বিপণনকারীদের জন্য বিভিন্ন চ্যালেঞ্জ তৈরি করে। অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং এই নতুন বাধাগুলির অনেকের একটি ক্রমবর্ধমান সমাধান।

অস্ট্রেলিয়ান অ্যাফিলিয়েট ইন্ডাস্ট্রি, শৈশবকালেই দ্রুত নতুন এবং উদীয়মান ভোক্তাদের চাহিদার সাথে খাপ খাইয়ে নিচ্ছে। বিজ্ঞাপনদাতা এবং প্রকাশকরা একইভাবে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র এবং যুক্তরাজ্যের দিকে ঝুঁকছেন — বাজারগুলিকে সাধারণত আরও পরিপক্ব বলে মনে করা হয় — কীভাবে পরিবর্তিত ভোক্তা চাহিদা এবং প্রযুক্তির সাথে তাল মিলিয়ে চলতে হয় সে সম্পর্কে অন্তর্দৃষ্টির জন্য।

এর সবচেয়ে মৌলিক স্তরে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং হল নতুন কৌশল এবং প্রযুক্তি পরীক্ষা করার জন্য বিজ্ঞাপনদাতাদের জন্য একটি কম-ঝুঁকিপূর্ণ, সাশ্রয়ী টুল। বৈশ্বিক ফ্রন্টে, ফরেস্টার রিসার্চ দ্বারা পরিচালিত একটি সাম্প্রতিক সমীক্ষা প্রকাশ করেছে যে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং প্রতি বছর 10% চক্রবৃদ্ধি হারে বৃদ্ধি পাবে, যা 2020 সাল নাগাদ \$6.8 বিলিয়ন-এর বেশি হবে।

অস্ট্রেলিয়ায়, চ্যানেলটি বিকাশ অব্যাহত রয়েছে। যেখানে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র এবং যুক্তরাজ্যের সমস্ত প্রধান খুচরা বিক্রেতাদের একটি অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রাম রয়েছে, যেমন এই বাজারে প্রাথমিক অর্থ এবং টেলকো প্লেয়ার আছে, খুচরা উল্লেখ অস্ট্রেলিয়ার বৃদ্ধির জায়গা রয়েছে, শীর্ষ 100 খুচরা বিক্রেতার মধ্যে মাত্র 56 জন

বর্তমানে চ্যানেল ব্যবহার করছে।

দেখা যায়, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং বাড়ছে এবং দ্রুত একটি 'মূলধারার' ডিজিটাল চ্যানেল হয়ে উঠছে। কিন্তু বিশ্বজুড়ে এবং অস্ট্রেলিয়ায় উত্তেজনাপূর্ণ প্রবণতাগুলি কী কী?

সব পর্যায়ের লিভারেজ অধিভুক্ত যাত্রা

বিজ্ঞাপনদাতারা সরাসরি প্রতিক্রিয়া চালিত অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামের বাইরে বিকশিত হয়েছে, চ্যানেলটি ক্রয় করার পুরো পথ জুড়ে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে একটি অনন্য যোগাযোগ চ্যানেলে পরিণত হয়েছে।

মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে, বিজ্ঞাপনদাতারা রূপান্তর ফানেল জুড়ে তিনটি মূল ক্ষেত্রে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং ব্যবহার করছে:

1 আবিষ্কার এবং সচেতনতা

বিজ্ঞাপনদাতারা ব্র্যান্ড সচেতনতা প্রচারের জন্য তাদের অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামগুলি ব্যবহার করছে, ডেস্কটপ এবং মোবাইল জুড়ে আবিষ্কারের বাক্যাংশে দর্শকদের মনোযোগ আকর্ষণ করছে।

বিষয়বস্তু সাইট এবং সামাজিক মিডিয়া, বিশেষ করে Instagram এবং Pinterest, এর চমৎকার উদাহরণ। সহজ করে বললে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংকে অন্যথায় বলা হয় "আপনি সেই জিলা কোথায় পেয়েছেন?"

2

রূপান্তর বা ক্রয়

প্রায়শই ভোক্তারা কোন ধরণের অফার খোঁজার আগে একটি পণ্য খুঁজে পান।

বিস্তৃত প্রকাশক মডেল ব্যবহার করে একটি

শক্তিশালী অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রাম এটিকে বিবেচনায় নেয়। মার্কিন বাজারে কিছু বৃহত্তম এবং সবচেয়ে সফল

প্রকাশক হল কুপন এবং ডিল সাইট, প্রায়শই চূড়ান্ত প্রণোদনা প্রদান করে যা একটি রূপান্তর ঘটানোর জন্য প্রয়োজনীয়।

3

চলমান গ্রাহক ব্যস্ততা

বিজ্ঞাপনদাতারা ক্রমাগত গ্রাহকের আনুগত্য এবং ব্যস্ততা বজায় রাখার একটি উপায় হিসাবে আনুগত্য, ক্যাশব্যাক এবং পুরস্কার অ্যাফিলিয়েটদের ব্যবহার করছে। একটি দুর্দান্ত পণ্য বা পরিষেবা প্রদানের পাশাপাশি, বিপণনকারীদের 'কেন' বিবেচনা করতে হবে: যদি একজন গ্রাহক ক্রমাগত সমর্থনের জন্য পুরস্কৃত না হন তবে কেন তাদের আপনার ব্র্যান্ডের সাথে যোগাযোগ চালিয়ে যেতে হবে?

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের ভূমিকা যেমন বিকশিত হচ্ছে, তেমনি অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক এবং অংশীদারদেরও। প্রকাশক এবং বিজ্ঞাপনদাতা উভয়েরই বিশ্বস্ত উপদেষ্টা হিসেবে কাজ করে, ভোক্তাদের যাত্রার প্রতিটি পর্যায়ে কীভাবে লাভ করা যায় সে সম্পর্কে অন্তর্দৃষ্টি এবং সুপারিশ প্রদান করতে নেটওয়ার্কের প্রয়োজন।

প্রভাবশালীর উত্থান

সম্প্রতি যুক্তরাজ্যের একটি গবেষণা দেখিয়েছে যে এক চতুর্থাংশেরও বেশি (27%) পিতামাতা তাদের সন্তানদের জন্য পোশাকের একটি আইটেম কিনবেন একজন সেলিব্রিটি শিশুকে পরা দেখে। গবেষণাটি যুক্তরাজ্যে পরিচালিত হওয়ার সময়, সবচেয়ে বেশি প্রভাবশালী সেলিব্রিটি শিশুদের তালিকায় নর্থ ওয়েস্ট, হার্পার বেকহ্যাম, সুরি ক্রুজ, প্রিন্স জর্জ এবং এমনকি অসি ফ্লিন ব্লুম অন্তর্ভুক্ত ছিল। ইন্টারনেট ধারাবাহিকভাবে সেলিব্রিটি শিশুদেরকে ট্রেন্ড সেটার হিসাবে ডাব করে, বিভিন্ন শ্রদ্ধা এবং ফ্যাশন ব্লগে অভিনয় করে।

অংশীদারি প্রভাবক, (অগত্যা কেবল সেলিব্রিটিই নয়), যারা অ্যাফিলিয়েট জুড়ে কাজ করে শিল্প, ব্র্যান্ডগুলিকে তাদের অধিভুক্ত কর্মক্ষমতা অর্জিত করার ক্ষমতা প্রদান করে, এবং যদি

প্রভাবশালীদের সাথে কাজ করা অসম্ভব বলে মনে হয়, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং ব্র্যান্ডগুলিকে একটি ব্র্যান্ডের বার্তা সমর্থন করতে পারে এমন উচ্চ মানের প্রভাবশালীদের একটি বড় পুলে অ্যাক্সেস পেতে সক্ষম করে।

ফেসবুক সবচেয়ে বেশি অ্যাক্সেস করা প্ল্যাটফর্মগুলির মধ্যে একটি। ইনস্টাগ্রাম বিজ্ঞাপনের নেটিভ স্টাইল এবং Pinterest-এর প্রকৃতি সরাসরি গ্রাহকদের কাছে নতুন ধারণা এবং পণ্য সরবরাহ করে।

প্রভাবশালীরা যারা এই প্ল্যাটফর্মগুলি ব্যবহার করে গ্রাহকদের সাথে একটি অনন্য সংযোগ রয়েছে, যা উচ্চ ব্যস্ততার হারের মাধ্যমে প্রদর্শিত হয়।

আর সোশ্যাল প্ল্যাটফর্মগুলো নিজেরাই এটা উপলব্ধি করছে। এই বছরের শুরুতে Pinterest অ্যাফিলিয়েট লিঙ্কের ব্যবহার পুনঃস্থাপন করেছে: বিজনেস ইনসাইডারের মতে, এই পদক্ষেপটি তার ব্যবহারকারীদের পুরস্কৃত করার জন্য এবং "আরো সুন্দর বিষয়বস্তু তৈরি করতে প্রভাবশালীদের উৎসাহিত করার" জন্য করা হয়েছিল।

এই প্রভাবশালীদের সাথে অধিভুক্ত অংশীদারিত্ব প্রতিষ্ঠা করা বিজ্ঞাপনদাতাদের তাদের দর্শকদের কাছে পৌঁছানোর জন্য একটি দুর্দান্ত উপায় হতে পারে।

মোবাইলের আধিপত্য অব্যাহত রয়েছে

বিশ্বব্যাপী স্মার্টফোন অভিযোজন বাড়তে থাকে, 2016 সালে বছরে 21% বৃদ্ধির হার দেখে (2015 সালে 31% বৃদ্ধির তুলনায় এটি স্বীকার করা যায়, কিন্তু মোবাইল উদ্ভাবন এবং বাণিজ্য ধীর হওয়ার কোন লক্ষণ দেখায় না)। প্রকৃতপক্ষে US-এ মোবাইল বিজ্ঞাপন খরচ 2015 সালে 66% বৃদ্ধি পেয়েছে, যেখানে ডেস্কটপ শুধুমাত্র 5% বৃদ্ধি পেয়েছে।

উদ্ভাবন এবং অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের সাফল্যের জন্য

ধন্যবাদ, বিজ্ঞাপনদাতারা মোবাইল উপহারের চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করার জন্য ভাল এবং সত্যিকার অর্থে সজ্জিত। প্রযুক্তি, ফরম্যাট, ট্র্যাকিং এবং অফার যা অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং-এর নেটিভ উত্তরাধিকার বহন করে সবই মোবাইলে উপলব্ধ, মোবাইল অর্জিত প্রচারাভিযানে সাফল্যের দিকে এগিয়ে চলেছে।

বিপণনকারীদের শুধু এশীয় বাজারের দিকে তাকাতে হবে যাতে মোবাইল কতটা বড়, এবং এটি কীভাবে বিকশিত হতে থাকবে তার একটি স্পষ্ট চিত্র দেখতে। ওয়েচ্যাট এবং কাকাও টেকের মতো মেসেঞ্জার অ্যাপগুলি এশিয়ান গ্রাহকদের দ্বারা ব্যবহৃত সবচেয়ে সফল প্ল্যাটফর্মগুলির মধ্যে একটি।

ফেসবুক ইতিমধ্যেই মেসেঞ্জারকে ই-কমার্সের জন্য অর্জিত করার সাথে সাথে, এটা বলার অপেক্ষা রাখে না যে এটি দেখার জন্য একটি আকর্ষণীয় স্থান হবে।

ডিডিও অ্যাফিলিয়েট তারকাকে হত্যা করেছে, নাকি করেছে?

ডিজিটাল ডিডিও হল সবচেয়ে দ্রুত বর্ধনশীল বিজ্ঞাপনের প্ল্যাটফর্ম। প্রকৃতপক্ষে, IAB সম্প্রতি 2014 থেকে 2016 পর্যন্ত মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে ডিডিও বিজ্ঞাপনের ব্যয় 85% বৃদ্ধির রিপোর্ট করেছে।

এখানে দেখার জন্য দুর্দান্ত জিনিস হল যে অধিভুক্তদের পিছিয়ে দেওয়া হয়নি। ডিজিটাল ডিডিও ব্যবহার করে প্রকাশকের সংখ্যা বৃদ্ধি পেয়েছে। কেনাকাটা যোগ্য ডিডিও বিজ্ঞাপন থেকে শুরু করে, ছোট ডিডিও পণ্যের সারাংশ এবং পর্যালোচনা, এমনকি প্রভাবশালীরাও ভ্রমার সম্প্রদায়ের উত্থানের সাথে তরঙ্গে রাইড করছে।

আবার, আমরা প্রকাশকদের কাছ থেকে যে উদ্ভাবন দেখতে পাচ্ছি, এই ক্রমবর্ধমান প্রবণতাকে কাজে লাগাতে অ্যাফিলিয়েট ভালো অবস্থানে রয়েছে।

অনলাইন থেকে অফলাইন এবং অ্যাট্রিবিউশনের ভূমিকা।

প্রযুক্তি অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামগুলি বৃদ্ধি এবং বিকাশের উপায়কে আকৃতি দিতে থাকবে।

যেহেতু আরও বেশি ভোক্তা একাধিক ডিভাইসের ব্যবহার গ্রহণ করে এবং নতুন প্রযুক্তির আবির্ভাব অব্যাহত থাকে, বিজ্ঞাপনদাতারা ডিজিটাল সুবিধার জন্য এবং ইন-স্টোর বিক্রয় চালানোর উপায়গুলি অনুসন্ধান করছেন।

ভোক্তারা অনলাইন এবং অফলাইন বিক্রয়ের মধ্যে লাইনগুলিকে অস্পষ্ট করে, অস্ট্রেলিয়া এবং বিদেশী অ্যাফিলিয়েট পাবলিশার্স দ্রুত এমন প্ল্যাটফর্ম তৈরি করেছে যা বিজ্ঞাপনদাতাদের অনলাইন থেকে অফলাইনে লাফ দিতে এবং ক্রয়ের পথের প্রতিটি পর্যায়ে ভোক্তাদের সাথে সংযোগ স্থাপন করতে সক্ষম করে। কিছু প্রকাশক

বীকন প্রযুক্তি ব্যবহার করুন, অন্যরা কার্ড-লিঙ্কযুক্ত অফারগুলি প্রদান করে এবং কেউ কেউ মোবাইল কুপন তৈরি করেছে যার বিক্রয়ের সময়ে কোনও একীকরণের প্রয়োজন নেই। এবং O2O চ্যালেঞ্জের সমাধান দেওয়ার ক্ষেত্রে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং নেতৃত্ব দিচ্ছে, বাধা এখন পরিবর্তিত হচ্ছে।

মাল্টি-চ্যানেল বিজ্ঞাপনদাতারা তাদের বাজেট কোথায় বরাদ্দ করা উচিত তা নিয়ে ক্রমবর্ধমান প্রশ্নের সম্মুখীন হচ্ছে। কোন ডিজিটাল চ্যানেলগুলিতে তাদের বিনিয়োগ করা উচিত এবং কোন প্রযুক্তিগুলি সত্যি রূপান্তর চালাতে কাজ করছে? অ্যাট্রিবিউশন এই অনেক প্রশ্নের উত্তর। অ্যাফিলিয়েট মার্কেটারদের মধ্যে সাধারণ প্রবণতা হল অন্যান্য ডিজিটাল এবং প্রথাগত মিডিয়া চ্যানেলগুলির পাশাপাশি এটি যে ভূমিকা পালন করে তার দ্বারা অ্যাফিলিয়েটের মান নির্ধারণ করা।

কোন দুটি বিজ্ঞাপনদাতা একই নয়, এবং একটি মাপ-ফিট সব পদ্ধতির অগত্যা কাজ করে না, বিশেষ করে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিংয়ের ক্ষেত্রে। অ্যাট্রিবিউশন প্রকাশ করে যে ভোক্তারা কোথায় কেনাকাটা করছেন, তারা কোন ডিভাইসগুলি ব্যবহার করছেন এবং ভোক্তারা কেন রূপান্তর করছেন না তা উদ্ঘাটন করতে ব্যবহার করা যেতে পারে।

অতএব, পূর্বে উল্লিখিত হিসাবে, অস্ট্রেলিয়ান অ্যাফিলিয়েট ইন্ডাস্ট্রি এখনও তার শৈশবকালে কিন্তু দ্রুত গতিতে বৃদ্ধি পাচ্ছে, মূলত বিজ্ঞাপনদাতাদের অভিযোজন এবং প্রকাশকদের উদ্ভাবনের জন্য ধন্যবাদ। আরো অস্ট্রেলিয়ান বিজ্ঞাপনদাতা এবং এজেন্সিরা একটি কম-ঝুঁকিপূর্ণ, সাশ্রয়ী চ্যানেলের সাথে কাজ করার সুবিধাগুলিকে স্বীকৃতি দেবে যা আধুনিক মার্কেটপ্লেসে আধুনিক বিপণনকারীরা যে চ্যালেঞ্জগুলির মুখোমুখি হচ্ছে তার সমাধান প্রদান করে।

শব্দকোষ

বিজ্ঞাপনদাতা	এটি একটি এফিলিয়েট প্রোগ্রাম আছে এমন একটি কোম্পানির জন্য আদর্শ শব্দ। 'বণিক' এবং 'ব্র্যান্ড' নামেও পরিচিত।
এফিলিয়েট লিংক	এটি একটি পাঠ্য লিঙ্ক বা ট্র্যাকিং লিঙ্ক হিসাবেও পরিচিত। এটি একটি অনুমোদিত সাইট থেকে একটি বিজ্ঞাপনদাতা সাইটে ব্যবহারকারীদের নির্দেশ করে।
অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক	অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্কগুলি অ্যাফিলিয়েট এবং বণিকদের এক জায়গায় একত্রিত করে। তারা ট্র্যাকিং এবং কমিশনের অর্থ প্রদানও পরিচালনা করে।
এজেন্সি	এজেন্সিগুলি একটি অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামের ব্যবস্থাপনা প্রদান করে যেখানে বিজ্ঞাপনদাতা এটিকে একটি উদ্দেশ্যমূলক তৃতীয় পক্ষের কাছে আউটসোর্স করতে চায়।
ব্যানার	এটি এমন ডিসপ্লে মিডিয়া ব্যানার যা কিছু প্রকাশক তাদের সাইটে যোগ করতে বেছে নেয়।
নগদ ফেরত	ক্যাশব্যাক সাইটগুলি সাইটটি ব্যবহার করার জন্য একটি পুরস্কার হিসাবে তাদের ব্যবহারকারীদের কাছে বিক্রয় চালানোর জন্য যে কমিশন উপার্জন করে তার বেশিরভাগই ফেরত দেয়। ক্যাশব্যাক সাইটগুলি প্রায়ই অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামের গুরুত্বপূর্ণ অংশ।
কমিশন	এটি একটি প্রদত্ত বিজ্ঞাপনদাতার কাছে বিক্রয় চালানোর জন্য অনুমোদিত সংস্থাগুলিকে প্রদত্ত প্রণোদনা। কমিশন বিক্রয়ের শতাংশ, প্রতি ক্লিকের মূল্য একটি ক্ল্যাট পরিমাণ বা লক্ষ্যে পৌঁছানোর জন্য অনুদানের আকারে হতে পারে। আরও বিস্তারিত জানার জন্য CPA, CPC এবং CPL দেখুন।
বিষয়বস্তু সাইট	ব্লগ হিসেবেও পরিচিত। এই সাইটগুলি একটি নির্দিষ্ট বিষয়ের চারপাশে অনন্য সামগ্রী ধারণ করে এবং প্রায়শই অনুরাগ অনুসরণ করে।
কুকি	প্রযুক্তি সাধারণত ব্যবহারকারীর আচরণ ট্র্যাক করতে ব্যবহৃত হয়।
কুকি পিরিয়ড	ব্যবহারকারীর ব্রাউজারে ট্র্যাকিং কুকিটি যে সময় সক্রিয় থাকবে।
কুপন	এটি একটি ডিসকাউন্ট যা ক্রেতাদের জন্য উপলব্ধ করা হয় এবং এটি সাধারণত সংখ্যার অক্ষরগুলির একটি সিরিজ।
কুপন সাইট	কুপন সাইটগুলি (ভাউচার কোড সাইট নামেও পরিচিত) কুপনের মাধ্যমে ব্যবহারকারীদের উৎসাহিত করে মূল্য বৃদ্ধি করে। তারা রাজস্ব ড্রাইভিং একটি কার্যকর মাধ্যম হতে পারে।
সিপিএ	অধিগ্রহণ প্রতি খরচ - একজন প্রকাশককে দেওয়া কমিশন, সাধারণত বিজ্ঞাপনদাতার সাইটে বিক্রয় চালানোর জন্য।
সিপিসি	ক্লিক প্রতি খরচ - বিজ্ঞাপনদাতার সাইটে ক্লিক করার জন্য প্রকাশককে দেওয়া কমিশন।
সিপিএল	সীসা প্রতি খরচ. বিজ্ঞাপনদাতার সাইটে নেতৃত্ব দেওয়ার বিনিময়ে কমিশন একজন প্রকাশককে প্রদান করে। যেমন একটি তদন্ত ফর্ম পূরণ
অগ্রাহ্য করা	এটি ট্র্যাকিং প্রদানের জন্য অ্যাফিলিয়েট নেটওয়ার্ক দ্বারা চার্জ করা ট্র্যাকিং ফি। এটি সাধারণত কমিশনের পরিমাণের শতাংশের উপর ভিত্তি করে।
মূল্য তুলনা এই সহযোগীরা হাজার	হাজার পণ্যের দামের তুলনা করে, বীমা থেকে খাদ্য সামগ্রী পর্যন্ত।
পণ্য ফিড	মার্চেন্টাইজার ফিড নামেও পরিচিত। কিছু অনুমোদিত পণ্য আমদানি করে যা বিজ্ঞাপনদাতারা মূল্যের তুলনা করে বিক্রি করে।
প্রকাশক	'অ্যাফিলিয়েট' নামেও পরিচিত। যেকোন ওয়েবসাইট যে একটি বিক্রয় ড্রাইভিং বা একটি অনুমোদিত লিঙ্কের মাধ্যমে একটি লিড তৈরি করার জন্য একটি কমিশন প্রদান করা হয়।
প্রজাস্বত্ব	একটি অনুমোদিত সাইটে বা একটি ইমেল নিউজলেটারে মিডিয়ায় একটি অংশ কিনতে প্রয়োজনীয় ফি। এই উল্লেখযোগ্যভাবে পরিবর্তিত হতে পারে।
বৈধতা সময়কাল	একটি লেনদেন ট্র্যাকিং স্থান থেকে বিজ্ঞাপনদাতা এর বৈধতা অনুমোদন না করা পর্যন্ত সময়ের দৈর্ঘ্য।