

Sklepy internetowe

Wyszukiwarki

- Wyszukiwanie konkretnych podstron
- SEO
 - Pozycjonowanie
 - Optymalizacja
- Samodzielnie czy zlecenie?
- Jakie wyszukiwarki?
- A może płacić wyszukiwarkom?

Proces SEO

- Dobry sklep z dobrym asortymentem
- Zgodność ze specyfikacjami CSS i XHTML
- Strony z unikalnymi <title> i <description>
- Przyjazne adresy stron
- Sitemap
- Dodawanie łączy do sklepu

Program partnerski

- Program partnerski dla „sprowadzaczy”
- Korzyści z programu partnerskiego
 - Odciążenie w promocji sklepu przez partnerów oni będą też ponosić jej koszty
 - Wyszkolimy nowych partnerów do promocji
 - Zapłacimy partnerowi tylko, gdy przyniesie dochód
- Ograniczenia branżowe

Cechy dobrego programu partn.

- Bezpłatne uczestnictwo
- Wykorzystywanie cookies
- Wykorzystywanie łączy referencyjnych
- Długi czas trwania cookies
- Korzystne prowizje
- Partner nie musi angażować się w obsługę

Sklep z programem partnerskim

- Dobry menadżer
- Jasna polityka antyspamowa
- Wyplata od określonej kwoty
- Jasne i klarowne zasady
- Jak najmniej biurokracji

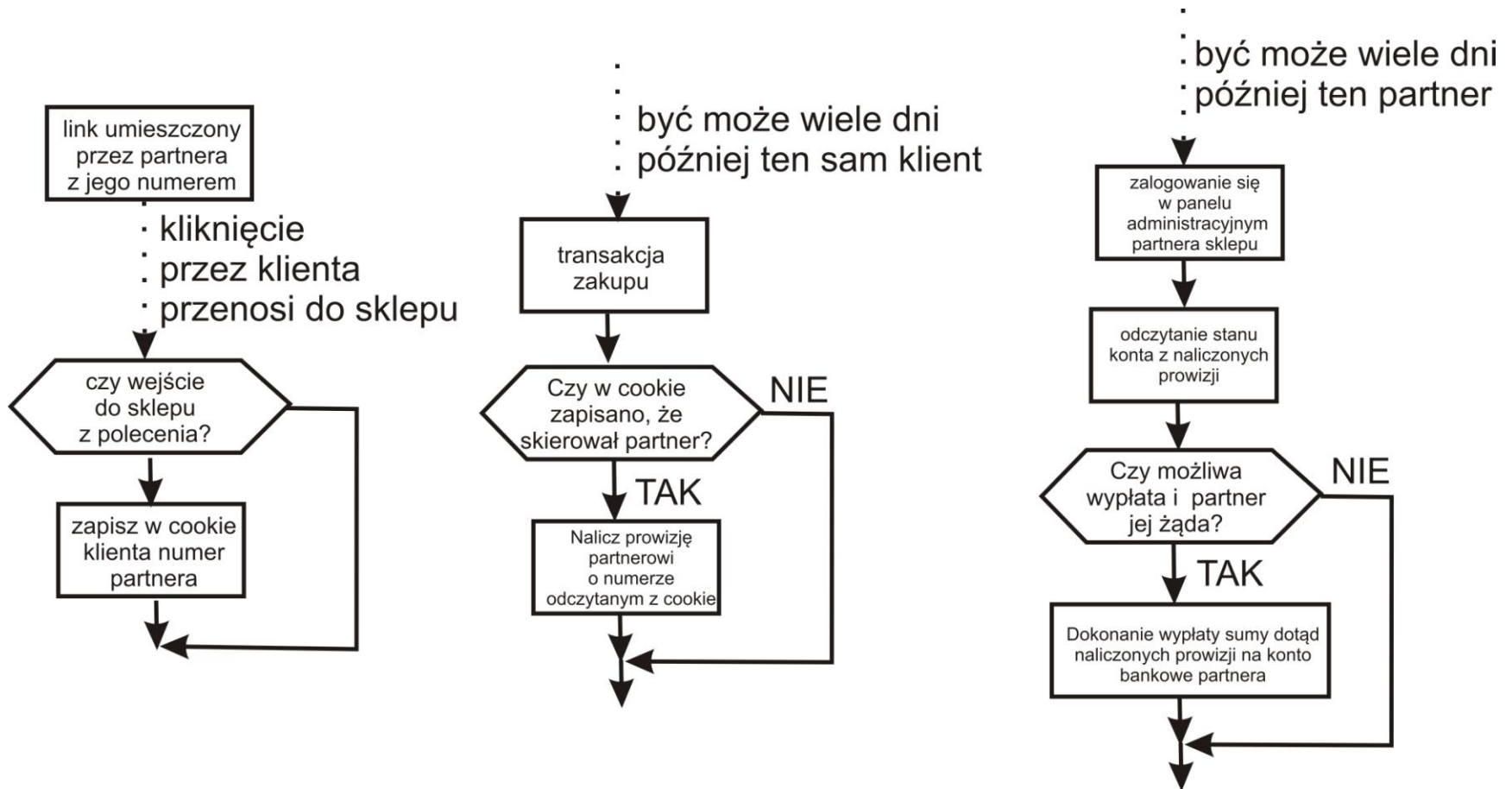
Program partnerski

- Rodzaje prowizji
 - Prowizja bezpośrednia
 - Prowizja wieczna
- Jak rozwijać program?
- Program partnerski a lojalnościowy

Czego potrzebujemy?

- Odpowiednia infrastruktura
- Zdolny menadżer
- Silnik programu partnerskiego
- Przygotowanie prawne
- Instrukcje
- Materiały dodatkowe

Schemat programu partnerskiego



Program partnerski

- Prawo a programy partnerskie
- Jak skonstruować regulamin programu partnerskiego
 - Definicje
 - Kto może uczestniczyć?
 - Polecanie
 - Informacje o wynagrodzeniach
 - Sposób promowania
 - Bezpieczeństwo i ochrona danych osobowych

Pasaże handlowe

- Olbrzymi ruch
- Prestiż ze współpracy
- Opłaty
- Przyszłość
- Skuteczność
- Najważniejsze
 - Pasaz.onet.pl
 - Pasaz.wp.pl
 - Zakupy.interia.pl

katalogi sklepów

- Katalog a pasaż
- Jak działają katalogi sklepów
 - Proste katalogi
 - Zaawansowane katalogi
- Korzyści z uczestnictwa
- Dlaczego powstają katalogi sklepów
- Katalogi zaawansowane

wyszukiwarki produktów

- Kto zyskuje?
- Jak to działa od strony klienta
- Jak to działa od strony sklepu
- Czy każdy może współpracować z porównywarkami
- Ile na tym zarobimy
- Zestawienie porównywarek
- Polityka cenowa a pasażę, katalogi i porównywarki