

مروری بر افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش (Affiliate Marketing)

گردآوری و تدوین: محمود خانزاده

دکتری تخصصی مدیریت بازاریابی

مقدمه

یکی از مفاهیمی که ما در طی سال‌های اخیر به طور مکرر با آن روبرو می‌شویم مفهوم افیلیت مارکتینگ (Affiliate Marketing) سیستم همکاری در فروش، مشارکت در فروش و یا بازاریابی وابسته است. در واقع می‌توان گفت که افیلیت مارکتینگ مدلی از تبلیغات است که در آن شرکت‌ها به ناشران برای فروش و یا ایجاد سرخ‌های فروش (لید) پول پرداخت می‌کنند. ناشرانی که در این نوع تبلیغات شرکت می‌کنند، همکاران فروش نام دارند و کمیسیون مشخصی برای به سرانجام رساندن یک اقدام از جانب مشتری دریافت می‌کنند. با مرور در مفهوم افیلیت مارکتینگ می‌توان به این نکته پی برد که با وجودی که این اصطلاح اخیراً رواج پیدا کرده و به کار می‌رود، ذات افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش، یک روش فروش قدیمی است که از قدمتی طولانی برخوردار است. این همان چیزی است که در ادبیات سنتی، به آن فروش پورسانتی یا بازاریابی پورسانتی گفته شده بود. این روش، حالا به مدد توسعه‌ی تکنولوژی‌ها و بسترهای جدید، در دنیای آنلاین به شکل گسترده‌ای پیاده می‌شود و به روش جذابی برای درآمدزایی تبدیل شده است. به طور کلی می‌توان گفت که افراد فعال در حوزه تجارت الکترونیک، تمایل دارند که به کاربران و مشتریان بیشتری دسترسی پیدا کنند. این موضوع، همکاری در فروش را جالب و جذاب می‌کند. در این حالت، همکار فروش می‌تواند مالک چندین وب سایت، اپلیکیشن یا کانال در شبکه‌های اجتماعی باشد. به طور کلی، هر چه شبکه همکار فروش قدرتمندتر باشد، گستره دسترسی به مشتریان احتمالی وسیع‌تر خواهد شد.

در این مقاله قصد داریم با روش مروری، به بررسی مفهوم افیلیت مارکتینگ از جنبه‌ی تاریخی، تعاریف، نحوه کارکرد و مزایا و معایب آن بپردازیم.

تاریخچه و تعریف افیلیت مارکتینگ

با وجودی که اصطلاح افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش در سال‌های اخیر رواج زیادی پیدا کرده و به صورت گسترده به کار می‌رود، اما ذات افیلیت مارکتینگ یا همکاری در فروش، یک روش فروش قدیمی است که از قدمتی طولانی برخوردار است. افیلیت مارکتینگ با توسعه وب سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی رشد کرد و به شکل جدید آن آمازون اولین سایتی بود که این سیستم را در سال ۱۹۹۶ راه‌اندازی کرد. در ایران از سال ۱۳۹۷ شرکت دیجی کالا بصورت رسمی سیستم همکاری در فروش یا افیلیت مارکتینگ را راه‌اندازی کرد.

افیلیت مارکتینگ (Affiliate Marketing) به نام‌های همکاری در فروش، مشارکت در فروش، بازاریابی آشناسازی، بازاریابی پورسانتی، بازاریابی مشارکتی، بازاریابی وابسته و ... در ایران ترجمه شده است. تعاریف مختلفی برای افیلیت مارکتینگ ارائه شده است که تقریباً همه‌ی آنها بیانگر موضوع واحدی هستند، در بخش زیر برخی از این تعاریف را مرور می‌کنیم:

➤ **افیلیت مارکتینگ** یا همکاری در فروش یکی از استراتژی‌های تبلیغاتی نوین است که در آن یک شرکت به شخص ثالث برای ایجاد ترافیک به منظور فروش محصولات و خدمات شرکت پاداش می‌دهد.

➤ **افیلیت مارکتینگ** نوعی از بازاریابی است که در آن فرد محصول یا خدمات فرد دیگر را معرفی و در ازای این معرفی، مبلغی به عنوان پورسانت یا کمیسیون دریافت می‌کند.

➤ **افیلیت مارکتینگ** مدلی از تبلیغات است که در آن شرکت‌ها (برند یا فروشنده) به ناشران برای فروش و یا ایجاد سرنخ‌های فروش (لید) پول پرداخت می‌کنند. ناشرانی که در این نوع تبلیغات شرکت می‌کنند، همکاران فروش نام دارند و کمیسیون مشخصی برای به سرانجام رساندن یک اقدام از جانب مشتری دریافت می‌کنند.

ابعاد افیلیت مارکتینگ (چه گروه‌هایی در افیلیت مارکتینگ شرکت دارند؟)

برای اینکه افیلیت مارکتینگ شکل بگیرد نیاز به حضور طرفین افیلیت مارکتینگ است. در بخش زیر هر کدام از این طرفین تشریح می‌گردد:

صاحبان محصول: این گروه شامل صاحبان کسب و کارها یا همان تبلیغ شونده‌ها هستند که محصولی برای فروش دارند و می‌خواهند از طریق ارتباط با شبکه افیلیت، محصول خود را بفروشند. صاحبان محصول، به ازای هر خرید موفق به افیلیت‌ها درصدی را به عنوان پورسانت پرداخت می‌کنند. البته نوع و میزان پرداخت بستگی به توافق طرفیت دارد. در برخی موارد بر اساس نوع کاری هم که مشتری بر روی سایت انجام می‌دهد، برای مثال مراحل کلیک نیز درصدی به افیلیت‌ها پرداخت می‌شود.

ناشران افیلیت مارکتینگ: این گروه، در واقع صاحبان وب سایت‌ها هستند و می‌خواهند با قرار دادن لینک‌های افیلیت، محصولاتی را به مخاطبان وب سایت خود معرفی کرده و درآمد کسب کنند. **مشتریان:** مشتریان، کاربران یا مصرف کنندگان کسانی هستند که بر روی لینک‌های افیلیت در سایت ناشران کلیک کرده و محصولی را خریداری می‌کنند. آمار کاربران توسط سایت ناشر یا افیلیت ثبت شده و مشخص می‌شود چه تعداد مشتری از لینک ناشر به وب سایت اصلی وارد شده و خرید کرده‌اند.

شبکه‌ها: شبکه‌های مدیریت افیلیت، میان صاحبان محصول و ناشران، مانند یک واسطه عمل می‌کنند. آنها با انتخاب بهترین ناشر احتمال موفقیت تبلیغات را افزایش می‌دهند. چرا که بر بازار تبلیغات تسلط و شناخت بیشتری دارند و می‌توانند برای صاحبان محصول بهترین گزینه را انتخاب کنند.

انواع پورسانت یا پرداخت‌ها در افیلیت مارکتینگ

- **پرداخت به ازای کلیک:** در این مدل ناشران افیلیت، به ازای تمام کلیک‌هایی که از طرف سایت‌شان برای محصول ایجاد شد، بدون در نظر گرفتن اینکه به خرید منجر شده یا نه مبلغی را به عنوان پورسانت دریافت می‌کند.
- **پرداخت به ازای جذب لید:** در این مدل ناشران افیلیت به ازای هر مشتری بالقوه که برای محصول یا شرکت ایجاد کرده‌اند هزینه دریافت می‌کند. برای مثال ثبت ایمیل در وب سایت صاحب محصول

- پرداخت به ازای فروش: در این مدل ناشران افیلیت به ازای هر فروشی که برای صاحب محصول انجام می‌شود مبلغی را به عنوان پورسانت دریافت می‌کنند که معمول‌ترین مدل افیلیت همین مدل است.

مزایا و معایب افیلیت مارکتینگ

هر فعالیتی به موازات اجرا، دارای برخی از مزایا و معایب است، که مبحث افیلیت مارکتینگ نیز از این موضوع، مستثنی نیست. در بخش زیر برخی از مزایا و معایب این موضوع را مورد بررسی قرار می‌دهیم:

مزایای افیلیت مارکتینگ

- افیلیت مارکتینگ عملکرد محور است: در افیلیت مارکتینگ، طرف صاحب محصول، زمانی هزینه پرداخت می‌نماید که اقدامی از سمت ناشران صورت گرفته باشد و نتیجه‌ای حاصل شده باشد.
- مخاطبان محصول افزایش پیدا می‌کند: با توجه به نمایش گذاشتن محصول در سایت‌های ناشران، میزان دیده شدن محصول بیشتر شده و طبیعتاً مخاطبان بیشتری با محصول آشنا می‌شوند.
- هزینه نسبتاً پایینی دارد: با توجه به این موضوع که هزینه‌های پرداخت شده متناسب با عملکرد بوده و هزینه نسبتاً پایینی هم به سازمان تحویل می‌نماید، افیلیت مارکتینگ یکی از راه‌های کم هزینه برای تبلیغات و فروش محسوب می‌شود.
- موجب ایجاد آگاهی از برند بالا می‌گردد: اگر انتخاب ناشران با دقت مناسبی صورت بگیرد می‌تواند تاثیر مناسبی در اعتبار برند و آگاهی از برند داشته باشد.
- تاثیر بر روی سئو و اعتبار وب سایت: اگر صاحب محصول، ترافیک ورودی را به سمت وب سایت خود هدایت نماید و فروش از سمت وب سایت صورت بگیرد می‌تواند تاثیر مناسبی در سئو داشته باشد.

احتمال ایجاد ترافیک جعلی: در برخی از موارد افیلیت مارکتینگ، با توجه به نوع قرارداد منعقد شده، احتمال ایجاد جعلی بر روی وب سایت صاحب محصول وجود دارد.

در دسترس بودن برای رقبا: استفاده از افیلیت مارکتینگ به راحتی توسط رقبا نیز قابل اجرا بوده و چه بسا ممکن است با دیدن افیلیت شرکت، شرایط قابل رقابت‌تری نیز ایجاد نماید.

خلاقیت نسبتاً پایین: در این روش، امکان ایجاد روش‌های خلاقانه برای جذب مشتری نسبتاً پایین بوده و جذابیت خاصی برای مشتریان نهایی ندارد.

انواع مدل‌های افیلیت مارکتینگ

مدل اول: افیلیت مارکتینگ مستقل

افیلیت مارکتینگ مستقل، نوعی از افیلیت است که در آن ناشر هیچ ارتباطی با محصول یا خدمتی که تبلیغ می‌کند ندارد. مسئولیت هیچ گونه تعهدی را در مورد کیفیت محصول یا عملکرد شرکت به عهده نمی‌گیرد. در واقع این نوع از افیلیت مارکتینگ، یکی از راحت‌ترین نوع روش‌های افیلیت می‌باشد.

مدل دوم: افیلیت مارکتینگ مرتبط

در این نوع از افیلیت مارکتینگ، طرف ناشر، مرتبط با محصول بوده ولی هیچ گونه تعهد و مسئولیتی را قبول نمی‌کند.

مدل سوم: افیلیت مارکتینگ وابسته

در این نوع از افیلیت مارکتینگ، شرکت ناشر از نظر تخصصی مرتبط با شرکت محصول بوده و در کنار تبلیغ و افیلیت محصول، مسئولیت استفاده از آن را نیز تضمین نموده و تعهد می‌دهد. بدیهی است که در صورت نارضایتی خریداران از محصولات تبلیغ شده توسط این شرکت‌ها، اعتبار آنها در معرض خطر قرار خواهد گرفت.

نتیجه گیری

با رشد و توسعه تکنولوژی‌های جدید، روش‌های جدید نیز برای فروش و بازاریابی محصولات و خدمات ارائه می‌شود که یکی از این روش‌ها، افیلیت مارکتینگ یا بازاریابی پورسانتی است که بطور ساده می‌توان گفت که، فروش کالاها و خدمات یک شرکت توسط یک شرکت دیگر است. این روش پیچیدگی خیلی زیادی نداشته و معمولاً بدون ریسک خاصی نیز در بازار قابلیت اجرا دارد. اجرای افیلیت مارکتینگ در مدل جدید با استفاده از وب سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های فعال در این حوزه صورت می‌گیرد و شرکت‌ها

برای برانگیختن مشتریان نهایی برای پیوستن افراد به جمع مشتریان یک شرکت از مدل‌های مختلف انگیزش استفاده می‌کنند. با توجه به نو بودن این حوزه و همچنین سادگی اجرای آن، ادبیات زیادی هم در این حوزه وجود ندارد و لزوماً هم نیازی به بسط یا توسعه آن احساس نمی‌گردد. در این مقاله سعی گردید که مروری نسبتاً جامع بر ابعاد مختلف افیلیت مارکتینگ داشته باشیم و جنبه‌های مختلف آن را با استفاده از مطالب موجود مورد بررسی قرار دادیم.