**Jak sprzedawać więcej? Stwórz program partnerski**

**Firmy prowadzą sprzedaż rozmaitymi kanałami – poprzez strony internetowe, placówki, czy też z pomocą handlowców w terenie. Ale jest jeszcze jeden sposób na zwiększenie sprzedaży. Program partnerski pozwala skorzystać z pomocy osób z zewnątrz, a więc bez powiększania zespołu handlowców.**

Programy partnerskie, nazywane też programami afiliacyjnymi, to często niedoceniana przez marki forma zwiększania sprzedaży. Ujmując krótko – w takim systemie osoby spoza firmy polecają jej ofertę w zamian za uzyskiwane korzyści. Ten, kto „przyprowadzi” klienta, otrzymuje zazwyczaj prowizję finansową uzależnioną od wartości uzyskanej sprzedaży.

**Jak działają programy afiliacyjne?**

Dzięki dobrze zorganizowanym programom partnerskim niektóre firmy zwielokrotniły swoje przychody nawet w okresie kilku miesięcy od uruchomienia takiego systemu. W osiągnięciu dobrych wyników pomaga zazwyczaj dołączenie przez firmę do istniejącego już systemu, który zbiera różne systemy afiliacyjne i udostępnia je zarejestrowanym członkom w jednym panelu.

Osoba, która chce zarabiać na programach afiliacyjnych zazwyczaj rejestruje się w systemie pełniącym rolę agregatora różnych programów partnerskich. Następnie wybiera firmy, których oferty chce promować. Zapoznaje się z ich usługami lub opisami produktów, które pozwalają jej podjąć decyzję o związaniu się z dana marką, analizuje proponowane warunki i wysokość prowizji. Jeśli wszystkie te elementy jej odpowiadają, zgłasza się do promocji. Gdy jej zgłoszenie zostanie zaakceptowane, może rozpocząć sprzedaż partnerską.

Bardzo często członkami programów partnerskich są osoby prowadzące własne blogi lub inne strony internetowe. Opisują one daną ofertę lub publikują artykuły, które są z nią powiązane tematycznie. Np. jeśli bloger współpracuje ze sprzedawcą sprzętu AGD, może przygotować artykuł na temat „Jak wybrać najlepsze żelazko?”, w którym podzieli się z czytelnikami własnymi wskazówkami na ten temat. W tekście umieszcza linki partnerskie do ofert wybranych przez siebie produktów (w tym przypadku żelazek). Jeśli czytelnik kliknie w link, a następnie dokona zakupu, to wydawca treści (partner) otrzyma ustaloną w umowie prowizję. Prowizja będzie naliczona od całego koszyka zakupowego, nawet jeśli klient poza żelazkiem wybierze jeszcze np. deskę do prasowania lub produkty z zupełnie innej kategorii.

Linki partnerskie mogą być zamieszczane nie tylko na własnych stronach internetowych partnera, ale także w mediach społecznościowych, czy też w mailach wysyłanych do znajomych lub subskrybentów newslettera. Dla wielu osób sprzedaż afiliacyjna stanowi sposób na dorobienie sobie przysłowiowych „kilku groszy”, ale są i tacy, dla których współprace partnerskie stały się podstawowym źródłem utrzymania.

**Kiedy programy partnerskie są skuteczne?**

Programy partnerskie mogą pozwolić firmom na większą sprzedaż z wielu powodów, ale i pod kilkoma warunkami. Jednym z nich jest to, aby partnerów było wielu. Im więcej osób będzie chciało promować dany system, tym szerszy będzie zasięg promocji – więcej potencjalnych klientów dowie się o danej marce, jej produktach lub usługach. Zainteresowanie programem partnerskim będzie zależało m.in. od tego, czy dana firma związała się z popularną platformą oraz jakie warunki finansowe proponuje.

Niezwykle istotna jest też sama oferta. Wielu potencjalnych partnerów nie będzie chciało promować usług wątpliwych etycznie lub produktów, których jakość budzi wątpliwości. Marka musi więc dążyć do wzbudzenia zaufania wśród partnerów – np. udostępniając im rzetelne informacje na temat swojej oferty lub nawet wysyłając zainteresowanym próbki produktów.

Jeśli oferta cieszy się dużym zaufaniem, a warunki finansowe współpracy są atrakcyjne, korzyści dla marki mogą być ogromne. Bez dodatkowych nakładów na działania marketingowe można stworzyć zewnętrzną sieć wspierającą sprzedaż. Poszerza się wtedy zasięg geograficzny oraz demograficzny klientów – o ofercie dowiadują się coraz większe rzesze odbiorców, a firma ponosi koszty tylko w sytuacji, w której faktycznie dochodzi do sprzedaży, dzieląc się z partnerami wypracowanym zyskiem.

**Jak zaktywizować partnerów?**

Dla każdego partnera handlowego korzyści finansowe z programu są istotne. Ale to nie znaczy, że aktywność w promowaniu danej oferty jest powiązana wyłącznie z wysokością prowizji. To by było zbyt proste!

Tak jak w każdym innym aspekcie życia, tak i tutaj znaczenie mają osobiste wybory i sympatie. Każdemu łatwiej będzie promować taką markę, którą lubi i z którą czuje się emocjonalnie związany. W uczynieniu z partnera autentycznego ambasadora marki pomóc mogą dodatkowe akcje.

Czasem robimy coś po to, by poczuć radość, satysfakcję i sprawdzić się. Przy wyznaczanych wyzwaniach dobrze jest zmienić stawkę, o jaką toczy się gra. W przypadku programu afiliacyjnego, zamiast proponować kolejne prowizje, można zaproponować chociażby konkurs z nagrodami.

Aby odróżnić konkurs od „codziennego” programu partnerskiego, najlepiej pomyśleć o nagrodach rzeczowych – bardziej „namacalnych” niż prowizja. W zależności od pomysłowości organizatora, nagrodą może być np. telewizor LCD, nowoczesny smartfon, sprzęt sportowy, biżuteria, czy nawet wycieczka zagraniczna. Samo pozyskanie takich nagród nie będzie problemem, ponieważ w Polsce istnieją już systemy takie jak NagrodyB2B.pl.

Serwis przeznaczony jest dla organizatorów konkursów, programów lojalnościowych czy programów partnerskich. Mogą tam oni wybierać produkty na nagrody w kilkudziesięciu kategoriach, a całą obsługą zamówień (włącznie z magazynowaniem i wysyłką prezentów do zwycięzców) zajmuje się profesjonalna firma logistyczna. Ceny produktów na takiej platformie są niższe niż w tradycyjnych sklepach, co sprawia, że dostęp do rozmaitych nagród jest jeszcze łatwiejszy.

Przykładem konkursu z nagrodami dla partnerów może być akcja jednej z polskich firm hostingowych. Przeprowadziła ona konkurs skierowany do webmasterów i osób, które na co dzień zajmują się informatyczną obsługą firm. Za skuteczne polecenie usług firmy uczestnicy mogli uzyskać wysoką prowizję, ale dodatkowo stawką w grze były także laptopy oraz smartfony renomowanej marki. Prezenty rzeczowe otrzymali ci partnerzy, którzy w okresie promocji wypracowali największe prowizje.

Nagrody rzeczowe można też wpisać do systemu partnerskiego na stałe. Jedna z polskich firm wynagradza prezentami każdego partnera, którego wpływy z prowizji przekroczą w danym miesiącu 250 zł. Prezenty mogą być więc doskonałym urozmaiceniem programu afiliacyjnego i dodatkową motywacją dla partnerów. Tym ciekawszą, że wciąż stosunkowo niewiele programów kusi uczestników takimi niespodziankami.

**O czym jeszcze warto pamiętać?**

Programy partnerskie mogą znacznie pomóc marce w rozpowszechnianiu wiedzy na jej temat, a co za tym idzie, także w promocji oferowanych produktów lub usług, ale warto pamiętać o pewnych ograniczeniach.

Na korzyść promowanej marki na pewno pozytywnie wpływa ugruntowana obecność na rynku. Za pomocą programów partnerskich najlepiej promować takie marki, których oferta została już wypróbowana, przetestowana, a co za tym idzie, ich jakość została już potwierdzona. Nie należy prosić partnerów o pomoc w promowaniu produktów lub usług, co do jakości których nie można mieć jeszcze pewności.

Druga ważna sprawa to możliwość poradzenia sobie z ewentualnym sukcesem. Zdarza się, że nagły wzrost liczby zamówień paraliżuje firmę. Nie należy dopuścić do sytuacji, w której program spowoduje gwałtowny wzrost liczby klientów, ale firma nie poradzi sobie z obsługą zamówień np. z powodu zbyt małej produkcji, braku wystarczających zapasów lub niewielkiego zespołu pracowników.

W związku z tym do wdrożenia programu partnerskiego należy się odpowiednio przygotować. Najlepiej zawczasu pomyśleć o odpowiedniej grupie docelowej projektowanego programu, doborze właściwych partnerów, zasadach ich wynagradzania i aktywizacji, a w końcu także o odpowiednich procedurach, które pozwolą zmaksymalizować sprzedaż bez narażania firmy na opóźnienia lub pogorszenie jakości. Tylko wtedy będziemy mogli mówić o pełnym sukcesie.

Źródło: [Nagrodyb2b](https://nagrodyb2b.pl/)