



el  
experto

Sergio Garasa

Director General de Tradedoubler España

# PROGRAMAS DE AFILIACIÓN

Quizá sea hora de que los directores de marketing online y agencias de comunicación de nuestro país, exploten la herramienta más rentable de sus colegas europeos y americanos



¿Que han tenido en común en 2001 la estrategia de líderes online de sectores tan dispares como Amazon, Dell, Unicef, Sony, Vodafone, Despegar.com, o Hispavista?

Todos ellos han apostado fuerte por 'planes de marketing de resultados', lanzando campañas de marketing en las que pagan sólo por los visitantes únicos, registros y ventas generadas. Una herramienta que Amazon lleva aplicando desde 1996, y que hizo de ella una marca dominante mundial, con enlaces fijos en 350.000 'sites', que además de millones de impresiones, le generan hoy el 35% de sus ventas.

## La publicidad clásica de la red cae un 25% en 2001, según Infoadex

Sin embargo, no muchos directores y agencias en España dominan aún el modo de empleo de una herramienta de marketing tan innovadora y potente.

¿Cómo funciona?

Los programas de afiliación y programas de tráfico hacen posible el plan de marketing por resultados, mediante la oferta de una empresa (comerciante) que invita a enlazarse de forma permanente, con cualquier tipo de creatividad, a una serie de 'sites'-objetivo (afiliados) a cambio de un pago por cada visitante único, registro y venta remitidas.

Así, el anunciante: se evita el pago de un canon fijo y

## Los programas de afiliación están creciendo a ritmo del 20% mensual

de impresiones de valor desconocido al afiliado, además de tener mucha más libertad creativa en sus formatos — puede usar hasta diez formatos distintos a la vez — y de poder tener una capilaridad máxima, abriendo dentro de un mismo programa de afiliación distintos niveles de pago para distintos niveles de afiliados, desde el 'megaportal' hasta la página de

nicho. El 'site' afiliado también gana porque se puede implicar mucho más en la campaña y recibir mayor compensación cuanto más valioso fuera el público que remitió. Ganan porque pueden colocar esos enlaces en el formato y el momento que desea, mejorando así la integración con su contenido y su ocupación publicitaria. Finalmente, los programas de afiliación buscan relaciones a largo plazo, generando ingresos a diario durante años, lo que es muy valorado por todos los sitios de prestigio en internet. Como muestra, la red europea, Tradedoubler, tiene más de 16.000 sites afiliados sólo en España.

¿Demasiado bueno para ser verdad? Según las consultoras (Jupiter, Forrester, Gartner) el marketing por resultados triunfa en América y Europa, gestionando ya en 2002 del 30% al 50% del comercio y la comunicación online. De hecho, la enorme demanda de programas de afiliación y programas de tráfico en todo el mundo hizo surgir desde el 98 varios especialistas — Tradedoubler, Befree, CJ,... — que ofrecen a las empresas un servicio 'llave en mano' cubriendo: plataforma tecnológica, redes de afiliados globales, y un equipo de apoyo al comerciante con una enorme experiencia detrás.

¿Y España? Infoadex anuncia un descenso del 25% en la inversión online en publicidad clásica (su majestad el banner) en 2001, mientras los programas de afiliación están creciendo a ritmos del 20% mensual! Por supuesto, no todos los programas de afiliación triunfan. Una estrategia clara y un trabajo continuo son imprescindibles. A partir de ahí, Ebay, Dell, Amazon y Despegar.com se asentaron como líderes de sus sectores, izándose en lo alto mediante sus programas de afiliación.

Riesgos y oportunidades están ya claramente a la vista de todos nuestros profesionales, por lo que se espera que en 2002 gran parte del marketing online nacional se concentre en lograr el programa de afiliación dominante en cada sector. ¡Ojalá este empuje nos permita asistir por fin al tan esperado despegue de la publicidad y del comercio electrónico español! ■