

آموزش ثبت نام در افیلیت دیجی کالا (گام به گام)

افیلیت‌ها باید رسانه فعال (وبسایت یا شبکه اجتماعی)، نمونه محتوای مرتبط، اطلاعات هویتی و حساب بانکی معتبر داشته باشند. سپس مراحل زیر را به ترتیب طی کنند.

مراحل ثبت نام تا تایید (مرحله به مرحله)

۱. ایجاد حساب و ثبت رسانه
۲. معرفی حوزه فعالیت و ارسال نمونه محتوا
۳. پذیرش قوانین و تکمیل مدارک
۴. بررسی و تایید توسط دیجی کالا
۵. دسترسی به پنل، ساخت لینک و آغاز کمپین‌ها

آشنایی اولیه با پنل افیلیت دیجی کالا و گزارش‌ها

پنل افیلیت دیجی‌کالا پلتفرم آنلاینی است که برای افیلیت‌ها طراحی شده است. از طریق این پنل می‌توان لینک‌های اختصاصی دریافت کرد، آمار فروش و کلیک‌ها را مشاهده نمود و پورسانت‌ها را مدیریت کرد.

بهترین روش‌های تبلیغ و فروش محصولات دیجی کالا

تولید محتوای هدفمند در وبلاگ (نقد، مقایسه، راهنمای خرید)

مقالاتی مانند «راهنمای خرید»، «بهترین‌های سال» و «مقایسه A و B» جذابیت بیشتری برای مخاطبان دارد. این ساختارها باید شامل نتیجه‌گیری در ابتدای صفحه، جدول مقایسه، مزایا و معایب واقعی، و CTAهای واضح باشند.

استفاده هوشمند از شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام، تلگرام، یوتیوب)

افیلیت‌ها می‌توانند با ریلزهای مقایسه‌ای، استوری‌های تعاملی و بررسی‌های کوتاه در یوتیوب، ترافیک ایجاد کنند.

پیاده سازی سئو برای صفحات افیلیت (کلمات خرید، اسکیمای لینک داخلی)

افیلیت‌ها باید روی کلمات خاص مانند «خرید + نام محصول» و «بهترین + دسته + قیمت» تمرکز کنند.

ایمیل مارکتینگ و ساخت لیست مخاطب

افیلیت‌ها با جمع‌آوری ایمیل و ارسال محتواهای تبلیقاتی کوتاه می‌توانند نرخ تبدیل را بالا ببرند.

قوانین و مقررات مهم افیلیت دیجی کالا

افیلیت‌ها باید از ادعاهای گمراه‌کننده و نقض حقوق مالکیت فکری برند پرهیز کنند. کسب‌وکارها باید خطوط قرمز محتوایی، شیوه استفاده از برند و محدوده ادعاها را مکتوب کنند تا ریسک نقض قوانین کاهش یابد.

شرایط تسویه و زمان‌بندی پرداخت کمیسیون

حداقل واریزی، تقویم پرداخت و نحوه برخورد با مرجوعی و لغو سفارش در پنل افیلیت دیجی کالا اعلام می‌شود و ممکن است تغییر کند.

افشاجاری همکاری و شفافیت به مخاطب

هر محتوا باید شامل جمله‌ای شفاف درباره وجود لینک افیلیت باشد. این شفافیت اعتماد مخاطب را افزایش می‌دهد و از نظر پلتفرم‌ها و استانداردهای اخلاقی ضروری است.

نکات طلایی برای افزایش چند برابری درآمد

انتخاب دقیق نیچ و محصولات پرفروش

افیلیت‌ها باید به‌سراغ دسته‌های با تقاضای پایدار و حاشیه سود مناسب بروند و ترکیبی از محتوای همیشه‌سبز و مناسبتی تولید کنند.

ایجاد اعتماد و ارائه ارزش واقعی

افیلیت‌ها باید تجربه دست‌اول، عکس اختصاصی و ویدئوهای کوتاه فراهم کنند و نقاط ضعف را صادقانه بیان کنند. کسب‌وکارها باید نقد واقعی محصول را تشویق کنند، زیرا صداقت، نرخ تبدیل بلندمدت را بهبود می‌دهد.

مزایا و معایب همکاری در فروش با دیجی کالا

اعتبار برند، تنوع بی‌رقیب کالا و گزارش‌دهی ساختاریافته دیجی کالا باعث می‌شود جذب و تبدیل ساده‌تر اتفاق بیفتد. برای افیلیت‌ها این یعنی نرخ تبدیل بالقوه بهتر

چالش‌ها و محدودیت‌ها

رقابت روی بعضی محصولات شدید است و سیاست‌های کمیسیون ممکن است تغییر کند. افیلیت‌ها باید به صورت مستمر مزیت رقابتی محتوایی ایجاد کنند.

دریافت PDF

دانلود PDF

پی دی اف این مقاله را می‌توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

مهدی زارع / کارشناس سئو

محتوای نویسی یعنی انتقال تجربه‌های ارزشمند به مخاطب؛ من مهدی زارع از طرف تیم اوج سعی می‌کنم بهترین‌ها را برای شما ارائه دهم. بازخورد و نظرات مثبت شما برای من خیلی مهم است، پس از اظهار آن دریغ نکنید.



نظرات کاربران

دیدگاهتان را بنویسید

ایمیل

نام

دیدگاه *

☐ ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می‌نویسم.

فستادن دیدگاه

اشتراک گذاری

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

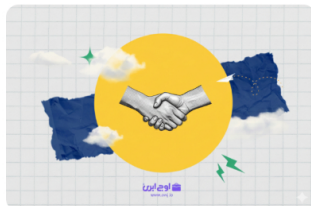
مقالات پیشنهادی



باشگاه مشتریان ۶ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن‌هایی که با رقابت زیاد روبه‌رو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی‌های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حلی برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه‌ی پاداش‌های متنوع تلاش می‌کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه‌های ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

نقش امتیازات و سطح‌بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار ...



با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

مآزول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستگیرب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲
معاملات	آژانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	ویدیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۱۳۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی	چيست CRM	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام مآزول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	

Copyright ۲۰۲۰-۲۰۲۵ © تمامی حقوق و طرح قالب متعلق به شرکت داده پردازی آموته می‌باشد - شهریور ماه - ۱۴۰۴ (۱.۱.۸)

