

MATERIAŁY DLA PARTNERÓW ZPP



ZŁOTY
PROGRAM
PARTNERSKI

PODREČZNIK

PARTNERA



działaj skutecznie!

**ZARABIAJ
Z NAMI!**

Data: 15.09.2008

Darmowa publikacja, dostarczona przez
ZloteMysli.pl

Tytuł: Podręcznik Partnera

Autorzy: Aneta Styńska, Marek Buraczyński, Marta Chłodnicka, Marcin Wróbel,
Michał Dziurdzik, Wojciech Spytek

Za pomoc w przygotowaniu podręcznika serdecznie dziękujemy:

[Annie Grabce](#) i [Barbarze Buraczyńskiej](#)

oraz Partnerom: Arkadiuszowi Czapli, Krzysztofowi Lisowi,

Arkadiuszowi Podlaskimu, Sebastianowi Schabowskiemu,
Tomaszowi Urbanowi i Maklerowi

Korekta: Anna Popis-Witkowska

Skład: Anna Popis-Witkowska

Niniejsza publikacja może być kopiowana oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

Dystrybucja w Internecie, za zgodą Autorów

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli Sp. z o. o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
<u>1. ŻŁOTY PROGRAM PARTNERSKI – PODSTAWOWA WIEDZA, BY ZACZAĆ ZARABIAĆ</u>	10
1.1. Czym jest Żłoty Program Partnerski?	10
1.2. Nasze gwarancje – Twoje bezpieczeństwo	12
1.3. Co jest potrzebne, aby zacząć?	14
1.4. Produkty w Żłotym Programie	16
1.4.1. Czym są ebooki?	16
1.4.2. Czym są audiobooki?	18
1.4.3. Czym są szkolenia?	18
1.4.4. Czym jest zarabianie dzięki poleconym?	19
1.5. Grupa docelowa	20
1.5.1. Co to jest grupa docelowa?	20
1.5.2. Typowi odbiorcy produktów Żłotych Myśli	23
1.5.3. Badanie poprawności wyboru grupy docelowej – CTR, CR	24
1.5.4. Wybierz produkt dla grupy... czy odwrotnie?	27
1.5.5. Żłota zasada	28
1.6. Od czego zacząć?	28
<u>2. ILE I JAK MOŻESZ ZAROBIĆ?</u>	31
2.2. Uniwersalna zasada w każdym biznesie	32
2.3. Prowizje, czyli Twoje pieniądze	34
2.3.1. Kiedy i za co dostajesz prowizję?	34
2.3.2. Przypisywanie prowizji ze sprzedaży na Twoje konto	35
2.4. Linki partnerskie i zasada ich działania	37
2.5. Sposób obliczania prowizji	39
2.5.1. Prowizja bezpośrednia	39
2.5.2. Pierwszy Partner i wieczna prowizja	40
2.5.3. Twoja drużyna Partnerów i prowizja drugiego poziomu	42
2.5.4. Maksymalna prowizja	43
2.6. Jak dbamy o Twoją prowizję?	43
<u>3. POZNAJ PANEL PARTNERA</u>	45
3.1. Twój Panel Partnera (stara wersja)	45
3.1.1. Logowanie	46
3.1.2. Narzędzia	47
3.1.3. Jak zarabiać?	50
3.1.4. Statystyki	52
3.1.5. Wyплаты	54

<u>3.1.6. Mój profil</u>	54
<u>3.1.7. FAQ</u>	55
<u>3.2. Wykorzystaj możliwości nowego Panelu Partnera</u>	55
<u>3.2.1. Statystyki</u>	56
<u>3.2.2. Generator</u>	61
<u>3.2.3. Narzędzia</u>	62
<u>3.2.4. Pomoc</u>	65
<u>4. SKUTECZNE ZARABIANIE</u>	67
<u>4.1. Najprostsze metody zarabiania</u>	67
<u>4.1.1. Znajomi — ktoś ich nie ma?</u>	67
<u>4.1.2. Opisy w komunikatorach</u>	68
<u>4.1.3. Wykorzystaj siłę podpisów w e-mailach</u>	69
<u>4.1.4. Podpisy na forach dyskusyjnych</u>	73
<u>4.2. Artykuły do publikacji</u>	77
<u>4.2.1. Jak zarabiać w ZPP na pisaniu artykułów?</u>	77
<u>4.2.2. Jak przygotować artykuł do dalszego przedruku?</u>	79
<u>5. ZARABIANIE DZIĘKI STRONOM WWW</u>	84
<u>5.1. Dlaczego własna strona WWW?</u>	84
<u>5.2. I Ty możesz zaistnieć w Sieci</u>	86
<u>5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony</u>	89
<u>5.3.1. Gdzie założyć bloga?</u>	89
<u>5.3.2. Gdzie założyć stronę tematyczną?</u>	91
<u>5.3.3. Gdzie założyć forum dyskusyjne?</u>	92
<u>5.3.4. Na co zwracać uwagę, wybierając miejsce na własną stronę?</u>	94
<u>5.4. Bardziej zaawansowane sposoby tworzenia strony</u>	99
<u>5.4.1. Kreatory stron internetowych</u>	100
<u>5.4.2. Systemy zarządzania treścią (CMS)</u>	101
<u>5.5. Stwórz popularną stronę</u>	104
<u>5.5.1. O czym najlepiej zrobić własną stronę?</u>	104
<u>5.5.2. Jak stworzyć dobrą stronę?</u>	108
<u>5.6. Jak osiągać duże dochody dzięki stronom?</u>	115
<u>5.6.1. Zarabiaj dzięki stronom tematycznym i blogom</u>	115
<u>5.6.2. Zarabiaj dzięki własnemu forum</u>	119
<u>5.6.3. Zarabiaj na ministranach</u>	121
<u>5.7. Promowanie własnej strony</u>	122
<u>5.7.1. Reklamuj się za darmo</u>	123
<u>5.7.2. Płatne metody promocji strony</u>	128
<u>5.7.3. Pozycjonowanie strony</u>	129
<u>6. ZAAWANSOWANE SPOSOBY PROMOCJI</u>	133

<u>6.1. Jak wykorzystać kampanie w promocji?</u>	133
<u>6.2. Wykorzystanie płatnych form reklamy</u>	136
<u>6.2.1. Jaką reklamę wybrać?</u>	137
<u>6.2.2. Jak na tym nie stracić?</u>	139
<u>6.2.3. Korzyści i zagrożenia wynikające z wykorzystania płatnej reklamy</u>	144
<u>6.3. Indywidualna oferta reklamowa</u>	145
<u>6.4. Jak pisać teksty, które sprzedają, czyli krótki kurs copywritingu</u>	146
<u>6.5. Jak formułować treść odnośników,</u>	150
<u>6.6. Kurs mailowy</u>	152
<u>6.6.1. Tworzenie kursu mailowego</u>	153
<u>6.6.2. Wykorzystaj kurs mailowy w skutecznej promocji i sprzedaży</u>	155
<u>6.7. Dane w formacie XML</u>	156
<u>6.8. Płatne narzędzia polecane przez twórców ZPP</u>	160
<u>7. ALLEGRO</u>	161
<u>7.1. Strona „O mnie”, czyli oszczędność Twojego czasu</u>	166
<u>7.2. Bonusy i gratisy dodawane do aukcji z książkami na Allegro</u>	180
<u>7.3. Kontakt z klientem, komentarze i kultura osobista</u>	187
<u>7.4. Dlaczego warto wspominać na aukcji o 10-dniowej gwarancji?</u>	189
<u>7.5. Opinie o książkach</u>	190
<u>7.6. Aukcja — jak przygotować zachęcającą do kupna aukcję,</u>	192
<u>7.7. Szablon aukcji Partnera ZM</u>	201
<u>8. STUDIUM PRZYPADKU, CZYLI UCZ SIĘ OD NAJLEPSZYCH</u> ..	214
<u>8.1. Najlepsi odpowiadają na pytania</u>	214
<u>8.1.1. Pierwsze poważne pieniądze</u>	215
<u>8.1.2. Sekret sukcesu</u>	216
<u>8.1.3. Jak zarabiać więcej niż inni?</u>	217
<u>8.1.4. Promocja nie musi być droga</u>	219
<u>8.1.5. Praktyczne techniki zwiększające sprzedaż</u>	220
<u>8.1.6. Udoskonalanie ofert</u>	221
<u>8.1.7. Współpraca z innymi stronami WWW</u>	222
<u>8.1.8. Pozycjonowanie</u>	223
<u>8.1.9. Ile naprawdę można zarobić w programach partnerskich?</u>	224
<u>8.2. Rady od Najlepszych dla Początkujących Partnerów</u>	225
<u>8.2.1. Zbuduj swój serwis, a potem pomyśl o zarabianiu</u>	226
<u>8.2.2. 3840 zł miesięcznie z programów partnerskich?</u>	228
<u>9. ŹRÓDŁA DODATKOWEJ WIEDZY</u>	231
<u>9.1. Forum ZPP</u>	231
<u>9.1.1. Czytanie postów to zbieranie dodatkowego doświadczenia</u>	232

<u>9.1.2. Konstruktwna krytyka pomoże Ci zwiększyć sprzedaż</u>	235
<u>10. FAQ</u>	
<u>– WYBÓR NAJCZĘŚCIEJ ZADAWANYCH PYTAŃ</u>	240
<u>10.1. Konto Partnera</u>	240
<u>10.1.1. Rejestracja</u>	240
<u>10.1.2. Obsługa konta</u>	241
<u>10.1.3. Naruszanie Regulaminu</u>	242
<u>10.2. Zarabianie w Złotym Programie Partnerskim</u>	243
<u>10.2.1. Linki partnerskie</u>	243
<u>10.2.2. Przypisywanie Klientów i Partnerów</u>	244
<u>10.2.3. Prowizje</u>	245
<u>10.3. Umowy oraz system wypłat</u>	247
<u>10.3.1. Informacje ogólne</u>	247
<u>10.3.2. Umowa partnerska</u>	248
<u>10.3.3. Wypłata prowizji</u>	250
<u>10.3.4. Rachunki</u>	252
<u>10.3.5. Rozliczenia z Partnerem-Firmą</u>	253
<u>10.3.6. Podatki</u>	254
<u>10.4. Inne pytania</u>	255
<u>10.4.1. Sprzedaż bezpośrednia produktów Wydawnictwa Złote Myśli</u>	255
<u>10.4.2. Inne</u>	256
<u>MINISŁOWNIK</u>	259
<u>***</u>	266

Wstęp

Z dnia na dzień rośnie liczba osób posiadających dostęp do Internetu, który jest źródłem wiedzy i tanim narzędziem komunikacji. Zapewne sam korzystasz z tych dobrodziejstw współczesnej techniki.

Jednakże są tacy, dla których Internet jest przede wszystkim źródłem dochodów.

Zapytasz dlaczego? Odpowiedź jest prosta:

Internet to nieograniczone możliwości zarabiania pieniędzy!

Internet w dzisiejszych czasach daje niesamowite możliwości zarabiania pieniędzy, ponieważ umożliwia dotarcie do ogromnej liczby ludzi — przez 24 godziny na dobę i 7 dni w tygodniu oraz z prawie każdego miejsca na ziemi — praktycznie bez żadnych ograniczeń!

Wiele osób, wykorzystując te walory Internetu, zarabia krocie. Również Ty możesz dołączyć do ich grona i uzyskać **niezależność finansową**. To naprawdę jest możliwe, a my oferujemy Ci swoje wsparcie.

Zanim jednak przejdziemy do szczegółów — pomyśl sobie, jak wspaniale byłoby codziennie samemu decydować o tym, ile czasu poświęcasz na pracę.

Czy nie cudowna jest perspektywa pracy bez żadnych ograniczeń ze strony szefa?!

Chcesz być swoim nowym szefem — Internet daje Ci taką możliwość!

Gdy zaczynasz przygodę z programami partnerskimi, sam stajesz się swoim szefem. Decydujesz, co będziesz robił, i sam wyznaczasz sobie czas pracy. Ponadto możesz zrobić sobie przerwę zawsze wtedy, gdy tylko masz na to ochotę.

Musisz także wiedzieć, że jest to działalność w sektorze gospodarki, który obecnie rozwija się bardzo szybko i dynamicznie. Dzięki temu możesz mieć pewność, że przy Twoim zaangażowaniu będziesz mógł zarobić naprawdę poważne sumy. Szczególnie w Polsce masz duże szanse stać się **liderem na rynku**, który wciąż jest w początkowej fazie rozwoju. Im szybciej zaczniesz, tym lepsza będzie Twoja pozycja i bliższa perspektywa wysokich zarobków.

Jeśli nie masz pieniędzy, to na pewno ucieszy Cię też wiadomość, że założenie internetowego biznesu jest całkowicie darmowe. Nie musisz posiadać gotówki ani brać kredytów. Więcej — to nic Cię nie kosztuje.

Ten biznes jest za darmo!

Uczestnictwo w większości takich programów jest całkowicie darmowe. A więc i Ty możesz przyłączyć się, rozkręcić swój własny e-biznes i w konsekwencji zarabiać. Najważniejsze jest to, że absolutnie każdy, wykorzystując dobrodziejstwa Internetu, może to zrobić. Wystarczy tylko mieć **wiedzę i umiejętności**, o których dowiesz się po części z tego podręcznika.

Przedstawimy Ci także możliwości przyspieszenia zarabiania wymagające wkładu finansowego, ale nie musisz z nich korzystać. Sam zdecydujesz, czy chcesz zacząć bez żadnego kapitału, czy może jed-

nak wolisz zainwestować, aby zapewnić sobie lepszy start — to Twoja decyzja. My postaramy się przedstawić Ci sposób zarabiania niewymagający inwestycji na wstępie, gdyż każdy może zarabiać w programach partnerskich bez zainwestowania nawet jednej złotówki. Takie są fakty!

Zarabianie w programach partnerskich jest łatwe, a nawet jeszcze prostsze. Nie trzeba mieć żadnego specjalnego wykształcenia czy wrodzonego talentu.

To jest proste — zarabiać może każdy!

Nie wierzysz?! Możesz przekonać się o tym, czytając dalej.

Na pierwszy etap drogi do Twojego sukcesu przygotowaliśmy dla Ciebie właśnie ten podręcznik, który ma Ci pomóc w rozpoczęciu zarabiania dużych pieniędzy.

Milej lektury.

1. Złoty Program Partnerski — podstawowa wiedza, by zacząć zarabiać

Jak już wiesz ze wstępu, w programach partnerskich możesz łatwo zarabiać, ale potrzebujesz wiedzy. Ten rozdział dostarczy Ci podstawowych informacji na temat naszego Złotego Programu Partnerskiego i pozwoli poznać główne zasady rządzące e-biznesem. Stąd też w tym rozdziale przeczytasz o tym, czym jest Złoty Program Partnerski (ZPP). Dowiesz się, co jest Ci niezbędne, abyś mógł zacząć z nami zarabiać. Poznasz produkty naszego Wydawnictwa i ich walory.

Ponadto przedstawimy Ci typowych odbiorców naszych publikacji i pokażemy, jak możesz skutecznie ich pozyskiwać. Po przeczytaniu tego rozdziału na pewno będziesz wiedział, od czego masz zacząć.

Zaczynamy.

1.1. Czym jest Złoty Program Partnerski?

Na początek przedstawimy Ci nasz Złoty Program Partnerski (ZPP). W największym skrócie — ZPP jest to system, dzięki któremu kilkanaście tysięcy osób (tylu mamy już Partnerów, a ta liczba stale rośnie) zarabia na promowaniu elektronicznych publikacji, szkoleń oraz innych produktów, które są dostępne w ofercie Wydawnictwa Złote Myśli.

Organizatorem Programu i stroną umów podpisywanych z Partnerami jest prowadząca Wydawnictwo spółka Złote Myśli sp. z o.o. Ist-

1.1. Czym jest Złoty Program Partnerski?

niejemy od 2004 roku i przez cały czas regularnie wypłacamy Partnerom należne pieniądze, więc nie musisz się niczego obawiać.

Zależy nam na tym, aby wszyscy byli zadowoleni!

Po pierwsze: Klienci dokonujący zakupu i otrzymujący produkt najwyższej jakości.

Po drugie: Autorzy dostarczający nam wartościowych tekstów do publikacji i otrzymujący prowizję autorską.

I po trzecie, a właściwie przede wszystkim: **chcemy, abyś zadowolony był Ty jako Partner promujący nasze produkty**. To bez Ciebie Klient nie dowie się o produkcie i go nie kupi, a Autor nie dostanie za ten zakup swojej prowizji.

Dlatego zawsze robimy wszystko, abyś mógł otrzymywać jak największe prowizje. Co więcej — to właśnie Tobie i innym Partnerom dajemy największą część kwoty zapłaconej nam przez Klienta. Postanowiliśmy dzielić się pieniędzmi w taki sposób, że Autor zarabia u nas 25%, dla siebie zostawiamy niecałe 30%, a dla Ciebie i Twojego polecającego rezerwujemy znacznie więcej, bo prawie 50%.

Takie są fakty — u nas Partnerzy dostają lwią część zarobków i tak będzie zawsze, ponieważ ten program został stworzony z myślą o Partnerach!

Zapamiętaj!

Tym, co wyróżnia Złoty Program Partnerski spośród innych PP, których coraz więcej pojawia się na naszym polskim podwórku, są:

- wysokie prowizje,
- pasywny dochód (wieczna prowizja i prowizja drugiego poziomu),

1.1. Czym jest Złoty Program Partnerski?

- wysokiej jakości produkty, które dobrze się sprzedają,
- mocne zaplecze marketingowe (statystyki, materiały, narzędzia),
- poważne, biznesowe podejście do Partnera,
- wsparcie edukacyjne i szkoleniowe.

Bogacenie się z nami można najprościej określić w trzech słowach:

- lekko,
- łatwo,
- przyjemnie!

Czyż to nie brzmi zachęcająco?!

1.2. Nasze gwarancje – Twoje bezpieczeństwo

Gwarancja 100% uczciwości i legalności współpracy

Po zarejestrowaniu się w Złotym Programie Partnerskim wypełniasz specjalny formularz z Twoimi danymi. Gdy tylko zarobisz wystarczająco dużo (tj. Twoje zarobki przekroczą 50 zł), system wygeneruje dla Ciebie umowę i rachunek do podpisania. Podpiszesz je i odeślesz do nas w dwóch egzemplarzach, my zaś niezwłocznie odeślemy Ci Twój egzemplarz i prześlemy pieniądze.

Ty masz umowę, która gwarantuje Ci wypłatę zarobionych pieniędzy. My mamy zadowolonego Partnera, który zarabia i wie na pewno, że dostanie zarobione pieniądze.

Stabilność i bezpieczeństwo techniczne

Złote Myśli obsługiwane są przez stabilne, sprawdzone [serwery](#) i szybkie łącza — i dlatego gwarantujemy Ci dostęp do Twoich statystyk i narzędzi przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu.

Twoje dane i statystyki są zawsze bezpieczne — dostęp do nich zabezpieczamy 128-bitowym certyfikatem SSL. Dzięki temu masz pewność, że do Twoich danych masz dostęp tylko Ty (i nasi księgowi, którzy muszą przecież wypłacić Ci zarobione pieniądze). Nigdy i pod żadnym pozorem nie udostępniamy tych danych nikomu z zewnątrz.

Uczciwość i zaufanie w obie strony

Dajemy Ci gwarancję bezpiecznej, pewnej i długoterminowej współpracy, zabezpieczonej pisemną umową i naszym słowem honoru.

Udostępniamy Ci materiały szkoleniowe, dzięki którym możesz zarabiać coraz więcej i więcej.

Wynagradzamy Cię za Twój wkład pracy — prowizje od sprzedaży naszych produktów są bardzo wysokie. Jesteśmy dumni ze Złotego Programu i naszych Partnerów.

Tej samej uczciwości oczekujemy od Ciebie. Nie tolerujemy cwaniactwa i łamania Regulaminu — jeśli któryś „partner” zrobi coś, co zaszkodzi innym Partnerom lub dobremu imieniu Złotych Myśli, natychmiast pożegnamy się z taką osobą.

Nasza polityka antyspamowa — WAŻNE!

NIE tolerujemy wysyłania spamu, czyli niezamówionej informacji handlowej. Nienawidzimy spamu jako użytkownicy Internetu i osoby chcące robić w Sieci uczciwy, etyczny biznes.

NIE wysyłaj e-maili promujących nasze ebooki do osób, które nie wyraziły zgody na otrzymywanie takich wiadomości od Ciebie.

NIE umieszczaj tekstów promocyjnych na grupach dyskusyjnych (na większości grup jest to wyraźnie zabronione w regulaminach).

W świetle obowiązującego w Polsce prawa rozsyłanie spamu podlega karze w wysokości nawet 5000 zł. Naszą karą jest zawsze — bez wyjątków — natychmiastowe i bezwarunkowe wykluczenie spamera ze Złotego Programu.

NIE spamuj. Nigdy. Spam jest nielegalny, nieetyczny i przede wszystkim — żałośnie nieskuteczny.

1.3. Co jest potrzebne, aby zacząć?

Każdy biznes wymaga na „dzień dobry” inwestycji. Zwykle musisz mieć pieniądze, żeby móc zatrudnić pracowników, uruchomić produkcję, wynająć biuro i tak dalej, i tak dalej. Rzecz w tym, że w Złotym Programie tylko **my** ponosimy te koszty.

Ty, aby zacząć, musisz założyć **całkowicie za darmo** konto w Złotym Programie Partnerskim, a następnie zainwestować trochę swojego czasu.

Dokładnie tak — bez inwestycji liczonej w czasie się nie obejdzie.

To biznes, nie totolotek.

1.3. Co jest potrzebne, aby zacząć?

Zainwestuj tyle czasu, ile możesz. Nie rzucaj swojej normalnej, codziennej pracy. Nie zaniedbuj rodziny i znajomych (choć możesz ich zarazić swoim entuzjazmem i wciągnąć do współpracy).

Nie śpij krócej niż normalnie. Za to wygospodaruj trochę czasu, który możesz wykorzystać lepiej. Zrezygnuj z oglądania telewizji. Poświęć trochę mniej czasu grom komputerowym.

Na początku najlepszą inwestycją dla Twojego czasu jest nauka!

Przeczytaj do końca ten podręcznik. Czytaj artykuły związane z [e-marketingiem](#), przede wszystkim partnerskim. Naucz się podstaw tworzenia stron WWW. Zaczynaj się udzielać na grupach/forach dyskusyjnych. Rób wszystko, żeby poczuć się lepiej w temacie programów partnerskich i marketingu partnerskiego.

Ucz się i się nie poddawaj. Wiele osób, zapisując się do programów partnerskich, ma dużo dobrych intencji, ambicję i chęć rozwoju. To idealne cechy, aby zostać Superpartnerem. Jednak aby przyniosły one świetne wyniki, muszą być poparte sumienną pracą oraz wiedzą. Musisz mieć świadomość, że jak się nie pracuje, to się nie zarabia. Aby zacząć skutecznie pracować, musisz mieć wiedzę, więc od początku poważnie podejdź do nauki.

I jeszcze jedno: e-marketing nie jest skomplikowany. Jego zasady są naprawdę przejrzyste — niedługo będziesz zaskoczony tym, jakie to wszystko logiczne i powiązane ze sobą.

Ale najpierw opanuj podstawy!

1.3. Co jest potrzebne, aby zacząć?

W dalszej części tego podręcznika nauczymy Cię, jak skutecznie zarabiać w programach partnerskich (nie tylko w Złotym Programie, ale we wszystkich). Jeśli poważnie myślisz o dużych zarobkach w Internecie, to wiedza ta będzie dla Ciebie bardzo cenna.

Teraz jednak skupimy się na ZPP i przedstawimy Ci produkty, które możesz oferować.

1.4. Produkty w Złotym Programie

Wydawnictwo Złote Myśli oferuje przede wszystkim ebooki i ich wersje drukowane, czyli książki, oraz audiobooki wraz z wersją na CD. W Złotym Programie Partnerskim możesz także polecać szkolenia znanych trenerów i wykładowców. Zapraszamy Cię do poznania bliżej naszych produktów — pełną ofertę znajdziesz zawsze na stronie <http://zlotemysli.pl>, a tu przedstawimy Ci każdy rodzaj naszych produktów. Wiedza ta będzie dla Ciebie wyjątkowo użyteczna, jeśli zdecydujesz się polecać tylko jeden konkretny rodzaj naszych produktów, np. ebooki.

1.4.1. Czym są ebooki?



Ebook jest w zasadzie zupełnie normalną książką, która została wydana w postaci elektronicznej ([PDF](#)), czyli takiej, którą można przeczytać na ekranie komputerowego monitora bądź na innym sprzęcie przystosowanym do otwierania tego typu plików.

Popularność cyfrowych publikacji nieustannie rośnie!

Dzieje się tak, gdyż ebooki:

- mają nieograniczony nakład i można je łatwo rozpowszechniać;
- można je trzymać na dysku lub, po wydrukowaniu, czytać jak normalną książkę;
- można je kupić z każdego miejsca na ziemi i o każdej porze — ogranicza to tylko dostęp do Internetu;
- każdy może je pisać i wydawać dzięki serwisom takim jak [Złote Myśli](#)!

Ebooki wraz ze zwykłymi papierowymi książkami stale okupują pierwsze miejsce wśród najlepiej sprzedających się produktów w Internecie i właściwie — czemu tu się dziwić?!

Dla Ciebie jako Partnera najważniejszy jest fakt, że takie publikacje po prostu **dobrze się sprzedają**. Również w Polsce, gdyż coraz więcej ludzi przekonuje się do zakupu e-produktów przez Internet.

Mimo że ebooki posiadają wiele zalet, są osoby, które trudno będzie do nich przekonać. Nie tłumacz jednak swoim odbiorcom, jakim fantastycznym produktem jest ebook. Zamiast tego zajmij się konkretnymi tytułami i ich **treścią — nie formą**. Dobra treść obroni się sama i nie ma znaczenia sposób jej podania (który w przypadku ebooków też może być wybitnie atrakcyjny!).

Poza tym większość ebooków, które wydajemy, posiada również **wersję drukowaną**. Zaproponuj ją tym osobom, które wolą trzymać książkę w ręce. Jako alternatywę możesz także przedstawić audiobooka.

1.4.2. Czym są audiobooki?



Audiobook to po prostu ebook, którego można posłuchać, ponieważ tekst został przeczytany przez lektora i nagrany w formacie MP3.

Takie rozwiązanie jest bardzo wygodne, gdyż wystarczy mieć najprostszy odtwarzacz obsługujący format MP3, aby móc słuchać swojej ulubionej książki **w dowolnym miejscu**.

Pomyśl o tym, że możesz założyć słuchawki i włączyć sobie audiobooka w pracy czy w pociągu albo głos lektora może mówić do Ciebie z odtwarzacza w Twoim samochodzie. Ta forma wyróżnia się prawie całkowitym brakiem ograniczeń. Nie absorbuje Twojego czasu i **pozwała na robienie kilku rzeczy na raz**.

Dodatkowo wybrane tytuły można zamawiać na specjalnej płycie CD — jest to doskonała opcja dla osób, które chcą mieć pewność, że nie stracą swoich ulubionych audiobooków. Wszak płyty to doskonały sposób na **archiwizację** ważnych danych! Promując taką wersję, nie zapomnij podkreślać tej zalety.

1.4.3. Czym są szkolenia?

Szkolenie to 100% wiedzy, która pochodzi od najlepszych wykładowców. Może ono mieć postać kursu przez Internet lub spotkania z trenerem w określonym miejscu i czasie. Wiele osób już uzyskało pomoc w rozwiązywaniu swoich problemów dzięki szkoleniom tematycznym — pomyśl, ilu Twoich znajomych jej jeszcze potrzebuje!

U nas możesz znaleźć **propozycje z różnych dziedzin** (takich jak rozwój osobisty, motywacja, przedsiębiorczość czy e-biznes) oraz w różnej formie (zarówno on-line, jak i stacjonarne). Może jest też coś dla Ciebie?! Jako że jesteś naszym Partnerem, załatwiliśmy Ci coś specjalnego — każde szkolenie, które reklamujemy, jest dla Ciebie dużo tańsze!

Dodatkowo możesz promować szkolenia znajdujące się w naszej ofercie (ich spis znajdziesz na stronie <http://www.zlotemysli.pl/trainings.html>) i uzyskać bardzo duże prowizje z ich sprzedaży!

Pamiętaj, że szkolenia to jedna z najlepszych metod zdobywania nowej wiedzy, a my **prezentujemy tylko te sprawdzone**. Daje to gwarancję, że każdy Uczestnik będzie zadowolony! Możesz więc je śmiało promować, nawet nie znając osobiście człowieka, który dane szkolenie poprowadzi.

1.4.4. Czym jest zarabianie dzięki poleconym?

Oprócz typowych produktów mamy także dwa „specjalne produkty”, które także możesz polecać i również na tym zarobisz. Te „specjalne produkty” to Złoty Program Partnerski oraz [Złoty Klub](#). Możesz werbować nowych Klientów do Złotego Klubu oraz nowych Partnerów do ZPP.

Zasada jest taka, że gdy Klient zarejestruje się z Twojego polecenia w Złotym Klubie, to otrzymujesz **prowizję od każdego zakupu**, jakiego dokona ze swojego konta.

Natomiast w przypadku pozyskiwania nowych Partnerów budujesz swój drugi poziom i otrzymujesz **do 20% zarobków** od każdego, kto zarejestruje się w ZPP z Twojego polecenia.

Niekiedy bardziej będzie Ci się opłacało namawiać daną osobę do zostania Partnerem niż do kupienia czegoś.

O tym, jak podejmować decyzje dotyczące tego, co polecić danej osobie lub grupie, dowiesz się już z kolejnego podrozdziału.

1.5. Grupa docelowa — dobierz odpowiedni produkt do odpowiedniej osoby

Na pewno znasz upodobania swoich bliskich i wiesz, że np. Twój brat nigdy nie wybierze się na szkolenie o inwestowaniu w nieruchomości, a Twoja babcia nie kupi audiobooka. Proponowanie im tego nie ma więc sensu.

Podobnie możesz przewidzieć zachowania swoich znajomych czy też gości swojego serwisu. W tym podrozdziale podpowiemy Ci, jak podzielić tych ludzi na grupy i jak poszukiwać produktów, którymi dana grupa może być zainteresowana.

1.5.1. Co to jest grupa docelowa?

Grupa docelowa to po prostu grupa ludzi, którzy mogą być zainteresowani zakupem polecanego przez Ciebie produktu — i dlatego warto im go zaoferować.

Najprostszy sposób definiowania grupy polega na określeniu kryteriów społeczno-demograficznych, które spełnia jej przedstawiciel.

1.5. Grupa docelowa

Będziemy więc brali tu pod uwagę takie cechy, jak: wiek, płeć, wykształcenie, miejsce zamieszkania, liczba dzieci, dochód czy stan posiadania.

Przykład

Za grupy docelowe wyodrębnione na podstawie kryteriów społeczno-demograficznych możemy uznać następujące grupy:

1. mężczyźni w wieku 20-30 lat;
2. kobiety z dwójką dzieci, mieszkające na wsi;
3. osoby z wyższym wykształceniem i dochodami powyżej 300 000 złotych rocznie.

Tak zdefiniowane grupy mogą jednak mieścić w sobie osoby bardzo różniące się od siebie pod względem potrzeb i zainteresowań, stąd też obecnie popularniejsze jest **określanie grup na podstawie zachowania**, a nie cech społeczno-demograficznych.

Przykład

Za grupy docelowe wyodrębnione na podstawie zachowania możemy uznać następujące grupy:

1. właściciele stron poświęconych wychowaniu dzieci;
2. osoby lubiące obstawiać wyniki meczów piłkarskich;
3. autorzy blogów internetowych, którzy chcą na nich zarabiać;
4. osoby lubiące jeść frytki;
5. uczestnicy zlotów właścicieli motocykli marki Harley-Davidson.

1.5. Grupa docelowa

Dopiero dla tak zdefiniowanej grupy opisujemy cechy typowego przedstawiciela i ustalamy, co taką osobę może zaciekać, **jakie produkty możemy zaproponować** danej osobie oraz jakich argumentów użyć, aby przekonać ją do zakupu.

Przykład

Wybermy sobie grupę „osoby lubiące obstawiać wyniki meczów piłkarskich”. Jej typowym przedstawicielem może być „mężczyzna, w wieku 35 lat, żonaty, dwójka dzieci, pracuje, zarabia 1500 zł netto, więc typowanie spotkań jest dla niego źródłem dodatkowych dochodów (ale także powodem kłótni z żoną), mieszka w mieście, od 15 lat ma prawo jazdy i jeździ starym samochodem”.

Na podstawie tego opisu możemy ustalić, że temu typowemu przedstawicielowi danej grupy docelowej możemy zaproponować nie tylko ebooka [„Stań się postrachem bukmacherów”](#) i inne poświęcone zakładom bukmacherskim, ale także [„Tanią jazdę samochodem”](#) oraz [„Dekalog myślącego kierowcy”](#).

Widzimy również, że jego problemem jest brak pieniędzy, więc zapewne na jego wyobraźnię podziała perspektywa zaoszczędzenia pieniędzy dzięki książce „Tania jazda samochodem”. Najprawdopodobniej jednak nie zechce kupić ebooka „Dekalog myślącego kierowcy”, gdy będziemy go przekonywać, że jest on po prostu stworzony dla świeżo upieczonych kierowców.

Podobnie możemy szukać grup docelowych dla danego tytułu, aby wiedzieć, kto może być nim zainteresowany, a w czym przypadku próba zaoferowania go będzie najprawdopodobniej tylko stratą czasu (oraz ewentualnie pieniędzy).

Przykład

Dla ebooka „[Dekalog myślącego kierowcy](#)” dobrymi grupami docelowymi będą:

Kierowcy, którzy mieli już kiedyś wypadek (do nich bardzo mocno przemówi argument o bezpiecznej jeździe; nie na darmo mówi się, że „mądry Polak po szkodzie”).

Świeżo upieczeni kierowcy (nowy samochód, brak doświadczenia... cała masa obaw o siebie, współpasażerów i swój samochód czyni z nich dobrą grupę docelową).

Kierowcy z rodziną (nawet jeśli nie martwią się zbyt o siebie, to jest prawdopodobne, że strach o bezpieczeństwo rodziny spędza im sen z powiek).

Kobiety-kierowcy (bez żadnego szowinizmu — kobiety są dużo bardziej uważne i czułe na punkcie bezpieczeństwa).

Właściwie określając nawet tylko jedną grupę docelową tylko dla jednego produktu z naszej oferty i polecając go we właściwy sposób osobom z tej grupy, znacznie zwiększysz swoje szanse na sprzedaż. To tak naprawdę więcej niż połowa sukcesu i ogromny krok w kierunku poważnych pieniędzy. A pomyśl, co się stanie, gdy dojdiesz do wprawy i będziesz zawsze dobrze torować :)

1.5.2. Typowi odbiorcy produktów Złotych Myśli

Naszej firmie przyświeca hasło „Blżej Sukcesu”, dlatego wszystkie produkty, jakie oferujemy, mają pomagać odbiorcy w zrealizowaniu marzeń!

1.5. Grupa docelowa

Staramy się, aby nasza oferta była tak elastyczna, by każdy mógł wybrać coś dla siebie, ale oczywiście znajdą się osoby, które będą zainteresowane większą liczbą pozycji z naszego katalogu i to na dotarciu do tych osób najbardziej powinno Ci zależeć.

Typowi odbiorcy naszych produktów to ludzie aktywni, którzy mają w życiu ambitne cele i poszukują informacji ułatwiających im odnalezienie właściwej drogi życiowej — bardzo staramy się, aby nasze produkty spełniły swoje zadanie, jakim jest dostarczenie wiedzy i skuteczna pomoc.

Mamy bardzo dużo publikacji, które możesz oferować kilku różnym grupom docelowym, do których masz możliwość dotarcia. Zwróć jednak uwagę na to, że niektórych produktów nie sprzedasz w każdej grupie, ponieważ będą one skierowane tylko do konkretnych ludzi, dlatego zawsze najpierw zapoznaj się z produktem i ustal, gdzie i komu najlepiej go sprzedawać.

1.5.3. Badanie poprawności wyboru grupy docelowej — CTR, CR

Gdy wybierzesz grupę docelową i zaczniesz wśród niej promować daną publikację, możesz zbadać słuszność swojego wyboru. Do sprawdzenia poprawności wyboru grupy docelowej dla danego produktu oraz skuteczności argumentów, którymi przekonujesz członków tej grupy do zakupu, możesz wykorzystać wskaźniki CTR oraz CR.

CTR to skrót od angielskiego *Click-Through Rate*. Oznacza on wyrażoną najczęściej w procentach liczbę osób, które zostały przekonane przez Ciebie do określonego zachowania (np. wejścia z Twojego polecenia na nasze strony). Aby obliczyć CTR, dzielimy przez siebie liczbę osób, które kliknęły w Twój link i przeszły na naszą stronę, oraz

1.5. Grupa docelowa

liczbę osób, które do tego namawiałeś, a potem uzyskany wynik mnożymy przez 100%.

CR natomiast to skrót od angielskiego *Conversion Rate*. U nas pod tym pojęciem będziemy rozumieć wyrażoną w procentach liczbę osób, które po przekierowaniu dokonały zakupu. Aby obliczyć wartość CR, musisz podzielić przez siebie liczbę osób, które coś kupią z Twojego polecenia, oraz liczbę wszystkich osób, które nakłoniłeś do przejścia na nasze strony i zapoznania się z ofertą.

Pokażemy Ci, jak to działa, po raz kolejny na przykładzie ebooka [„Dekalog myślącego kierowcy”](#).

Przykład

Zakładamy, że na swojej stronie, którą odwiedzają kierowcy (Twoja grupa docelowa), zamieściłeś dobrą recenzję ebooka [„Dekalog myślącego kierowcy”](#), a na jej końcu umieściłeś odnośnik do strony Wydawnictwa Złote Myśli i zachętę do kupienia tego ebooka.

Jeśli więc Twoją recenzję przeczytało 100 osób (czyli 100 osób próbowałeś namówić do zakupu), a 15 kliknęło w link, to Twój wskaźnik CTR wynosi 15%. Obliczyliśmy go, dzieląc liczbę kliknięć (15) przez liczbę osób czytających (100) i mnożąc wynik przez 100%:

$$\text{CTR} = (15 / 100) \times 100\% = 0,15 \times 100\% \text{ — czyli właśnie } 15\%.$$

Załóżmy teraz dalej, że spośród tych 15 osób tylko jedna osoba dokonała zakupu tego ebooka.

1.5. Grupa docelowa

Oznacza to, że Twój wskaźnik CR wynosi 6,67%. Obliczyliśmy go, dzieląc liczbę zakupów (1) przez liczbę kliknięć w link na Twojej stronie (15) i mnożąc wynik przez 100%:

$$CR = 1 / 15 \times 100\% = 0,0667 \times 100\% \text{ — czyli właśnie } 6,67\%.$$

Na pewno po zapoznaniu się z powyższym przykładem już rozumiesz, że Twoim celem jest osiągnięcie jak największego wskaźnika CTR, bo to oznacza, że wielu czytelników Twojej recenzji lub innej reklamy zainteresuje się polecaną przez Ciebie publikacją. Jeszcze lepiej jednak jest mieć bardzo wysoki CR, gdyż wtedy wielu spośród zaciekawionych przez Ciebie Klientów kupuje i Ty dużo zarabiasz.

Dobrze dobrana grupa docelowa charakteryzuje się właśnie wysokim odsetkiem osób, które dokonają zakupu (czyli wysokim wskaźnikiem CR). Pamiętaj jednak, że **Twój sukces zależy nie tylko od dopasowania produktu do odbiorców, ale także od sposobu przedstawienia oferty.**

Przykład

Pisząc recenzję ebooka [„Dekalog myślącego kierowcy”](#), możesz skupić się na pochwałach autora i podkreślać jego „precyzję wypowiedzi i umiejętność wyrażania myśli słowem”. Jednakże w ten sposób do kliknięcia w odnośnik przekonasz co najwyżej miłośników poprawnej polszczyzny. Oczywiście wśród kierowców zdarzają się również poloniści, ale **Twój tekst ma przekonać przede wszystkim typowego przedstawiciela danej grupy docelowej.** To typowych odbiorców jest najwięcej, więc Twoja recenzja musi trafiać właśnie do nich. Stąd też w tekście musisz zgrabnie podkreślać korzyści, jakie oni uzyskają z nabycia prezentowanego ebooka.

Jeśli Twój tekst promujący nie będzie wystarczająco zachęcający dla grupy docelowej, nie masz szans na wysoki poziom CTR — ludzie nie będą klikali w link, który im podsuniesz. Dla Ciebie będzie to znak, że musisz lepiej poznać potrzeby tych osób i od nowa przygotować treść skierowanej do nich reklamy. O tym, jak tworzyć skuteczne teksty oraz formułować linki w taki sposób, aby zwiększyć swoje wskaźniki CTR i CR oraz zarobki, dowiesz się z [rozdziału 6](#).

Niestety, w przypadku złego dobrania grupy docelowej dla produktu nawet przy doskonałych tekstach promocyjnych otrzymasz niskie wskaźniki. Będą one dla Ciebie sygnałem, że powinieneś zaproponować danej grupie inny produkt lub trzymać się danego produktu, ale zaoferować go innej grupie.

1.5.4. Wybierz produkt dla grupy... czy odwrotnie?

No właśnie. Czy lepiej najpierw znaleźć i dobrze poznać grupę docelową, a potem wybrać dla niej produkt (ebooka, audiobooka, szkolenie) — czy może odwrotnie: mając wybrany produkt, poszukać dla niego grupy docelowej?

Odpowiedź zależy od tego, jakie podejście do współpracy w ramach Złotego Programu Partnerskiego wybierzesz.

Jeśli będzie to [przedsprzedaż](#) w tematycznym serwisie WWW — zawsze szukaj produktu dla odbiorców, których już masz.

Ale jeśli postawisz na [ministrony](#) lub reklamę, sprawa wygląda inaczej. Ministronę budujesz dla konkretnego produktu. [Kampanię reklamową](#) — niezależnie od jej wielkości, kosztów i rozmachu — również.

Wspólna cecha wszystkich trzech technik? Musisz **dobrze** znać grupę docelową. Kropka. Bez tego nie będzie efektów.

1.5.5. Złota zasada

To właśnie posiadanie wiedzy o tym, jakie produkty najlepiej jest zaoferować danej grupie, jest kolejną tajemnicą sukcesu. Jeśli mielibyśmy w jednym zdaniu ująć całą istotę skutecznej współpracy w Złotym Programie, to „złote” zdanie brzmiałoby:

Kieruj jak najwięcej ODPOWIEDNICH ludzi przez Twoje linki partnerskie do ODPOWIEDNICH stron!

Zainteresowani produktem ludzie będą pojawiali się na forach dyskusyjnych, na stronach WWW oraz na [listach mailingowych](#). Wystarczy, że ich odnajdziesz i przekonasz do zakupu. Czas więc brać się do pracy.

1.6. Od czego zacząć?

Aby zacząć zarabiać, **musisz poznać produkt, który promujesz**. Jeśli nic nie wiesz o danym tytule, nie możesz zastosować „złotej zasady”, bo nie wiesz, kto może być zainteresowany jego zakupem. Po prostu nie możesz znaleźć odpowiedniej grupy docelowej, nie mając informacji o produkcie i jego merytorycznej wartości.

Najlepiej byłoby więc, gdybyś przeczytał ebooka, wysłuchał audiobooka czy wybrał się na szkolenie. Nie chodzi nam jednak o naciąganie Cię na zakup i wydarcie od Ciebie pieniędzy. Ty na tym masz **zarabiać**, a nie płacić nam za coś, czego nie potrzebujesz. Jeśli więc zdecydujesz się na początek coś kupić, to niech będzie to produkt,

1.6. Od czego zacząć?

który i tak zamierzałeś kupić. Gdy go poznasz i będziesz zadowolony, szczerze go polecaj, gdyż Twoja opinia, jako osoby, która osobiście coś przetestowała, ma wielką moc. Ta moc pozwoli Ci przekonać do zakupu wiele osób — a każdy Twój Klient to pieniądze dla Ciebie.

Poza tym — nawet jeśli na początek kupisz kilka ebooków czy wybierzesz się na szkolenie, to i tak nie wyczerpie to całej naszej oferty — będzie wiele produktów, których nie znasz, i staniesz przed pytaniem:

Jak poznać produkt, nie kupując go?

Tu wychodzimy Ci naprzeciw. Większość naszych ebooków ma darmowy fragment oraz — uwaga — opinie osób, które je już przeczytały. **Opinie** te oraz **fragmenty** możesz wykorzystać na dwa sposoby:

1. Po pierwsze — na ich podstawie poznasz produkt i określisz cechy jego grupy docelowej. Pozwoli Ci to wybrać, czy lepiej będzie go polecać np. na swojej stronie o budowie silnika i nie wspominać o nim w serwisie o rysowaniu na szkle, czy odwrotnie. Na tej podstawie możesz też zdecydować, że powiesz o ebooku wujkowi Krzyśkowi, ale cioci Krysi już nie, bo ona na pewno nie będzie nim zainteresowana.
2. Po drugie — będziesz mógł te darmowe fragmenty oraz opinie pokazywać wujkowi Krzyśkowi, aby łatwiej uwierzył, że to właśnie to, czego potrzebuje. Oczywiście możesz je również umieszczać na swojej stronie, aby przekonywać do zakupu odwiedzających.

Czytając choćby darmowy fragment, poznasz produkt i znajomość jego treści pozwoli Ci polecać go skuteczniej. Jeśli natomiast będziesz promował coś, o czym nic nie wiesz, możesz popełnić wiele błędów.

1.6. Od czego zacząć?

Największym błędem jest zmyślanie. Zapamiętaj: promując — **nie kłam**. Nigdy. Mówiąc brutalnie — nie wciskaj ludziom kitu. Jeśli masz stałą grupę odbiorców (czytelników) i stosujesz przedsprzedaż, to kłamstwo jest pewnym sposobem na zniszczenie zaufania społeczności do Ciebie — na zawsze.

Nawet w przypadku „bezosobowej” reklamy nie kłam. Zniszczysz w ten sposób zaufanie odbiorców do osób, które publikują tę reklamę („Aaa, to tutaj zobaczyłem reklamę, która mnie oszukała...”), nie mówiąc już o reputacji Złotych Myśli.

Szkodząc nam — szkodzisz sobie!

Produkty, które sprzedajemy w Złotych Myślach, są wysokiej jakości — są po prostu **dobre**. Ich zalety w zupełności wystarczą do skutecznego polecenia — szczególnie że masz do dyspozycji spory zestaw narzędzi marketingowych, o których przeczytasz w dalszej części tego podręcznika.

2. Ile i jak możesz zarobić?

Już wiesz, że musisz zacząć od poświęcenia czasu na naukę o e-biznesie oraz na poznanie naszych produktów — i pewnie zastanawiasz się teraz, czy Ci się to opłaci. W tym rozdziale wyjaśnimy Ci więc, ile możesz maksymalnie zarobić, oraz przedstawimy uniwersalną zasadę. Dowiesz się również wszystkiego o prowizjach oraz o tym, jak dbamy o to, aby naliczać Ci zawsze najwyższe możliwe kwoty.

2.1. Jaka jest górna granica zarobków?

Odpowiedź na to chyba najczęściej zadawane pytanie jest prosta — zarobisz dokładnie tyle, ile wysiłku, pracy i zaangażowania włożysz we współpracę z nami. Jeśli naprawdę przyłożysz się do promowania naszych ebooków, audiobooków i szkoleń wśród swoich odbiorców, jeśli będziesz zdobywał, porządkował i stosował w praktyce wiedzę o współpracy w Złotym Programie, to **czekają na Ciebie duże pieniądze**.

Nie może być inaczej!

Oto konkretne informacje: kilkaset złotych miesięczne jest całkowicie realnym zyskiem dla początkującego Partnera. Oczywiście im dłużej siedzisz w tym biznesie, tym więcej jesteś w stanie zarobić. Najlepsi Partnerzy zarabiają po kilka tysięcy złotych!

W Złotym Programie Partnerskim nie ma czegoś takiego, jak górna granica zarobków!

Ty sam ją ustalasz poprzez swoje zaangażowanie i działanie w ZPP.

Nie musisz być ekspertem od [e-marketingu](#), żeby na początku zdobyć kilku Klientów dziennie. Nie trzeba lat doświadczenia, żeby codziennie nakłonić kilka osób do zakupu dobrych produktów przynoszących konkretne korzyści.

To wszystko jest w zasięgu Twoich możliwości!

Liczy się tylko konsekwencja w działaniu, dążenie do obranych celów i systematyczna praca. To właśnie systematyczność jest najważniejszym czynnikiem pozwalającym odnieść sukces.

2.2. Uniwersalna zasada w każdym biznesie

Oprócz systematyczności ważne są jeszcze cztery inne czynniki.

Chcielibyśmy przedstawić Ci uniwersalną zasadę, którą możesz zastosować dla każdego biznesu. Sprawdza się ona świetnie również w programach partnerskich.

Brzmi ona następująco:

$$\begin{array}{c} \textbf{Zaangażowanie} \\ + \\ \textbf{Wytrwałość} \\ + \\ \textbf{Systematyczność} \\ + \\ \textbf{Wiedza} \\ + \\ \textbf{Pasja} \\ = \\ \textbf{SUKCES} \end{array}$$

Zaangażowanie: bo jeśli chcesz poważnych pieniędzy, musisz przyłożyć się do współpracy.

Wytrwałość: bo musisz przetrwać te momenty rezygnacji i zwątpienia, które pojawią się po drodze.

Systematyczność: bo dążyć do celu powinienś krok po kroku, dzień po dniu, tydzień po tygodniu.

Wiedza: bo tylko dzięki niej będziesz umiał zamieniać Twój wkład czasu i pracy na pieniądze.

Pasja: bo musisz naprawdę polubić to, na czym chcesz zarobić poważne pieniądze.

Złoty Program (i wszystkie poważne programy partnerskie) to taki rodzaj biznesu, w którym obydwie strony (czyli Ty i my) zyskują jednocześnie!

Bo jeśli Ty zarabiasz, zarabiamy i my. Jeśli Ty zarabiasz dużo, my też. Dlatego bardzo **zależy nam na tym, żebyś zarabiał jak najwięcej**. Co ciekawe, popatrz na ten prosty wykres:



Sam odpowiedz, czy to nie wygląda obiecująco? Wyraźnie widać, że im więcej czasu i pracy poświęcisz na współpracę ze Złotym Programem Partnerskim, tym szybciej będą rosły Twoje zyski! W końcu zobaczysz, że ten sam wkład pracy owocuje dla Ciebie coraz większymi dochodami (końcowy fragment czerwonej paraboli).

To nie tylko możliwe, ale też zupełnie naturalne. Na tym polega istota pasywnego dochodu — wiecznej prowizji i prowizji drugiego poziomu.

2.3. Prowizje, czyli Twoje pieniądze

W poprzednim podrozdziale wspomnieliśmy o dwóch typach prowizji budujących Twój pasywny dochód. Czas więc, abyś dowiedział się o trzeciej — i poznał szczegółowe zasady ich naliczania.

2.3.1. Kiedy i za co dostajesz prowizję?

W Złotym Programie Partnerskim mamy trzy rodzaje prowizji.

Za każdym razem, gdy Klient dokonuje zakupu z Twojego polecenia, otrzymujesz **prowizję bezpośrednią**.

Jeśli kupującym jest osoba, dla której jest to pierwszy zakup lub która w przeszłości pierwszego zakupu dokonała z Twojego polecenia — naliczamy Ci **prowizję wieczną**.

Jeśli natomiast zarobi coś jeden z Partnerów, którzy przystąpili do Złotego Programu z Twojego polecenia, otrzymujesz **prowizję drugiego poziomu**.

UWAGA! Wszystkie prowizje obliczane są od cen netto. Spowodowane jest to koniecznością odprowadzania przez nas podatku VAT. Aby obliczyć cenę netto, najlepiej skorzystać ze wzoru:

$$(\text{cena sprzedaży}) / 1,22 = \text{cena netto}$$

I to od ceny netto będzie teraz obliczana prowizja.

Przykład

Jeżeli ebook kosztuje 19,97 zł to jego cena netto wynosi 16,37 zł, gdyż:

$$19,97 \text{ zł} / 1,22 = 16,37 \text{ zł}$$

— i dlatego to właśnie od kwoty 16,37 zł otrzymasz prowizję.

Więcej informacji o sposobie obliczania każdego z tych rodzajów prowizji znajdziesz w dalszej części tego rozdziału — teraz jeszcze opiszemy Ci warunki, które muszą być spełnione, aby prowizja została naliczona na Twoje konto.

2.3.2. Przypisywanie prowizji ze sprzedaży na Twoje konto

W przypadku **prowizji bezpośredniej** nasz system przypisze ją na Twoje konto na podstawie Twojego unikalnego [identyfikatora \(ID\)](#), który będzie się znajdował w pliku [cookies](#) na dysku Klienta. Gdy jakaś osoba wchodzi na nasze strony przez Twój [link partnerski](#), nasz system na początek sprawdza obecność Twojego cookies na jej dysku i jeśli go nie ma lub jest ciasteczko innego Partnera, zawsze próbuje zapisać Twoje i dzięki temu późniejsze zakupy są uznawane za dokonane z Twojego polecenia.

Prowizja wieczna jest przypisywana do Twojego konta na podstawie zapisanej w naszej bazie informacji o tym, że osoba posługująca się danym adresem e-mail zarejestrowała się w [Złotym Klubie](#) lub dokonała pierwszego zakupu z Twojego polecenia.

Podsumowując: Jeśli Klient dokona zakupu, mając Twoje cookies na dysku, naliczana jest Ci prowizja bezpośrednia. Jeśli będzie to jego pierwszy zakup, zostanie on również przypisany na stałe do Ciebie i od tego oraz ewentualnych kolejnych jego zakupów otrzymasz prowizję wieczną.

Uwaga!

Nie możesz być jednocześnie Klientem i Partnerem!

Nie kupuj przez swoje linki, gdyż nie naliczymy Ci prowizji za taki zakup — prowizja od Twoich zakupów zawsze należy się osobie, która poleciła Ci nasze Wydawnictwo.

Prowizję z drugiego poziomu otrzymasz natomiast zawsze w momencie, gdy polecony przez Ciebie Partner coś sprzeda. Pojawienie się na jego koncie nowej prowizji bezpośredniej lub wiecznej spowoduje automatyczne naliczenie Ci **prowizji drugiego poziomu**.

Gdy tworzyliśmy Złoty Program w 2003 roku, chcieliśmy, aby był on najlepszy w Polsce — i udało nam się. Chcemy utrzymać tę pozycję i dlatego codziennie pracujemy tak, aby każdy Partner mógł cieszyć się dużymi zyskami. Jesteśmy dumni, gdy spoglądamy na statystyki i widzimy, że kolejny człowiek zdobył niezależność finansową dzięki profitom z naszego programu.

Niekiedy jednak zdarzają się sytuacje, że nasz system nie jest w stanie naliczyć prowizji. Na szczęście ma to miejsce wyłącznie w przypadkach, gdy Klient ma wyłączoną obsługę plików cookies w swojej przeglądarce internetowej, co zdarza się naprawdę rzadko. Jeśli więc

podasz Klientowi poprawny link, to prowizja również zostanie naliczona poprawnie (o tym, jak stworzyć i gdzie znaleźć poprawne linki, przeczytasz już w następnym podrozdziale).

2.4. Linki partnerskie i zasada ich działania

Linki partnerskie to takie, które zawierają w sobie niepowtarzalną Twoją Nazwę. Na podstawie jej obecności nasz system ma możliwość naliczenia Ci prowizji. Oto przykład linku partnerskiego:

Przykład

<http://zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/>

Zasada działania poprawnego linku partnerskiego

Internauta wchodzi przez link partnerski zawierający w sobie Twoją Nazwę na odpowiednią stronę Złotych Myśli i — jak już wiesz — w tym momencie na jego dysku jest zapisywany plik cookies z Twoim ID. Po zapisaniu się cookies Twoja Nazwa znika z linku, ale informacja o Tobie jako polecającym pozostaje w komputerze potencjalnego Klienta. Dzięki temu jego przyszłe zakupy zostaną zidentyfikowane przez nasz system jako dokonane z Twojego polecenia.

To po prostu idealny system, stworzony do efektywnego zarabiania!

Twoja Nazwa jest widoczna tylko w momencie klikania w link — później znika i Klient nie ma już pokusy usunięcia jej z linku i odebrania Ci Twojej prowizji.

Możesz tworzyć własne linki partnerskie do prawie wszystkich podstron serwisu Wydawnictwa Złote Myśli (<http://zlotemysli.pl>), ale

powinieneś przede wszystkim skupić się na promowaniu konkretnych tytułów, gdyż każdy produkt jest skierowany do innych osób, a polecając danej osobie wszystko, w praktyce nie polecasz jej niczego.

Zachęcamy Cię więc do podawania linków do konkretnych tytułów oraz wybranych szkoleń. W każdym przypadku dajemy Ci do wyboru **dwa typy linków** prowadzących do stron, na których produkt jest prezentowany w nieco inny sposób.

Pierwszą formą są tzw. **strony ofertowe**, gdzie uwaga Klienta skupiona jest wyłącznie na tym jednym produkcie. Druga forma to tzw. **strony sklepowe** — w tym przypadku Klient widzi także tytuły innych naszych publikacji i może zamiast polecanego przez Ciebie produktu kupić sobie coś innego. Kliknij w linki prowadzące do obydwu typów stron w poniższym przykładzie i zobacz różnicę.

Przykład

Dla ebooka „[365 dni do sukcesu](#)” Twój link partnerski do strony ofertowej tego ebooka będzie wyglądał następująco:

<http://skuteczny-agent.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/>

Natomiast Twój link partnerski do strony sklepowej tego ebooka to:

<http://zlotemysli.pl/Twoja-Nazwa,1/publication/show/6403/365-dni-do-sukcesu.html>

Pamiętaj, że aby otrzymać prowizję bezpośrednią, musisz podawać poprawny link partnerski. Najlepiej więc będzie, gdy takich linków

nie będziesz tworzyć samodzielnie, ale je po prostu skopiujesz. **Gotowe linki partnerskie** już z unikalną [Twoją Nazwą](#) znajdziesz w sekcji [Narzędzia](#) w Nowym Panelu Partnera. Wystarczy, że na umieszczonej tam liście tytułów odnajdziesz interesującą Cię publikację i pobierzesz linki gotowe do użycia! Więcej na ten temat Panelu Partnera znajdziesz w [rozdziale 3](#).

2.5. Sposób obliczania prowizji

Wiesz już, jakie prowizje mamy w naszym Złotym Programie Partnerskim oraz kiedy są one naliczane. Wiesz również, że prowizje te zawsze liczymy od kwoty netto. Czas więc, abyśmy Ci wyjaśnili, jak dokładnie się je oblicza.

2.5.1. Prowizja bezpośrednia

Prowizja bezpośrednia jest podstawą Twoich zarobków — na niej możesz zarobić najwięcej i jeśli będziesz działać w Złotym Programie aktywnie, będziesz ją otrzymywał najczęściej.

Dla ebooków i audiobooków wynosi ona dokładnie 25% ceny netto zapłaconej za dany produkt. Taką samą kwotę (czyli liczoną od ceny ebooka lub audiobooka) otrzymasz również od wersji drukowanych ebooków oraz od audiobooków na CD. Nie liczymy tu prowizji od ceny książki czy płyty, ale od ceny jej cyfrowego odpowiednika, ponieważ różnica pomiędzy tymi cenami to koszt wyprodukowania (druk, okładka, wysyłka) wersji drukowanych oraz płyt CD, a cenę ustalamy w taki sposób, aby pokrywała tylko ten koszt.

Przykład

Klient kupuje ebooka o wartości brutto 24,40 zł — czyli 20 zł netto. Jeśli nie skorzysta on z żadnych rabatów i za ebooka zapłaci 20 zł netto, to Twoja prowizja bezpośrednia wyniesie 5 zł, gdyż:

$$20 \text{ zł} \times 25\% = 5 \text{ zł}$$

Podobnie gdy Klient ten zdecyduje się na zakup wersji drukowanej tego ebooka za 29,90 zł, otrzymasz również 5 złotych, gdyż różnica pomiędzy ceną książki (29,90 zł) a ceną ebooka (24,40 zł) to koszt wydruku i wysyłki, od którego nie naliczamy prowizji. Przy naliczaniu prowizji koszty te będziemy zawsze odejmować od kwoty zapłaconej przez Klienta.

Prowizja dla szkoleń jest zróżnicowana i dlatego informacja o tym, ile zarobisz, polecając dane szkolenie, jest zawsze podawana w momencie wprowadzania go do sprzedaży.

2.5.2. Pierwszy Partner i wieczna prowizja

Jeśli polecisz nam Klienta, który nie ma jeszcze zapisanego żadnego partnerskiego [cookie](#) (identyfikatora) — a więc jesteś pierwszym Partnerem, który go poleca — stajesz się Pierwszym Partnerem dla tego Klienta.

Jako Pierwszy Partner masz specjalny przywilej — Twoje cookies są wieczne, co oznacza, że jeżeli, polecony przez Ciebie Klient dokona później jakiegoś zakupu i w dalszym ciągu będzie miał Twój identyfikator na dysku, to otrzymasz od jego zakupów prowizję bezpośrednią i wieczną (dla ebooków i audiobooków będzie to w sumie aż 40% ceny netto).

Naliczana Ci jako Pierwszemu Partnerowi wieczna prowizja jest „wieczna” nie tylko z nazwy — naprawdę masz ją już na zawsze! Klient, który swojego pierwszego zakupu dokona dzięki Tobie, będzie odtąd Twoim stałym źródłem dochodu i wieczną prowizję otrzymasz od każdego jego zakupu — także dokonanego z polecenia innego Partnera nawet pięć, dziesięć i pięćdziesiąt lat później.

Wieczna prowizja to 15% ceny ebooka bądź audiobooka, zaś w przypadku szkoleń jest ustalana indywidualnie dla każdego szkolenia.

Przykład

Gdy dla przywołanego w poprzednim przykładzie Klienta kupującego ebooka o cenie brutto 24,40 zł (czyli 20 zł netto) jesteś Pierwszym Partnerem, to jest on przypisywany do Ciebie w naszej bazie na zawsze.

Jeśli przy zakupie nie skorzysta on już z żadnych rabatów i za ebooka zapłaci 20 zł netto, to Twoja prowizja wieczna wyniesie 3 zł, gdyż:

$$20 \text{ zł} \times 15\% = 3 \text{ zł}$$

i otrzymasz w sumie 8 złotych prowizji (5 zł prowizji bezpośredniej i 3 zł prowizji wiecznej).

Gdy więc w przyszłości zdarzy się sytuacja, że Twoje cookies zostaną zastąpione na dysku Klienta przez identyfikator innego Partnera — i tak zawsze otrzymasz wieczną prowizję. Staramy się jednak zabezpieczyć Twoje pełne prowizje — o tym, jak dbamy o Twój interes, przeczytasz w [podrozdziale 2.6](#).

2.5.3. Twoja drużyna Partnerów i prowizja drugiego poziomu

Istnieją programy partnerskie, w których wynagradza się wyłącznie konkretną sprzedaż. Ale są też i takie, które pozwalają swoim Partnerom budować własne zespoły Partnerów i czerpać zyski również z ich zarobków. Są to programy dwupoziomowe lub wielopoziomowe.

Złoty Program jest dwupoziomowy — jeśli ktoś odwiedzi nas przez Twój [link partnerski](#) i przystąpi do Programu, zostanie zapisany „pod Tobą”.

Od tej pory będziesz otrzymywał do 20% od zarobków tego Partnera.

Polecanie nowych Partnerów — szczególnie tych naprawdę zainteresowanych i aktywnych — może Ci się bardzo opłacić.

Bardzo ważne:

Potęę drugiego poziomu mogą w pełni wykorzystać tylko ci Partnerzy, którzy są aktywni bezpośrednio.

Chcemy być wobec Ciebie i innych Partnerów uczciwi — i dlatego nie możemy rozdawać równie dużych pieniędzy tym, którzy najpierw budują drugi poziom, a potem siedzą z założonymi rękami.

Aby zarobić **pełne 20% prowizji z drugiego poziomu**, musisz w danym miesiącu aktywnie „sprzedać” więcej niż 2 produkty Złotych Myśli.

Jeśli dzięki Twojej aktywności sprzedamy w danym miesiącu przykładowo 3 ebooki (czyli więcej niż wymagane 2 sztuki) — otrzymasz pełną prowizję z drugiego poziomu (20% od zarobków poleconych Partnerów).

Jeśli dzięki Tobie sprzedamy 1 albo 2 ebooki, audiobooki lub szkolenia, otrzymasz **15% od zarobków Partnerów**.

Jeśli w danym miesiącu nie będziesz aktywny i nic nie „sprzedasz”, to otrzymasz tylko **10% od zarobków Partnerów**.

Trzy produkty miesięcznie to naprawdę niewiele. Jeśli podejdziesz do Złotego Programu poważnie, nie będziesz miał problemu z wyrobieniem tej „normy” i będziesz w stanie otrzymywać pełną 20% prowizję z Twojego drugiego poziomu.

2.5.4. Maksymalna prowizja

Prowizje w Złotym Programie Partnerskim są bardzo wysokie — chcemy dać Ci zarobić tyle, abyś miał pewność, że warto z nami współpracować!

U nas prowizja bezpośrednia i wieczna sumują się do 40% (25% prowizji bezpośredniej + 15% prowizji wiecznej). To znacznie więcej niż w innych programach partnerskich, gdzie całkowita kwota prowizji to czasami mniej niż 20%!

Zapamiętaj! Twoja prowizja może sięgać nawet 40%!

2.6. Jak dbamy o Twoją prowizję?

Bardzo zależy nam na tym, żebyś mógł zawsze dostawać najwyższą możliwą kwotę!

Dlatego jeśli od danego Klienta masz zagwarantowaną wieczną prowizję (gdyż dokonał pierwszego zakupu dzięki Tobie), to dostajesz od nas jeszcze jeden bonus — w każdej ofercie, e-mailu itp., które wysy-

2.6. Jak dbamy o Twoją prowizję?

łamy do „Twojego” Klienta, automatycznie umieszczamy Twoje [linki partnerskie](#)!

Dzięki temu Twoje cookie może się szybko odnowić, a Ty możesz otrzymywać 25% prowizji bezpośredniej (+ 15% wiecznej) tak często, jak to tylko możliwe.

A jeśli Klient dokona później jakiegoś zakupu, przechodząc przez link innego Partnera?

Powtórzmy to jeszcze raz:

I tak otrzymujesz gwarantowane 15% wiecznej prowizji, a we wszystkich ofertach umieszczamy Twoje linki partnerskie, więc Twoje cookie wkrótce powróci na dysk Klienta i znów będziesz miał szansę na pełne 40% prowizji.

3. Poznaj Panel Partnera

Z poprzedniego rozdziału dowiedziałeś się już, ile i jak możesz zarobić, uczestnicząc w Złotym Programie Partnerskim. Teraz przyszedł czas na przedstawienie Ci narzędzi, które przygotowaliśmy, aby zarabianie było jeszcze prostsze. W tym rozdziale poznasz wszystkie funkcje Twojego Panelu Partnera — a dokładniej dwóch: starego i nowego. Ponieważ przez cały czas staramy się dawać Ci jak najlepsze narzędzia, zdecydowaliśmy się na stworzenie nowego, lepszego Panelu. W związku z tym w okresie przejściowym niektóre narzędzia znajdziesz w „starym Panelu” dostępnym pod adresem <http://pp.zlotemysli.pl>, a inne w nadal rozwijanym, aby jeszcze lepiej mógł sprostać Twoim wymaganiom, „nowym Panelu” — <http://zpp.zlotemysli.pl>.

Czytaj dalej, a dowiesz się, jak możesz wykorzystać swój Panel Partnera, współpracując z nami.

3.1. Twój Panel Partnera (stara wersja)

Opis Twojego Panelu Partnera rozpoczniemy od jego starej wersji, czyli tej znajdującej się obecnie pod adresem <http://pp.zlotemysli.pl>. Jest to Panel Partnera, który stworzyliśmy z myślą o naszych Partnerach już kilka lat temu, stąd też niektóre zastosowane tam rozwiązania są szablonowe. Jednakże to tam uzyskasz bardzo dużo informacji dotyczących przebiegu Twojej dotychczasowej współpracy, dostaniesz darmowe materiały edukacyjne i dodatkowo otrzymasz dostęp do specjalnych narzędzi marketingowych, dzięki którym zarobisz jeszcze więcej w ZPP.

3.1.1. Logowanie

Dostęp do Twojego Panelu Partnera uzyskasz dopiero po zalogowaniu się. Możesz to zrobić w każdej chwili. Wystarczy, że wejdiesz na stronę <http://pp.zlotemysli.pl>, a następnie wpiszesz tam swój login (Twój adres e-mail, który podałeś przy rejestracji) i hasło.

Jeśli zdarzy Ci się zapomnieć swoje hasło, system może wysłać Ci nowe na Twój adres e-mail (musi to być ten sam adres, który jest zapisany w ustawieniach Twojego profilu). Do odzyskania hasła wykorzystaj funkcję „zapomniałem hasła”.

Losowe hasło zmień najlepiej od razu na własne, ale pamiętaj, że nie może ono być zbyt proste — najlepiej, gdy będzie zawierało małe i wielkie litery, cyfry oraz inne znaki. Także w trosce o swoje konto dane do logowania trzymaj zawsze w bezpiecznym miejscu (najlepiej je zapamiętaj).

Bardzo ważne:

Jeśli logujesz się w kafejce internetowej lub innym miejscu, w którym do komputera mają dostęp inni użytkownicy, **zawsze pamiętaj, żeby wylogować się po zakończeniu korzystania z Panelu**. Nie możemy odpowiadać za Twoje ewentualne straty, jeśli o tym zapomnisz.

Po zalogowaniu się zobaczysz Panel, który dla Twojej wygody został podzielony na 6 sekcji tematycznych. Znajdziesz tutaj następujące zakładki:

- **Narzędzia** (czyli Twoje narzędzia partnerskie do promowania ebooków);

3.1. Twój Panel Partnera (stara wersja)

- **Jak zarabiać?** (czyli przydatne materiały, dzięki którym poszerzysz swoją wiedzę na temat skutecznych metod zarabiania w ZPP);
- **Statystyki** (czyli stara wersja statystyk odzwierciedlających skuteczność Twoich działań w ZPP);
- **Wypłaty** (czyli informacje o Twoich prowizjach partnerskich i dokumenty niezbędne do uzyskania wypłaty);
- **Mój profil** (czyli ustawienia Twojego konta i Twoje dane osobowe niezbędne do podpisania umowy z nami);
- **FAQ** (czyli odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania);
- **Wyloguj** (czyli możliwość bezpiecznego opuszczenia Panelu Partnera).

Szczegółowy opis poszczególnych funkcjonalności starego Panelu Partnera znajdziesz poniżej.

3.1.2. Narzędzia

W sekcji [Narzędzia](#) uzyskasz dostęp do materiałów marketingowych i generatora boksów reklamowych oraz przygotowanych specjalnie dla programistów danych w XML (o których zastosowaniu przeczytasz w [podrozdziale 6.7](#). Wykorzystując udostępnione przez nas narzędzia promocyjne, możesz znacznie zwiększyć swoje dochody.

a) Materiały marketingowe

Uwaga! W starym Panelu Partnera znajdują się materiały marketingowe tylko dla ebooków wydanych do końca 2007 roku (w tym ebooków darmowych). Materiały marketingowe dla nowszych publikacji dostępne są wyłącznie w nowym Panelu Partnera. Więcej informacji na ich temat znajdziesz w [podrozdziale 3.2.3](#).

Sekcja starego panelu „Materiały marketingowe” jest podzielona na podstrony odpowiednio dla każdego tytułu ebooka. Znajdziesz w niej informacje na temat tego, *jak promować wybranego ebooka*, poznasz nasze *propozycje grup docelowych* (pamiętasz jeszcze [rozdział 1](#)? :) oraz główne *korzyści z jego zakupu* dla Klienta. Są tutaj również prawdziwe *opinie o ebooku*, napisane przez naszych Klientów, oraz *stopki i podpisy* (sposób ich wykorzystania poznasz w [rozdziale 4](#)). W tym miejscu możesz także pobrać *okładki* do umieszczenia na Twojej stronie czy blogu.

Nie korzystaj ze starego panelu, aby wygenerować darmowy fragment ebooka z Twoimi [linkami partnerskimi](#), gdyż wygenerowany plik będzie zawierał linki w starym formacie. **Fragmenty generuj wyłącznie z nowego panelu.**

Wiedzę zawartą w tej sekcji możesz wykorzystać, aby jeszcze skuteczniej promować ebooki. Dzięki niej **będiesz mógł łatwiej wybrać właściwą grupę docelową** dla publikacji wydanych do końca 2007 lub szybciej znaleźć publikacje odpowiednie dla wybranej wcześniej grupy docelowej. Ponadto zwiększysz swoje szanse na przekonanie Klienta do zakupu, gdyż **pokażesz mu, co może zyskać, kupując danego ebooka**, oraz przedstawisz rekomendacje Klientów, którzy już czerpią korzyści z zakupionych publikacji.

Dla uatrakcyjnienia swojej oferty możesz wykorzystywać również okładki. Ze względu na różne potrzeby Partnerów przygotowaliśmy je w różnych formatach i w dwóch typach (2D i 3D). Okładki 3D (trójwymiarowe) są efektowne i przyciągają uwagę.

Ponieważ jest tu wiele materiałów, których sposoby wykorzystania przedstawimy dopiero w rozdziałach 4 i 5, zachęcamy Cię do odwiedzania tej sekcji w trakcie lektury kolejnych rozdziałów tego podręcznika.

b) Generator boksów reklamowych

Kolejnym narzędziem przygotowanym z myślą o Partnerach posiadających własną stronę WWW czy bloga (jeśli jeszcze nie masz strony, w [podrozdziale 5.3](#) wytłumaczymy Ci, jak ją założyć) jest generator boksów reklamowych, który pozwoli Ci w prosty sposób przygotować reklamę ebooków. Korzystając z tego narzędzia, możesz wybrać rozmiar boksu reklamowego (tak by najlepiej pasował do Twojej strony) i jego typ — boks tekstowy lub graficzny (z okładkami ebooków). Sam decydujesz też, ile ebooków pojawi się na reklamie i z jakiej kategorii one będą. Jeśli zdecydujesz się na wykorzystanie zaawansowanych opcji generatora, dodatkowo będziesz mógł wybrać kolor i wielkość czcionek oraz parametry obramowania. Zawsze możesz zobaczyć podgląd przygotowanego przez siebie boksu, więc nie bój się testować.

Narzędzie to generuje kod źródłowy (skrypt Java), który jest gotowy do skopiowania i umieszczenia w kodzie Twojej strony czy bloga. Gdy zrobisz to poprawnie, to we wskazanym przez Ciebie miejscu będzie wyświetlać się reklama prezentująca — w zależności od wybranych przez Ciebie ustawień — jednego lub kilka ebooków (w postaci okładek albo krótkiego opisu).

c) Dla programistów: dane w XML

W tym miejscu znajdziesz dane o ebookach — w formacie XML. Udostępniamy Ci informacje o ebookach:

- wprowadzonych do sprzedaży,
- promocyjnych, promujących pełne wersje ebooków,
- darmowych, niepromujących ebooków płatnych,
- które są bestsellerami — pierwsze 10 najlepiej sprzedających się w ostatnim miesiącu pozycji,

- które są bestsellerami — pierwsze 10 najlepiej sprzedających się w ostatnim tygodniu pozycji.

Jest to narzędzie dla zaawansowanych Partnerów, potrafiących programować. Więcej na temat możliwości wykorzystania tych danych znajdziesz w [podrozdziale 6.7](#).

Aby przejść do Narzędzi w starym Panelu Partnera, kliknij w poniższy link:

<http://pp.zlotemysli.pl/?c=narzedzia>

3.1.3. Jak zarabiać?

Sekcja „Jak zarabiać?” (a dokładniej: „Jak zacząć aktywnie zarabiać?”) jest sekcją edukacyjną. Stąd też zawiera ona przede wszystkim materiały, dzięki którym poszerzysz swoją wiedzę na temat skutecznych metod zarabiania w Złotym Programie Partnerskim.

Tutaj możesz zapoznać się z dokładną *prezentacją ZPP*, *zapisać się na kurs e-mailowy* dla początkujących Partnerów i *ściągnąć* różne materiały edukacyjne, które umożliwią Ci jeszcze szybsze zdobywanie wiedzy o ZPP.

W sekcji „Jak zarabiać?” swojego Panelu Partnera znajdziesz:

- *ściągawkę*, która opisuje najprostsze kroki, by aktywnie zacząć zarabiać w ZPP;
- najnowszą wersję *podręcznika ZPP* (tego, który właśnie czytasz);
- *odchudzoną wersję ebooka „Zostań SuperPartnerem”*, publikacji przeznaczonej dla wszystkich początkujących Partnerów, napisanej przez wyjadacza w tej dziedzinie, który pokazuje, jak można

3.1. Twój Panel Partnera (stara wersja)

- osiągnąć sukces w tym biznesie (wersję, którą tutaj udostępniamy, możesz pobrać całkowicie za darmo!);
- kurs „Krok po kroku”, który zawiera wiedzę niezbędną dla osób mających po raz pierwszy kontakt z zarabianiem poprzez programy partnerskie (został on napisany przez Anetę Styńską, managera ZPP, która dobrze wie, co należy robić, aby odnieść sukces w programach partnerskich — jej wskazówki i porady pomogą Ci odnaleźć się w świecie e-biznesu!);
 - *informacje o darmowym [autoresponderze](#) „Freebot”* wraz z możliwością zapisania się na „Kurs Automatycznego Zarabiania”, który wyjaśni Ci zasadę obsługi i działanie tego potężnego narzędzia (o kursach mailowych i autoresponderach przeczytasz także w [rozdziale 5](#));
 - *link do forum ZPP*, gdzie możesz o wszystko zapytać i liczyć na odpowiedź;
 - *link do FAQ*, gdzie znajduje się zbiór pytań (wraz z odpowiedziami) najczęściej zadawanych przez Partnerów;
 - *link do Regulaminu ZPP*, który bezwzględnie powinieneś znać;
 - *link do Poradnika [Webmastera](#)* — dla osób, które chcą szybko opanować język HTML, aby móc tworzyć swoje własne strony internetowe.

A wszystko to jest do Twojej dyspozycji całkowicie za darmo!

Chociaż nawet najlepsza edukacja nie zastąpi działania, to warto, żebyś na początku naszej współpracy zapoznał się z materiałami udostępnianymi w tej sekcji. Miłej lektury :)

Klikając w link: <http://pp.zlotemysli.pl/?c=edukacja>, po zalogowaniu się uzyskasz dostęp do bardzo wielu przydatnych narzędzi edukacyjnych i marketingowych — sprawdź koniecznie!

3.1.4. Statystyki

Uwaga! W starym Panelu Partnera znajduje się stara wersja statystyk. Nowa wersja statystyk znajduje się w nowym Panelu Partnera. Więcej informacji na ich temat znajdziesz w [podrozdziale 3.2.1](#).

Sekcja „Statystyki” została stworzona, abyś mógł śledzić skuteczność swoich działań w ZPP. Sprawdzisz tutaj między innymi, ile osób klika w Twoje [linki partnerskie](#) oraz jak to przekłada się na liczbę zamówień złożonych i opłaconych. Dowiesz się również, jaka jest suma Twoich prowizji za wybrany okres i zobaczysz, ile zarobił dla Ciebie w tym czasie Twój drugi poziom. **Takie same informacje, ale aktualizowane na bieżąco, znajdziesz w nowym Panelu Partnera w sekcji „Statystyki”.**

Do statystyk w starym panelu obecnie warto zaglądać tylko po to, aby sprawdzić swoje statystyki do 2007 roku oraz zarobki z drugiego poziomu. Prezentowany tam sposób tworzenia [kampanii](#) jest już nieaktualny.

Statystyki w starym Panelu Partnera umożliwiają wyświetlanie danych z dowolnego okresu i składają się aktualnie z 3 modułów — modułu ogólnego, modułu szczegółowego i modułu kampanii.

a) Moduł ogólny

W module ogólnym wyświetlane są Twoje statystyki ogólne, zawierające takie informacje, jak:

- liczba kliknięć w Twój link partnerski;
- liczba unikalnych wizyt osób, które weszły przez Twój link na stronę Wydawnictwa;
- liczba przejść do formularza zamówienia;
- liczba złożonych zamówień;
- liczba opłaconych zamówień;
- przejścia do formularza zamówienia względem wizyt (dane procentowe);

3.1. Twój Panel Partnera (stara wersja)

- złożone zamówienia względem wizyt (dane procentowe);
- opłacone zamówienia względem wizyt (dane procentowe);
- suma Twoich prowizji za dany okres (wraz z prowizjami z drugiego poziomu);
- suma prowizji z drugiego poziomu;
- liczba osób, które zarejestrowały się z Twojego polecenia w Złotym Klubie;
- liczba osób, które zarejestrowały się z Twojego polecenia w Złotym Programie Partnerskim (Twój drugi poziom).

Dzięki tym informacjom możesz ocenić skuteczność swoich działań.

b) Moduł szczegółowy

W module szczegółowym wyświetlane są statystyki zbiorcze ebooków. Znajdziesz tutaj informacje o liczbie wizyt (visit), złożonych zamówień (order) i zamówień opłaconych (paid) dla wszystkich pozycji wydawniczych. Ponadto dla każdego ebooka obliczone są procentowe wskaźniki stosunku liczby złożonych zamówień do wizyt (order/visit) oraz liczby opłaconych zamówień do wizyt (paid/visit). Wyświetlane dane możesz dowolnie sortować według tytułu, liczby wizyt, liczby złożonych zamówień, liczby opłaconych zamówień oraz według wartości procentowych wskaźników stosunku liczby złożonych zamówień do wizyt oraz liczby opłaconych zamówień do wizyt.

Przygotowane przez nas narzędzia umożliwiają Ci również wyświetlanie statystyk dla wybranego ebooka — wystarczy, że wskażesz ebooka, którego mają dotyczyć dane szczegółowe, i klikniesz „Pokaż statystyki”. Otrzymasz wówczas następujące informacje:

- liczba odsłon strony z ofertą ebooka;
- liczba unikalnych wizyt na stronie z ofertą ebooka;
- liczba przejść do formularza zamówienia;
- liczba złożonych zamówień;
- liczba opłaconych zamówień;
- przejścia do formularza zamówienia względem wizyt (dane procentowe);
- złożone zamówienia względem wizyt (dane procentowe);
- opłacone zamówienia względem wizyt (dane procentowe).

Również w tym przypadku możesz dowolnie wybrać okres, za który chcesz uzyskać dane statystyczne.

c) Moduł kampanii

Moduł kampanii wyświetla Twoje statystyki kampanii reklamowych, które były tworzone w oparciu o starą formę linków partnerskich. Obecnie zalecamy korzystanie z nowych linków partnerskich (prezentowanych w tym podręczniku w [rozdziale 2](#)) i z nowego sposobu tworzenia kampanii. Informacje o skuteczności nowych kampanii marketingowych możesz znaleźć w nowych statystykach znajdujących się w nowym Panelu Partnera.

Statystyki to bardzo przydatne narzędzie, dzięki któremu możesz dowiedzieć się, czy Twoja praca przekłada się na zyski. Korzystaj z nowych statystyk <http://zpp.zlotemysli.pl/stats/>

3.1.5. Wyплаты

Sekcja [Wyплаты](#) została stworzona, abyś mógł sprawdzić stan swoich zarobków i wypłacić pieniądze. Znajdziesz tutaj *informacje o swoich prowizjach partnerskich* za cały bieżący rok w sumie i z podziałem na miesiące. Ponadto dowiesz się, ile pieniędzy zostało już Ci wypłaconych oraz ile pozostaje jeszcze do wypłaty.

Tutaj możesz *generować rachunki i umowy*, dzięki którym zostaną Ci wypłacone prowizje, które zarobiłeś.

Dostęp do sekcji „Wyплаты” jest możliwy wyłącznie wtedy, gdy uzupełnisz swoje dane w sekcji „Mój profil”.

3.1.6. Mój profil

W zakładce [Mój profil](#) możesz modyfikować ustawienia Twojego profilu w Złotym Programie Partnerskim oraz edytować swoje dane osobowe i kontaktowe. Możesz tutaj zmienić swoje hasło do Panelu Partnera i edytować pole „imię”, zmodyfikować ustawienia Twojego profilu na Forum ZPP (czyli dane o Tobie, które będą widoczne dla

innych Użytkowników na forum). W tej sekcji znajduje się również formularz danych i informacji na potrzeby Złotego Programu. Tutaj deklarujesz chęć współpracy jako osoba fizyczna albo firma oraz podajesz dane niezbędne do stworzenia umowy oraz do wypłacenia Ci prowizji (dane osobowe, kontaktowe, adres zameldowania i zamieszkania, obywatelstwo, numer NIP, numer PESEL, numer rachunku bankowego, urząd skarbowy oraz adres Twojej strony WWW czy blo-ga).

3.1.7. FAQ

Sekcja FAQ, czyli Frequently Asked Questions (= najczęściej zadawane pytania) jest stworzona w celu udostępnienia Partnerom Złotego Programu Partnerskiego możliwie najpełniejszych odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania. To jest pierwsze miejsce, w którym możesz szukać odpowiedzi na swoje pytania dotyczące współpracy i zarabiania w Złotym Programie.

Obecnie sekcję tę przenieśliśmy już do nowej wersji Panelu Partnera, która ciągle jest udoskonalana, aby zaspokoić potrzeby nawet najwybredniejszych Partnerów. O wszystkich funkcjach nowego Panelu Partnera przeczytasz w następnym podrozdziale.

3.2. Wykorzystaj możliwości nowego Panelu Partnera

Twój nowy Panel Partnera dostępny jest pod adresem <http://zpp.-zlotemysli.pl>, także tutaj konieczne jest zalogowanie się. **Zaloguj się, używając danych, których używasz podczas logowania się do starego Panelu Partnera** (który opisaliśmy w poprzednim podrozdziale).

Również korzystając z nowego panelu, musisz troszczyć się o bezpieczeństwo udostępnianych tam danych. Stąd też w miejscach, gdzie do komputera mają dostęp inni użytkownicy, **musisz pamiętać, żeby po zakończeniu swojej pracy wylogować się**. Jeśli o tym zapomnisz, my nie możemy odpowiadać za Twoje ewentualne straty.

W nowym Panelu Partnera obecnie znajdziesz 4 następujące zakładki (sekcje):

- **Statystyki** (w których znajdziesz informacje na temat efektywności podejmowanych przez Ciebie działań);
- **Generator** (w którym możesz generować bezpłatne fragmenty naszych publikacji);
- **Narzędzia** (w których znajdują się materiały reklamowe, które możesz wykorzystywać w swoich działaniach promocyjnych);
- **Pomoc** (gdzie znajdziesz odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania — FAQ).

Jeśli chcesz poznać szczegóły na temat tego, co przygotowaliśmy dla Ciebie w poszczególnych sekcjach — czytaj dalej.

3.2.1. Statystyki

Dzięki nowym [Statystykom](#) możesz na bieżąco sprawdzać, czy działania, które podejmujesz, są skuteczne. Dla Twojej wygody zostały one tak przygotowane, abyś mógł szybko (za jednym kliknięciem myszki) uzyskać podgląd wyników swojej pracy:

- z bieżącego dnia (Dziś),
- z dnia poprzedniego (Wczoraj),
- z ostatnich 7 dni,
- z miesiąca aktualnego

— i miesiąca poprzedniego.

Dzięki temu możesz łatwo sprawdzić, czy wzrasta skuteczność Twoich działań — z dnia na dzień czy też z miesiąca na miesiąc.

Nowe statystyki zostały podzielone na 4 sekcje:

- Publikacje,
- Kampanie,
- Zamówienia,
- Rejestracje (ZK).

a) Publikacje

W zakładce „Publikacje” znajdziesz informacje o tym, jakie strony z ofertą zobaczyli Klienci, którzy kliknęli w Twój [link partnerski](#) oraz czy trafili tutaj z jakiejś Twojej [kampanii](#).

Dzięki temu narzędziu możesz dowiedzieć się, kiedy i ile osób z Twojego polecenia było na poszczególnych stronach ofertowych. Ponadto możesz sprawdzić, ile z nich dodało publikację do koszyka, złożyło zamówienie i opłaciło je czy też pobrało darmowy fragment. Dodatkowo dla Twojej wygody możesz sortować wyświetlane w tej sekcji dane według tytułów publikacji (alfabetycznie — A-Z), dat wydania publikacji (nowości) oraz liczby sprzedanych pozycji (sprzedane).

Jeśli przeglądając statystyki, zainteresujesz się wynikami wybranej publikacji, wówczas wystarczy, że klikniesz w jej tytuł na liście. Równie szybko możesz podejrzeć rezultaty wybranej kampanii (o ile je wykorzystujesz) — klikając jej nazwę na liście.

Gdy zaś chcesz szybko przejść do podglądu zamówień (zamówień złożonych lub opłaconych), wystarczy kliknąć „zamówione” lub „opłacone”.

W zakładce „Publikacje” sprawdzisz ogólną liczbę przekierowań z Twojego linku partnerskiego oraz uzyskasz informacje o produktach, które były „w koszyku”, sprawdzisz, z jakiej kampanii pochodziło zamówienie, oraz masz wgląd do informacji o dokonanych zamówieniach.

b) Kampanie — statystyki

W zakładce „Kampanie” uzyskasz informacje o skuteczności prowadzonych przez Ciebie kampanii, o ile tylko wykorzystujesz tę funkcjonalność naszego systemu (jeśli jeszcze tego nie robisz, wróć tu po lekturze [podrozdziału 5.1.](#)).

Statystyki dla danej kampanii uzyskasz, klikając w jej nazwę.

c) Zamówienia

W zakładce zamówienia uzyskasz informacje o wszystkich zamówieniach złożonych przez poleconych przez Ciebie Klientów w wybranym okresie (dzień, tydzień, miesiąc).

Możesz tutaj zobaczyć, czy zamówienie jest już opłacone, poznać jego wartość oraz wysokość prowizji naliczonej lub przewidywanej (w przypadku zamówień nieopłaconych) — zobacz rys. 2.

3.2. Wykorzystaj możliwości nowego Panelu Partnera

Statystyki Generator Narzędzia Pomoc						
Publikacje Kampanie Zamówienia Rejestracja (2<)						
Dzisiaj Wczoraj ostatnich 7 dni sierpień 2008 lipiec 2008						
stan	data/numer	wartość	rabat/PP	naładnosc	prowizja	
	228571-0403200E Z 20C8-08-04	139,91	- CPLV / 3 % - C,00PLN/02P	139,91	podstawa: 00,1 I: 22,53 22,52 II: 13,52 13,51	SZCZEGOL V
	228377-0403200E Z 20C8-08-04	29,90	- CPLV / 3 % - C,00PLN/02P	29,90	podstawa: 24,51 I: 6,13 --,-- II: 3,68 --,--	SZCZEGOL V
	228252-0403200E Z 20C8-08-04	86,97	- CPLV / 3 % - C,00PLN/02P	86,97	podstawa: 54,80 I: 13,72 13,72 II: 8,23 8,23	SZCZEGOL V
	228222-0403200E Z 20C8-08-04	27,00	- CPLV / 3 % - C,00PLN/02P	27,00	podstawa: 22,13 I: 5,53 5,53 II: 3,32 3,32	SZCZEGOL V

suma naliczonych prowizji: **66,83 PLN**

Legenda:

- naliczona prowizja
- należna prowizja
- max. przewidziana prowizja
- zamówienia opłacone

Jeśli chcesz wyświetlić informacje wyłącznie o zamówieniach opłaconych, klikasz w ikonkę oznaczającą opłacone zamówienia — biały znak „\$” na niebieskim tle, zaś w przypadku zamówień nieopłaconych — w biały znak „\$” na szarym tle.

Dodatkowo udostępniamy Ci **szczegółowe informacje na temat każdego zamówienia**, czyli:

- numer zamówienia,
- datę i godzinę złożenia zamówienia,
- kwotę,
- wysokość stałego rabatu Klienta (pomniejszającego kwotę „do zapłaty”),
- liczbę Złotych Punktów wykorzystanych do opłacenia zamówienia,
- kwotę, jaką zapłacono (w przypadku zamówień opłaconych) lub kwotę do zapłaty (w przypadku zamówień nieopłaconych),
- podstawę prowizji (od której zależy wysokość naliczonej Tobie prowizji),
- wykaz publikacji, które zostały zamówione.

Dane te uzyskasz, klikając w link „szczegóły”, znajdujący się przy wybranym przez Ciebie zamówieniu.

d) Rejestracje (ZK)

W zakładce „Rejestracje (ZK)” znajdziesz informację o liczbie osób, które zarejestrowały się w [Złotym Klubie](#) z Twojego polecenia we wskazanym przez Ciebie okresie (dzień, tydzień, miesiąc). **Uzyskasz tutaj także informacje o dacie i godzinie rejestracji nowego Klubowicza oraz o tym, czy potwierdził on już członkostwo w Klubie** (zielona ikonka przy dacie oznacza konto potwierdzone, aktywowane). Niestety, ze względu na konieczność ochrony danych osobowych nie możemy udostępnić Ci więcej informacji o pozyskanym przez Ciebie Kliencie.

Przez cały czas trwają prace nad nowymi statystyki — udoskonalamy je, abyś miał jak największy komfort korzystania z nich. Chcemy stworzyć dla Ciebie takie narzędzie, które będzie dla Ciebie źródłem istotnych informacji i pomoże Ci zarabiać więcej.

Jeśli tylko nauczysz się dobrze odczytywać przedstawiane tutaj dane statystyczne, to uzyskasz wiedzę, która pozwoli Ci na ciągle ulepszanie swoich ofert — a co za tym idzie, będziesz mógł mieć większe zyski ze Złotego Programu Partnerskiego. Będzie to możliwe, gdyż ze statystyk odczytasz, ile osób zostało przekierowanych na strony Złotych Myśli z Twojego polecenia, jakie publikacje cieszą się największym zainteresowaniem, który tekst reklamowy zapewnia największe zyski. Dodatkowo dzięki wykorzystaniu [kampanii](#) możesz zidentyfikować, z której podstrony Twojego serwisu pochodzi przekierowanie czy też która oferta jest najbardziej skuteczna. Wykorzystaj statystyki do zwiększenia swoich dochodów.

3.2.2. Generator

W zakładce [Generator](#) znajdziesz bardzo przydatne narzędzie. Pozwoli Ci ono zarówno na zdobywanie wiedzy niezbędnej do skutecznego zarabiania, jak i na przygotowywanie własnych (zawierających Twoje [linki partnerskie](#)) materiałów promocyjnych.

Tutaj możesz generować darmowe ebooki na temat zarabiania w programach partnerskich, marketingu i reklamy, tworzenia własnej strony WWW itp., które mogą być dla Ciebie podręcznikami. Wykaz tytułów, z którymi naszym zdaniem powinieneś się zapoznać, znajdziesz w [podrozdziale 9.2](#).

Ponadto narzędzie to pozwoli Ci na wygenerowanie darmowych ebooków promocyjnych zawierających Twoje linki partnerskie i informację, przez kogo został dostarczony ebook.

Wygenerowanie darmowego ebooka jest bardzo proste. Wystarczy, że wybierzesz tytuł interesującej Cię publikacji i klikniesz „Wygeneruj PDF”. Wówczas zostanie wygenerowany dla Ciebie wskazany ebook, zawierający Twoje linki partnerskie. Gotowego ebooka będziesz mógł pobrać, wybierając w zakładce „Wygenerowane”.

Darmowego ebooka możesz przesłać e-mailem swoim znajomym (o ile nie mają nic przeciwko), rozdawać swoim subskrybentom czy udostępnić go internautom odwiedzającym Twoją stronę czy bloga. Ponieważ zawiera on Twoje linki partnerskie — osoby, które zainteresują się jego zakupem, zostaną Twoimi Klientami. Możesz więc zarabiać, **rozdając** wartościowe materiały za darmo, gdyż taki ebook może się rozprzestrzeniać jak wirus. Może słyszałeś o skuteczności [marketingu wirusowego](#)? Fantastyczna koncepcja, nie uważasz? No i przy tym bardzo dochodowa.

Jeśli zagadnienia marketingu internetowego — a w szczególności partnerskiego — są dla Ciebie interesujące, zapisz się na nasz darmowy kurs „Marketing partnerski dla zuchwałych!” — <http://pp.zlote-mysli.pl/?c=kurs-marketingpartnerski>

Ale to nie wszystko. Dla bardziej zaawansowanych Partnerów przygotowaliśmy dodatkową funkcjonalność — możliwość dodawania do darmowych ebooków informacji o tym, kto dostarczył ebooka. W ten sposób możesz zrobić sobie darmową reklamę. Wystarczy, że w polu: „Dostarczony przez” wpiszesz nazwę Twojej strony czy bloga, a w polu „Adres WWW” podasz jej adres. Rozdając takie ebooki, nie tylko zdobywasz poleconych Klientów i szansę na wysokie prowizje, ale również nowych odwiedzających Twoją stronę.

W zakładce „Wygenerowane” masz podgląd na publikacje, które już zostały przez Ciebie wygenerowane. Z tego miejsca je także pobierasz.

3.2.3. Narzędzia

W zakładce [Narzędzia](#) znajdziesz materiały marketingowe, które możesz wykorzystać w promocji produktów naszego Wydawnictwa. Są one podzielone na trzy grupy — materiały dotyczące ebooków, audiobooków i szkoleń — więc szybko będziesz mógł odnaleźć te, których właśnie potrzebujesz.

a) Ebooki i audiobooki

W zakładce „Narzędzia” znajdziesz listę tytułów wszystkich ebooków i audiobooków wraz z informacją o materiałach promocyjnych, jakie przygotowaliśmy dla nich. Dla łatwiejszego wyszukiwania publikacji tytuły na liście możesz sortować według alfabetu (domyślnie) lub we-

dług daty wydania. Dla publikacji elektronicznych udostępniamy Ci następujące materiały promocyjne:

- okładki,
- opinie,
- podpisy i stopki,
- linki,
- darmowe fragmenty.

Okładki

Okładki są stworzone dla każdego ebooka i audiobooka — w przypadku publikacji posiadających obie wersje okładki wyglądają tak samo. Obecnie dostępne są one w dwóch typach (2D i 3D) oraz w 4 następujących rozmiarach:

- 600x848 pixeli (2D),
- 152x200 pixeli (2D),
- 82x122 pixeli (2D),
- 179x200 pixeli (3D).

Dzięki temu, że możesz wybrać ten format, który najbardziej Ci odpowiada, nie musisz tracić czasu na własne przeróbki w programie graficznym.

Żeby pobrać wybraną okładkę, wystarczy kliknąć na niej prawym klawiszem myszy i wybrać „Zapisz rysunek jako...”, a następnie pobrany w ten sposób plik umieścić na własnym [serwerze](#).

O tym, jak możesz wykorzystać okładki naszych publikacji do ich promocji, przeczytasz już w [kolejnym rozdziale](#), mówiącym o skutecznym zarabianiu.

Opinie

Dla większości ebooków i audiobooków zebraliśmy opinie (autentyczne!) Klientów o nich. Możesz więc je przejrzeć, skopiować i wykorzystać do promocji naszych publikacji. Ponieważ są to prawdziwe opinie Klientów, którzy już kupili dany produkt, wykorzystując je, możesz skutecznie zachęcać kolejne osoby do zakupu.

Linki

W swoim Panelu Partnera znajdziesz również swoje [linki partnerskie](#) dla wszystkich publikacji elektronicznych. Kopiując je z tego miejsca, będziesz miał pewność, że są one poprawne. W sekcji „Linki” każdej publikacji znajdziesz Twoje linki partnerskie do strony:

- Złotych Myśli,
- ofertowej wybranego ebooka/audiobooka,
- Złotego Programu Partnerskiego,
- [Złotego Klubu](#).

W tym miejscu możesz również wygenerować linki partnerskie z identyfikatorem [kampanii](#). O wykorzystaniu kampanii w badaniu skuteczności swoich działań przeczytasz [w rozdziale 6](#).

Stopki

Dla każdej publikacji elektronicznej przygotowaliśmy także po kilka stopek reklamowych, które możesz wykorzystać jako swój podpis w e-mailu czy w poście pisanym na forum, aby promować nasze produkty i zarabiać na tym. Jeśli brakuje Ci czasu lub weny na stworzenie własnych stopek, jest to doskonale rozwiązanie dla Ciebie. Wystarczy, że skopiujesz jeden z podpisów zaproponowanych przez nas

i będziesz umieszczał go w wysyłanych przez siebie e-mailach oraz w podpisach na forach dyskusyjnych. Więcej o tym, jak możesz zarabiać, wykorzystując stopki i podpisy, znajdziesz [w kolejnym rozdziale](#).

Generator darmowego fragmentu

Dla większości naszych publikacji przygotowaliśmy także darmowe fragmenty, które możesz pobierać ze swojego Panelu Partnera i rozdawać. Generator darmowego fragmentu, który znajduje się przy każdej publikacji elektronicznej posiadającej wersję darmową, pozwala ściągnąć wybrany wcześniej tytuł z możliwością dodania w nim informacji o Tobie (w polu „Dostarczony przez” i „Adres WWW”). Jest to narzędzie bardzo podobne do opisywanego wcześniej generatora, ale w tym przypadku nie musisz szukać tytułu na liście — od razu do generowania wybierany jest właściwy tytuł.

O możliwości wykorzystania darmowych fragmentów w swoich działaniach promocyjnych przeczytasz w [kolejnym rozdziale](#).

b) Szkolenia

W sekcji „Narzędzia” znajdziesz również materiały marketingowe dla szkoleń — obecnie (sierpień 2008) dział jest w przygotowaniu.

3.2.4. Pomoc

W zakładce „Pomoc” znajdziesz odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania dotyczące Złotego Programu Partnerskiego. Umieściliśmy tam dla Ciebie link do ebooka przygotowanego specjalnie dla Partnerów.

3.2. Wykorzystaj możliwości nowego Panelu Partnera

Teraz, gdy znasz już swój Panel Partnera i narzędzia, które oddajemy Ci do dyspozycji, możesz zacząć zarabiać. W czwartym rozdziale poznasz najprostsze sposoby zarabiania, a kolejne rozdziały poświęcimy bardziej zaawansowanym sposobom.

4. Skuteczne zarabianie

Poznałeś już narzędzia, jakie przygotowaliśmy dla Ciebie do promowania produktów naszego Wydawnictwa. Teraz nadszedł czas, abyśmy pokazali Ci, jak możesz je wykorzystać w praktyce. W tym rozdziale przedstawimy Ci najprostsze metody zarabiania. Ponadto wyjaśnimy, jak można skutecznie wykorzystać własną stronę internetową czy też bloga do zwiększenia swoich dochodów.

4.1. Najprostsze metody zarabiania

Jak już pisaliśmy wcześniej, zarabianie w Złotym Programie Partnerskim jest proste. Za chwilę przekonasz się, jak bardzo, gdyż w tym miejscu chcemy przedstawić Ci kilka najprostszych sposobów zarabiania, które jako nasz Partner sam będziesz mógł wykorzystać. Zaczniemy od polecania naszych produktów znajomym.

4.1.1. Znajomi — ktoś ich nie ma?

Na pewno masz znajomych, którym możesz polecić produkty Złotych Myśli.

No właśnie — kto z nas nie ma znajomych? W tym i takich, którzy korzystają z poczty e-mail.

Porozmawiaj ze swoimi znajomymi albo napisz do nich i szczerze, **po przyjacielsku poleć wybraną publikację**. Naprawdę — żadnej filozofii — po prostu szczerza i otwarta rekomendacja.

Najlepiej napisz do każdego indywidualny list. Ludzie są przecież różni, mają różne upodobania. Jakie zainteresowania i potrzeby mają Twoi znajomi — Ty wiesz najlepiej. Ale nie narzucaj się zbytnio — możesz nawet wprost powiedzieć, o co chodzi.

Dobrzy znajomi na pewno zainteresują się tym, co im polecasz, choćby dlatego, że mają do Ciebie zaufanie — **polecaj zawsze dobre produkty, aby tego zaufania nigdy nie stracić!**

Jeśli Twoi znajomi wykażą zainteresowanie polecanymi przez Ciebie publikacjami, ale będą mieć wątpliwości, możesz przesłać im darmowe fragmenty ebooków. Odpowiednie pliki z Twoimi linkami partnerskimi (czyli już przygotowane do rozdawania) możesz pobrać z sekcji [Narzędzia](#) swojego Panelu Partnera (więcej informacji na temat Panelu Partnera znajdziesz w [rozdziale 3](#)).

Co jednak zrobić, gdy masz mało dobrych znajomych?

4.1.2. Opisy w komunikatorach

Przy promocji możesz wykorzystać popularne komunikatory, takie jak Gadu-Gadu, Skype, Tlen i inne. Na pewno sam z jakiegoś korzystasz.

Po prostu wystarczy ustawić odpowiedni opis, a zobaczą go wszyscy Ci, którzy mają Ciebie w swoich kontaktach.

Przykład

<http://pp.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/> -> Zarabiam tutaj sporo kasy, Ty też możesz!

Jeżeli masz dużą listę kontaktową, to istnieje spora szansa, że ktoś kliknie w link i zainteresuje się treścią strony internetowej. Na pewno nie jest to metoda, która przyniesie Ci jakiś ogromny zysk, ale jest ona w 100% darmowa, dlaczego więc z niej nie skorzystać?

Pamiętaj jednak, że legalnie możesz link umieszczać tylko w opisie oraz wysyłać do znajomych po wcześniejszym uzyskaniu od nich zgody na to. Nie wolno Ci wysyłać tego linku do kogokolwiek, kto nie wyraził na to zgody, gdyż będzie to [spam](#), którego użycie przez Ciebie spowoduje zakończenie przez nas współpracy z Tobą z powodu złamania przez Ciebie Regulaminu.

Co więc możesz robić, gdy Twoja lista kontaktów w komunikatorach to zaledwie kilka osób?

4.1.3. Wykorzystaj siłę podpisów w e-mailach

To chyba najprostsza technika pod słońcem, więc zacznij z niej korzystać już teraz!

Skoro i tak wysyłasz e-maile, umieść swój [link partnerski](#) w podpisie pod nimi — pod tymi wiadomościami, które wysyłasz każdego dnia. **Nie staraj się wysyłać więcej e-maili — po prostu normalnie koresponduj** — zarówno z osobami, które znasz bardzo dobrze, jak i z tymi, których prawie nie znasz, a w tym czasie niech sygnatura promuje wybraną publikację naszego Wydawnictwa. Nikogo to nie zdziwi, bo w podpisie masz prawo umieszczać to, co chcesz. Twoja sygnatura może więc wyglądać np. tak:

Przykład

Pozdrawiam,

Marcin

--

Dzięki tej książce czytam jak karabin maszynowy — Tobie też polecam.

<http://szybkie-czytanie.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/>

Aby uruchomić takie proste narzędzie reklamowe, musisz tylko odpowiednio ustawić swój program pocztowy, aby automatycznie dodawał wybrany przez Ciebie tekst do każdego wysyłanego przez Ciebie listu. Taki podpis ustawia się zazwyczaj w programie pocztowym jako sygnaturę lub stopkę.

Oto przykłady procedury dodawania sygnaturek w trzech popularnych programach:

Outlook (Windows):

Tools → Options → Signatures → Add signatures to all outgoing messages → New → Wpisz tekst (Text) lub podaj ścieżkę pliku (File) → Apply → OK

Thunderbird (Linux/Windows):

Stwórz plik tekstowy (.txt) → Narzędzia → Konfiguracja kont → Dołącz sygnaturkę → wybierz stworzony wcześniej plik → OK

Mail (MacOs):

Mail → Preferences → Signatures → Add signature → wpisujesz tekst → OK → Save

Pewnie zastanawiasz się teraz, jak stworzyć dobry podpis. Na wypadek, gdyby brakowało Ci pomysłów, **przygotowaliśmy dla Ciebie „gotowce”** — w sekcji [Narzędzia](#) swojego Panelu Partnera znajdziesz zakładkę „Stopki”, a w niej po kilka propozycji podpisów dla każdego z naszych tytułów.

Nie ograniczaj się jednak tylko do naszych propozycji. Twórz własne sygnatury!

Jak to zrobić? **Jakie są cechy dobrego podpisu?**

Po pierwsze:

Na pewno musisz zadbać o to, aby Twój podpis **nie był zbyt długi** — podpis dłuższy niż treść e-maila na pewno będzie niewłaściwy i odbiorca e-maila zacznie się zastanawiać, czy rzeczywiście piszesz do niego w jakiejś sprawie, czy może Twoim celem jest przesłanie mu niezamówionych reklam, czyli [spamu](#).

Stara zasada, pochodząca jeszcze z początków funkcjonowania poczty elektronicznej, nakazywała, aby cały podpis zajmował **maksymalnie 4 linijki**.

Po drugie:

Dobry i skuteczny podpis jest **ciekawym i intrygującym** dla adresata, powinien zaciekawić większość osób, do których piszesz. Przy projektowaniu sygnatury zastanów się więc również nad tym, do jakich ludzi najczęściej piszesz.

Popatrz na swoją sygnaturę z perspektywy typowego odbiorcy i pamiętaj, że chcesz mu przekazać, dlaczego powinien on kliknąć w link, a nie dlaczego Ty chcesz, by kliknął. Przedstaw mu korzyści, jakie osiągnie dzięki temu.

Po trzecie:

Kultura jest bardzo ważna — pamiętaj o tym, aby w Twojej stopce znalazł się jakiś **zwrot grzecznościowy** — np. tradycyjne „Pozdrawiam”. Dodanie tego jednego słowa sprawi, że list zakończy się pozytywnym akcentem, dzięki któremu masz szansę wzbudzić u Odbiorcy sympatię do Ciebie.

Umieszczony po pozdrowieniu tekst promujący dodaj jako PS lub oddziel za pomocą dwóch znaków „minus” (--), po których powinna być spacja i enter.

Po czwarte:

Twój podpis powinien być **oryginalny i rekomendujący**, ale nigdy nachalny i reklamujący. Nie zmuszaj ludzi do działania — po prostu pokazuj, że warto. Zaciekawiaj.

Twoim celem przy tworzeniu tekstu podpisu niech będzie polecenie czegoś w taki sposób, aby odbiorca e-maila nie odebrał tego jako reklamę, ale jako rekomendację.

Po piąte:

Umieszczając w podpisie **link podawaj** go z **http://** — pozwoli to programom pocztowym na zamienienie tego linku w klikalny odnośnik i odbiorca wiadomości od Ciebie, aby odwiedzić stronę, nie będzie musiał kopiować go do paska przeglądarki.

I na koniec:

Pamiętaj o regułach gramatyki i ortografii.

A teraz zobacz, jak może wyglądać Twój podpis reklamujący nasz Złoty Program Partnerski:

Przykład

Pozdrawiam,
Marcin

PS Tutaj zarabiam już 3 cyferki na miesiąc:

<http://pp.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/>

Podpis ten zajmuje 4 linie, a w jego skład wchodzi tradycyjne „Pozdrawiam” i imię nadawcy oraz link z „http://”. W treści próbujemy natomiast wykorzystać motyw zarobków do wzbudzenia ciekawości odbiorcy i przekonania go do tego, że warto kliknąć w link.

Spróbuj teraz stworzyć samodzielnie podobny podpis — przyda Ci się on nie tylko w e-mailach, gdyż krótkie stopki możesz także umieszczać na forach dyskusyjnych.

4.1.4. Podpisy na forach dyskusyjnych

Na pewno słyszałeś o internetowych grupach i forach dyskusyjnych. Być może jesteś członkiem któregoś (kilku?) z nich.

Fora i grupy dyskusyjne skupiają internautów o wspólnych zainteresowaniach. W tej chwili w polskim Internecie można znaleźć bardzo wiele takich miejsc — i z każdym dniem ich przybywa.

— No dobrze — powiesz. — Ale co to znaczy dla mnie jako Partnera Żłotyeh Myśli?

Już wyjaśniamy. Popularne grupy i fora dyskusyjne mają po kilkuset, nawet kilka i kilkanaście tysięcy aktywnych członków, a sporą ich część możesz zainteresować wiedzą zawartą w ebookach bądź innych publikacjach cyfrowych (np. audiobooki) oraz drukowanych!

Co powinienes zrobić?

Po pierwsze:

Znajdź grupę lub forum dyskusyjne zgodne z Twoimi zainteresowaniami. Aby znaleźć odpowiednie forum, otwórz wyszukiwarkę (np. <http://www.google.pl>) i poszukaj hasła:

forum nazwa tematu

Przykład

Jeśli jesteś miłośnikiem motoryzacji, wpisz:

forum motoryzacja

forum samochody

itp.

Sprawdź też swoje ulubione serwisy WWW — może prowadzą własne fora dyskusyjne.

Po drugie:

Kiedy już znajdziesz odpowiednią grupę lub forum, przeczytaj regulamin danego miejsca, gdyż może się okazać, że w ogóle nie wolno tam nic reklamować i tym samym forum to nie nadaje się do promowania. W takiej sytuacji musisz szukać dalej. Gdy już znajdziesz dobre miejsce i zapiszesz się, nadejdzie czas na zredagowanie Twojego podpisu.

Zasada jest podobna jak w przypadku podpisów pod e-mailami: krótko, ciekawie, oryginalnie, nigdy nachalnie.

Zawsze pisz tak, żeby Twoje posty nie zostały uznane za spam — inaczej Moderator może zablokować Twoje konto.

Nie umieszczaj swoich [linków partnerskich](#) w treści posta. Nie sugeruj, żeby klikać w Twój link. Odnośniki umieszczaj tylko w stopce.

Nigdy nie SPAMUJ! To nieetyczne, nielegalne, nieskuteczne i możesz przez to stracić konto w Złotym Programie Partnerskim, bo jest to niezgodne z naszym [Regulaminem](#).

Pamiętaj o grupie docelowej. Zastanów się, jaką korzyść (korzyści) warto podkreślić.

Przygotowaliśmy dla Ciebie specjalny przykład — zobacz, jak można promować produkty Złotych Myśli na forach dyskusyjnych:

Przykład

Dla forum/grupy o motoryzacji:

Pozdrawiam,
Marcin

Czy z książki możesz się nauczyć bezpiecznej jazdy? Ja też kiedyś myślałem, że tak się nie da...

<http://www.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/publication/show/6175/Dekalog-Myslacego-Kierowcy.html>

Jeśli nie będziesz miał pomysłów na podpis, pamiętaj, że w Panelu Partnera czekają na Ciebie przygotowane przez nas propozycje stopek.

Po trzecie:

Żeby Twój wysiłek naprawdę przyniósł efekt, daj się poznać jako wartościowy dyskutant. Dyskutant, który dzieli się wiedzą mądrze i fachowo.

Nie narzucaj się, bądź kulturalny i dbaj o wysoki poziom Twoich wypowiedzi. [Link partnerski](#) w Twoim podpisie będzie naprawdę skuteczny tylko wtedy, gdy Ty będziesz wiarygodny i ceniony jako dyskutant.

Ważna sprawa:

Możesz najpierw wybrać publikację, a potem znaleźć odpowiednie forum/grupę do jej promocji. Wtedy jednak musisz poświęcić trochę

czasu na podszkolenie się w wybranym temacie — Twoje wypowiedzi muszą przecież trzymać odpowiedni poziom.

Dlatego właśnie najlepiej i najłatwiej jest wybrać temat, w którym już teraz czujesz się dobrze, a potem wybrać dla niego produkt. Na koniec pozostanie Ci już tylko znalezienie odpowiedniego forum lub grupy dyskusyjnej i zarabianie!

W podpisie na forach dyskusyjnych możesz promować bezpośrednio nasze produkty, ale możesz tam również reklamować swoją stronę, na której dopiero umieścisz informacje o naszych produktach. O tym, dlaczego warto mieć własną stronę oraz jak ją stworzyć, dowiesz się z [rozdziału 5](#). Jednakże są jeszcze inne sposoby, aby zarabiać, nie posiadając własnej strony.

4.2. Artykuły do publikacji

Jeśli masz talent do pisania porywających tekstów, możesz go wykorzystać do promocji naszych produktów. Nie wiem, czy słyszałeś, że są serwisy (np. [Artelis.pl](#)), w których można umieszczać swoje materiały do ich dalszego przedruku. Jest też wielu autorów serwisów, którzy nie mają czasu przygotowywać tekstów na swoją stronę i chętnie opublikują Twój artykuł z Twoimi [linkami partnerskimi](#), jeśli tylko uznają go za interesujący.

4.2.1. Jak zarabiać w ZPP na pisaniu artykułów?

Zasada zarabiania dzięki artykułom jest bardzo prosta. Ty piszesz artykuł na dowolnie wybrany przez siebie temat. W treść wplatasz swoje linki partnerskie. Przygotowujesz stopkę reklamową, która znaj-

dzie się pod każdym Twoim tekstem. Następnie szukasz w Sieci miejsca lub kilku miejsc na pozostawienie swojego artykułu.

Tutaj w zasadzie masz dwie możliwości. Oczywiście jedna metoda rozpowszechniania artykułów nie wyklucza drugiej.

Po pierwsze, możesz **szukać serwisów** w jakiś sposób tematycznie związanych z Twoją działalnością. Pisziesz do ich właścicieli, administratorów i proponujesz im swoje artykuły. Pamiętaj tylko, żeby poprosić o **umieszczenie pod artykułem stopki wraz z „klikalnym” linkiem**. Bardzo dobrze, jeśli wcześniej przygotujesz kod źródłowy (HTML) wraz z odpowiednimi znacznikami. Wówczas właściciel takiej strony ma ułatwione zadanie — zwyczajnie kopiuje pod artykułem kod Twojej stopki.

Po drugie, możesz **skorzystać z serwisów pośredniczących w wymianie artykułów** do przedruku takich jak Artelis.pl. Przed dodaniem tam artykułu koniecznie zapoznaj się z regulaminem.

Gdy już umieścisz w takim serwisie swój tekst, to w zasadzie nic więcej nie robisz. Reszta należy do internautów, którzy — **zainteresowani Twoim artykułem — sami kopiują go na swoje strony, robiąc Ci darmową reklamę!** Gdy dodasz swój artykuł do takiego serwisu, to na tym kończy się Twoja praca. Jeśli opublikowany przez Ciebie artykuł jest ciekawy i unikalny, to na pewno szybko znajdą się autorzy stron internetowych, którzy zechcą go przedrukować.

W obu przypadkach, po publikacji artykułu na różnych stronach, pozostaje Ci czekanie, aż ukryte w tekście treści reklamowe przyciągną Klientów, a Ty otrzymasz należne Ci prowizje.

Pamiętaj jednak, że gdy skończysz pisać jeden artykuł, to nie spoczywaj na laurach, tylko pisz następny. Gdyż **im więcej Twoich arty-**

kułów będzie w Sieci, tym większe masz szanse na to, że ktoś je przeczyta i kliknie w Twoje [linki partnerskie](#).

O tym, jak pisać dobre artykuły, przeczytaj dalej.

4.2.2. Jak przygotować artykuł do dalszego przedruku?

Niestety, nie każdy napisany artykuł będzie chętnie przedrukowywany i stanie się źródłem Twoich prowizji. Autorzy stron szukają przede wszystkim takich tekstów, które zainteresują internautów. Jak więc przygotować dobry artykuł, który przyciągnie czytelników?

Po pierwsze:

Zainteresuj czytelnika

Zawrzyj w swoim artykule **ciekawe informacje, unikalne treści, praktyczne rozwiązania problemów**. Pamiętaj tylko, żeby Twój artykuł nie był zwykłą reklamą produktów Wydawnictwa czy też Twojej strony. Celem takiego artykułu jest przybliżenie zagadnień z dziedziny, którą się zajmujesz. Jeśli promujesz książki o wychowaniu dzieci — skup się w artykule tylko na jednym aspekcie, np. potrzebie bezpieczeństwa dziecka. Jeśli prowadzisz serwis poświęcony modzie męskiej — możesz napisać, jak wybierać garnitur, na co zwrócić uwagę. A pod artykułem umieść stopkę do Twojego serwisu WWW czy też Twój link partnerski do strony, na której można kupić książkę...

Pamiętaj, że artykuł, który jest nachalną reklamą — nie spełnia swojej funkcji reklamowej!

Najlepiej, jeśli Twoje artykuły będą miały charakter informacyjny i będą zawierać unikalną wiedzę, wskazówki, analizy, raporty, studium przypadku, opinie, komentarze itp.

Po drugie:

Zadbaj o dobry tytuł artykułu

Tytuł Twojego artykułu **powinien wzbudzać zainteresowanie**.

Dobry tytuł decyduje w zasadzie o tym, czy ktoś zainteresuje się Twoim artykułem, czy poszuka innego. Umieść w tytule coś, co zasugeruje rozwiązanie problemu. Jeśli piszesz artykuł o nieśmiałości — napisz np. „5 wskazówek, jak poradzić sobie z nieśmiałością”.

Tytuł **musi być adekwatny do treści**.

To chyba jasne. Tytuł musi sugerować, czego czytelnik spodziewać się może w treści artykułu. Nie stosuj tu żadnych „sztuczek”. Jeśli piszesz o nieśmiałości — ujmij to w tytule.

Dobrze, gdy tytuł **zawiera słowa kluczowe**.

Na to może nie zawsze zwraca się uwagę, ale słowa kluczowe to w Internecie potężne „narzędzie” zapewniające popularność danego tekstu. Jeśli piszesz o tej przykładowej nieśmiałości — po prostu umieść to słowo w tytule. Nie stosuj mało mówiących tytułów typu „I jak z tym żyć...?”.

Umieszczaj przynajmniej jedno słowo kluczowe.

Po trzecie:**Stosuj kilkuzdaniowy opis**

Zanim przejdziesz do głównej treści artykułu — umieść **kilka zdań wstępu**, które będą stanowić opis tego, o czym piszesz w artykule. To taka minireklama Twojego tekstu. To powinny być 2–3 zdania, które zadecydują o tym, czy czytelnik zainteresuje się Twoim artykułem. Pisz entuzjastycznie, na temat i zawrzyj w opisie 2–3 słowa kluczowe.

Po czwarte:**Pisz prosto, jasno i na temat**

Gdy przejdziesz do sedna, czyli tworzysz treść artykułu, skup się na tym, by pisać konkretnie. Jeśli ktoś poszukuje dobrych rad i wskazówek, a Ty je mu dostarczasz — **zaniechaj lania wody**. Nie zmuszaj czytelnika, by musiał przedzierać się przez wszystkie Twoje „jednakże”, „tym niemniej”, „aczkolwiek” i inne „wypełniacze” treści.

Pamiętaj, że celem Twojego artykułu nie jest pokazanie Twojej elokwencji, tylko przekazanie czytelnikowi fachowych wskazówek i ukazanie możliwości rozwiązania jakiegoś problemu.

Nie nudź :)

Aby Twoje teksty nie były nudne — wystarczy, że... Ty sam nie będziesz się nudził przy ich pisaniu. Bądź entuzjastyczny, porywający, optymistyczny — wówczas nie będzie miejsca na nudę w tym, co robisz (i piszesz).

Po piąte:**Powiedz czytelnikowi coś, czego nie wie**

To chyba klucz do postrzegania Ciebie jako znawcy, eksperta w danej dziedzinie. Jeśli przekażesz w swoim artykule coś ciekawego — **zbudujesz swój autorytet**. Z czasem ludzie będą po prostu poszukiwać Twoich tekstów, Twoich rozwiązań. A co za tym idzie — Twoich usług i produktów.

Dobry artykuł to po prostu droga do bycia autorytetem, a co się z tym wiąże — do kupowania tego, co oferujesz na swoich stronach.

Po szóste:**Zadaj sobie pytanie, do kogo kierujesz swój artykuł**

To dość ważne pytanie, na które musisz sobie odpowiedzieć. Kto będzie czytał Twoje artykuły (a później kupował polecane przez Ciebie produkty i usługi)? Kim jest odbiorca? Ile ma lat? Czym się interesuje? Gdzie mieszka? Czym się zajmuje? Czy to nastolatek zapatrzonny w telefony komórkowe i odjazdowe dzwonki do nich, czy biznesmen, który poszukuje lepszych i tańszych rozwiązań do swojej działalności?

Odpowiedz sobie na te pytania. **Określ, kto jest czytelnikiem Twoich tekstów, i dobierz styl języka stosowny do odbiorcy.**

Nie pisz do 60-letnich babć w sposób odjazdowy :)

I na koniec:**Zadbaj o swoją wiarygodność**

W stopce oprócz imienia i nazwiska umieść link do swojej strony (jeśli tylko ją posiadasz) — dzięki temu będziesz bardziej wiarygodny. Jednakże nie polecamy umieszczania adresu e-mail — chyba że lubisz otrzymywać spam :)

Więcej informacji o tym, jak można wykorzystać potęgę artykułów (nie tylko do promocji produktów, ale również do promocji własnej strony WWW) oraz jak przygotowywać tekst do przedruku, znajdziesz w darmowym ebooku [Wykorzystaj potęgę artykułów](#) (tego ebooka możesz ściągnąć również z nowego Panelu Partnera).

5. Zarabianie dzięki stronom WWW

Znasz już kilka prostych metod zarabiania, ale jeśli chcesz zarabiać naprawdę dużo, to koniecznie musisz przeczytać o możliwościach, jakie dają własne strony internetowe. Dowiedz się, dlaczego warto inwestować czas w ich tworzenie, czyli jak zrobić własną stronę tematyczną czy [ministrone](#), jak założyć własnego bloga lub forum dyskusyjne i jak na nich skutecznie zarabiać.

5.1. Dlaczego własna strona WWW?

Wraz z rozwojem Internetu coraz częściej strony internetowe są tematem rozmów, a posiadanie własnej strony jest bardzo modne. Jednakże dla Ciebie, jako naszego Partnera, najważniejsze jest to, że strona może być źródłem dużych dochodów.

Pomyśl sobie, ile osób dziennie włącza komputer i surfuje po Internecie w poszukiwaniu informacji czy też dla rozrywki... Ile stron WWW jest wówczas przeglądanych...

Tą jedną z odwiedzanych przez rzesze internautów stron może być właśnie Twoja strona tematyczna, Twój blog czy też Twoje forum. Jeśli znajdzie się tam reklama jakiegoś produktu naszego Wydawnictwa, wówczas zobaczy ją dużo osób, które mogą zainteresować się ofertą i dokonać zakupu. **A Ty otrzymasz prowizję!**

Najwspanialsze jest to, że w przypadku dobrze zrobionej strony to nie Ty szukasz internautów, którzy zostaną Klientami. Ty tylko troszczysz się o swoją stronę — jej aktualność, wartość umieszczanych na

5.1. Dlaczego własna strona WWW?

niej treści... i jej wysoką pozycję w wyszukiwarkach. Tymczasem **internauci sami odnajdują Twoją stronę i umieszczone tam reklamy**. Gdy klikną w znajdujący się tam [link partnerski](#), a później dokonają zakupu — stają się Twoimi poleconymi Klientami.

Zwróć też uwagę na fakt, że **wystarczy tylko raz umieścić reklamę na swojej stronie**, aby zobaczyły ją rzesze odwiedzających. Kolejną zaletą posiadania strony jest jej ciągła obecność w Sieci. **Może ona mieć czytelników o każdej porze dnia i nocy — zarabia dla Ciebie nawet wtedy, gdy Ty śpisz.**

Ty sam decydujesz, jakie produkty będziesz tam reklamował i w jakiej formie. Sam wybierasz tematykę strony oraz jej rodzaj (strona tematyczna, blog, [ministrona](#), forum itp.). Tylko od Ciebie zależy też, jak często i jak dużo informacji będziesz na niej umieszczał. Po prostu — **dostosowujesz czas poświęcony stronie do własnych potrzeb i możliwości. Sam jesteś swoim szefem i działasz elastycznie :)**

Istotne dla Ciebie jest też to, że samo **posiadanie strony może Cię nawet nic nie kosztować**. Tylko od Ciebie zależy, czy zdecydujesz się na atrakcyjniejszą nazwę [domeny](#) lub płatny [serwer](#), czy też nie zainwestujesz w stronę ani grosza.

Zwróć uwagę, że dzięki własnej stronie internetowej:

- możesz znacznie **zwiększyć swoje zyski** w Złotym Programie Partnerskim;
- dasz sobie **możliwość dodatkowego zarobku** w innych programach partnerskich;
- a tym samym szybciej osiągniesz **niezależność finansową**.

5.1. Dlaczego własna strona WWW?

Wyobraź sobie, że masz wspaniałą stronę albo bloga tematycznego, że sprawdzasz statystyki odwiedzin i liczby odsłon prezentują się w tysiącach, pomyśl o tym, że codziennie dostajesz maksymalne prowizje i zarabiasz coraz więcej! Tak właśnie może być!

To wszystko jest możliwe i wielu Partnerów ma właśnie takie profity — liczone w tysiącach złotych, a udało im się osiągnąć taki poziom w duże mierze dlatego, że opublikowali dobrą stronę albo bloga i skorzystali z możliwości, jakie dają programy partnerskie — w tym i nasz Złoty!

Podsumujmy: Strony WWW są potrzebne Ci po to, abyś mógł zarabiać więcej pieniędzy!

To są fakty, to jest jak najbardziej możliwe — zresztą, czytaj dalej...

5.2. I Ty możesz zaistnieć w Sieci — strona tematyczna, blog, a może forum dyskusyjne?

Zapewne jesteś już przekonany, że chcesz mieć własną stronę internetową i zaistnieć w Sieci. To bardzo dobra decyzja, jednakże będzie ona wymagała od Ciebie dalszych inwestycji czasu.

Na początek zastanów się, jaką stronę chciałbyś prowadzić. Stronę tematyczną, która z reguły wymaga wiedzy na wybrany temat i ma charakter oficjalny? Blog, który najczęściej zawiera osobiste opinie i komentarze? A może forum dyskusyjne, na którym trzeba umiejętnie zachęcać internautów do konstruktywnych dyskusji? To bardzo ważna decyzja.

Od razu podpowiemy, że początkującym Partnerom zalecamy prowadzenie bloga lub strony tematycznej. Jeśli jednak wybierzesz własne forum dyskusyjne, to i tam możesz skutecznie promować produkty naszego Wydawnictwa, ale będzie to już nieco trudniejsze. W dalszej części spróbujemy Ci to wytłumaczyć.

Skupmy się najpierw na wyborze pomiędzy stroną tematyczną a blogiem. Czy już wiesz, która forma będzie dla Ciebie lepsza?

Z reguły strona tematyczna porusza kilka powiązanych ze sobą tematów, tymczasem blog najczęściej skupia się tylko na jednym, wąszym zagadnieniu. Ponadto **blogi mają zazwyczaj charakter bardziej osobisty, a strony są bardziej oficjalne**. Jednak wcale to nie oznacza, że nikt nie ma ochoty czytać blogów, a strony internetowe są tylko dla nudziarzy! Przeciwnie.

Zarówno strona tematyczna, jak i blog mogą być dla Ciebie źródłem ogromnych zarobków — zastanów się, co jest dla Ciebie najlepsze!

My na początek polecamy Ci **prowadzenie bloga** — jest to o wiele szybszy i łatwiejszy sposób pokazania się szerokiej rzeszy internautów. Nie wymaga od Ciebie posiadania dużej wiedzy, a może mieć dużo większą siłę przekonywania niż niejedna reklama na dużym serwisie tematycznym. A o to przecież chodzi — aby dotrzeć z polecanymi produktami do jak największej liczby internautów i skutecznie zachęcić ich do zakupu :)

Jeśli jesteś zainteresowany założeniem własnego bloga, dobrze będzie, jeśli zapoznasz się z darmowym fragmentem ebooka [„Blogi od A do... sławy i pieniędzy”](#).

Jeśli jednak **wolisz założyć własną stronę tematyczną**, to musisz zatroszczyć się o to, aby była ona ciekawa (z punktu widzenia internautów!) i zawierała wartościową, unikalną wiedzę. Tylko w ten sposób będziesz mógł przyciągnąć odwiedzających i zaprezentować im treści promocyjne. Więcej informacji o tym, jak stworzyć popularną stronę (bloga lub forum) znajdziesz w [podrozdziale 5.5](#).

Wybierając forum dyskusyjne, musisz posiadać lub zdobyć umiejętności niezbędne do zarządzania forum. Ponadto konieczne będzie zainwestowanie czasu w „rozkrećanie forum”, tj. znalezienie i przyciągnięcie grupy internautów, którzy zarejestrują się i będą aktywnie uczestniczyć w dyskusjach. Niestety — nie jest to łatwe i wymaga wielu działań promocyjnych na rzecz forum. Ze względu na to zakładanie forów dyskusyjnych zalecamy przede wszystkim tym Partnerom, którzy posiadają już własną stronę tematyczną, a forum tworzą tylko jako jej uzupełnienie.

Jeśli jesteś zainteresowany założeniem własnego forum dyskusyjnego, dobrze będzie, jeśli zapoznasz się z darmowym fragmentem ebooka [„Forum dyskusyjne — Przewodnik od A do Z”](#). Dowiesz się tam, jak wybrać, zainstalować i prowadzić popularne forum dyskusyjne.

Bez względu na to, czy zdecydujesz się promować produkty Wydawnictwa na własnej stronie tematycznej, blogu, czy też na forum dyskusyjnym, w pierwszej kolejności musisz poznać...

5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony

Obecnie, aby stworzyć najprostszą stronę internetową, nie musisz posiadać zaawansowanej wiedzy [webmastera](#) ani szczególnych umiejętności. Aczkolwiek im więcej wiesz na temat tworzenia stron WWW, tym łatwiej będzie Ci tworzyć.

Do zaistnienia w Sieci najprościej jest wykorzystać serwis, który umożliwia tworzenie stron za pomocą specjalnego kreatora — podobnego do takich edytorów tekstu jak Word czy Writer. Wówczas **nie musisz wiedzieć, co to jest [HTML](#), [CSS](#) czy PHP**, żeby dowolnie sformatować tekst, np. wskazując rozmiar, kolor i styl jego czcionki, albo umieścić obrazek czy też zrobić menu.

Jest wiele serwisów, które oferują takie proste tworzenie własnej strony tematycznej, bloga czy forum. Jeśli chcesz właśnie w takim miejscu założyć swoją własną stronę, to musisz zacząć od wybrania najbardziej odpowiedniego serwisu. Oczywiście chodzi o serwis oferujący miejsce na Twoją stronę, czyli [hosting](#).

5.3.1. Gdzie założyć bloga?

Jeśli chcesz założyć własnego bloga najlepiej będzie jeśli wybierzesz serwis [hostingowy](#), który specjalizuje się w blogach — dzięki temu uzyskasz odpowiednie narzędzia i odpowiedni edytor swojej strony. Wybierając taki serwis, musisz zwrócić uwagę na fakt, że chcesz prowadzić bloga, aby na nim zarabiać, oraz że planujesz umieszczać na nim treści komercyjne (reklamowe). Część serwisów umożliwiających tworzenie własnych blogów ma w regulaminie zapisy zabraniające takich działań. Chcąc promować produkty naszego Wydawnictwa na blogu, nie możesz skorzystać z ich oferty. Na szczęście **są też**

serwisy, gdzie na utworzonych blogach można umieszczać reklamy i [linki partnerskie](#). Wybierz jeden z nich!

Jest bardzo wiele serwisów, na których możesz założyć swojego bloga. Nam trudno jest polecić Ci jakiś jeden najlepszy, gdyż ich oferta jest bardzo zróżnicowana, a nie wiemy, jakie są Twoje preferencje. To, co dla Ciebie będzie najwygodniejsze, dla wielu innych Partnerów może być zbyt skomplikowane lub zbyt proste. Stąd też podajemy Ci kilka przykładów serwisów, gdzie obecnie¹ można założyć własnego bloga (kolejność przypadkowa):

- blogspot.com;
- blox.pl;
- mblog.pl;
- blog.interia.pl;
- bloog.pl;
- blog.pl.

Ponieważ w Internecie wszystko bardzo szybko się zmienia, zachęcamy Cię, abyś poszukał jeszcze innych tego typu serwisów (np. wpisując w Google hasło „blog”, „załóż blog” itp.) i sprawdził także ich ofertę.

Odwiedź kilka (a może nawet kilkanaście) serwisów, zapoznaj się z ich regulaminem i warunkami prowadzenia bloga.

Na wybranych zarejestruj się i stwórz sobie konto testowe, gdzie będziesz mógł poznać funkcjonalności bloga oraz sposób jego prowadzenia.

¹ Dane aktualne na 31.08.2008.

5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony

Wybierz serwis, który najlepiej odpowiada Twoim potrzebom i oczekiwaniom. Cechy, na które powinieneś zwracać uwagę przy wyborze, przedstawiamy w [podrozdziale 5.3.4](#).

5.3.2. Gdzie założyć stronę tematyczną?

Jeśli chcesz założyć własną stronę tematyczną — najlepiej będzie, jeśli wybierzesz serwis hostingowy, który specjalizuje się w udostępnianiu miejsca na stronę i narzędzi do jej edycji. Również w tym przypadku musisz zwrócić uwagę na fakt, że na stronie będziesz umieszczał treści reklamowe. Jest to bardzo ważne, bo **niektóre serwisy umożliwiające tworzenie własnych stron mają w regulaminie zapisy zabraniające prowadzenia działań promocyjnych. Z ich oferty niestety nie będziesz mógł skorzystać**. Są jednak i takie serwisy, na których można tworzyć strony z treściami reklamowymi — jeden z nich na pewno będzie odpowiedni :)

Jest bardzo wiele serwisów, na których możesz stworzyć własną stronę. Również w tym przypadku jest nam trudno polecić Ci jakiś jeden najlepszy. Oferta takich serwisów jest bardzo zróżnicowana, a nie wiemy, jakie są Twoje potrzeby, oczekiwania i umiejętności. To, co dla Ciebie będzie odpowiednie, dla wielu Partnerów może być zbyt skomplikowane lub zbyt proste. Stąd też podajemy Ci kilka przykładów serwisów, gdzie obecnie² można założyć własną stronę (kolejność przypadkowa) i od razu po założeniu i wypełnieniu treścią cieszyć się jej posiadaniem:

- stronygratis.pl;
- republika.onet.pl;
- webpark.pl;

² Dane aktualne na 31.08.2008

5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony

- webity.pl;
- webnode.pl.

Ponieważ w Internecie wszystko bardzo szybko się zmienia, zachęcamy Cię, abyś poszukał w Sieci jeszcze innych serwisów hostingowych. Wpisuj np. w Google hasła „serwer”, „hosting”, „strona za darmo” itp.

Podobnie jak w przypadku wybierania serwisu blogowego, odwiedź kilka (a może nawet kilkanaście) serwisów oferujących miejsce na Twoją stronę, zapoznaj się z ich regulaminem i warunkami udostępniania miejsca. **Sprawdź, czy jest tam kreator strony.**

Na wybranych serwisach zarejestruj się i stwórz sobie konta testowe, gdzie będziesz mógł poznać funkcjonalności kreatora oraz sposób zarządzania treścią na stronie.

Wybierz ten serwis, który najlepiej odpowiada Twoim potrzebom i oczekiwaniom. Cechy, na które powinieneś zwracać uwagę przy wyborze miejsca na stronę, przedstawiamy w [podrozdziale 5.3.4](#).

5.3.3. Gdzie założyć forum dyskusyjne?

Jeśli chcesz założyć forum dyskusyjne — najlepiej będzie, jeśli wybierzesz serwis hostingowy, który specjalizuje się w udostępnianiu miejsca na fora. Również w tym przypadku **musisz zwrócić uwagę na fakt, że na forum będziesz umieszczał przekazy reklamowe**. Jest to bardzo ważne, bo część serwisów umożliwiających tworzenie własnych forów dyskusyjnych ma w regulaminie zapisy zabraniające prowadzenia działalności komercyjnej. Z ich oferty niestety nie będziesz mógł skorzystać. Są jednak serwisy, gdzie na założonych forach można umieszczać reklamy. Wybierz jeden z nich! :)

5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony

Jest bardzo wiele serwisów, na których możesz założyć własne forum. Także w tym przypadku **trudno nam polecić Ci jakiś jeden najlepszy. Oferta takich serwisów jest bardzo zróżnicowana, a nie wiemy, jakie są Twoje potrzeby, oczekiwania i umiejętności** — obsługa forum dyskusyjnego wymaga wiedzy. To, co dla Ciebie będzie odpowiednie, dla wielu Partnerów może być zbyt skomplikowane lub zbyt proste. Stąd też podajemy Ci kilka przykładów serwisów, gdzie obecnie³ można założyć własne forum dyskusyjne (kolejność przypadkowa):

- fora.pl;
- pun.pl;
- iphforums.pl;
- foreo.pl.

Ponieważ w Internecie wszystko bardzo szybko się zmienia, zachęcamy Cię, abyś poszukał w Sieci również innych miejsc, gdzie możesz założyć własne forum. Możesz to zrobić, wpisując np. w Google takie hasła, jak: „załóż forum”, „hosting forum”, „darmowe fora” itp.

Podobnie jak w przypadku strony tematycznej, odwiedź kilka (a może nawet kilkanaście) serwisów oferujących miejsce na Twoje forum, zapoznaj się z ich regulaminem i warunkami hostingu.

Na wybranych zarejestruj się i stwórz sobie konto testowe, gdzie będziesz mógł poznać funkcjonalności forum oraz sposób zarządzania nim. **Skrypty dostępnych za darmo forów są bardzo podobne, a różnią się często tylko liczbą udostępnianych Ci funkcji. Przy wyborze miejsca, gdzie założysz swoje forum, bierz pod uwagę także to kryterium.**

³ Dane aktualne na 31.08.2008

Wybierz ten serwis, który najlepiej odpowiada Twoim możliwościom i potrzebom. W następnym podrozdziale poznasz cechy, na które powinienś zwracać uwagę przy wyborze miejsca na forum.

5.3.4. Na co zwracać uwagę, wybierając miejsce na własną stronę?

Oferty serwisów hostingowych, czyli firm udostępniających miejsce na strony, są bardzo zróżnicowane. Inna jest ilość zarezerwowanego miejsca na stronę, [wielkość transferu](#), uptime... — czy wiesz, jakie parametry są dla Ciebie niezbędne? Jest wiele rzeczy, na które powinienś zwrócić uwagę, wybierając [hosting](#) dla siebie.

W pierwszej kolejności musisz przeczytać **regulamin serwisu** i sprawdzić, czy na stworzonej stronie **będziesz mógł umieszczać treści reklamowe**. Jak już pisaliśmy wcześniej — jest to dla Ciebie priorytet, bo Twoja strona ma służyć promocji produktów naszego Wydawnictwa i w związku z tym będziesz zamieszczał tam różne reklamy.

Ponadto musisz wiedzieć, czy właściciele serwisu nie zastrzegają sobie prawa do zaprzestania świadczenia usług w dowolnym momencie. Takie zapisy pojawiają się w regulaminach wielu serwisów — głównie tych oferujących darmowy hosting. W większości przypadków ich celem jest ochrona interesów właścicieli serwisów, a nie złośliwe kasowanie dobrych stron, ale musisz być ostrożny. Jest to bardzo ważne, bo cała Twoja praca włożona w tworzenie i reklamowanie strony może pójść na marne. Stąd też, jeśli zdecydujesz się na korzystanie z usług takiego serwisu hostingowego, koniecznie **zapisuj sobie na dysku kopie wszystkich artykułów**, wiadomości i tekstów umieszczanych na stronie. Wówczas nawet jeśli Twoja stro-

na przestanie istnieć z winy serwisu, bardzo szybko będziesz mógł ją odtworzyć w innym miejscu.

Pamiętaj, zawsze warto czytać regulamin i warunki korzystania z usługi, aby potem nie mieć żadnych dodatkowych i niepotrzebnych kłopotów!

Gdy przeczytasz już regulamin, możesz zapoznać się z ofertą serwisu. Jeśli jesteś początkującym [webmasterem](#), najważniejszy dla Ciebie będzie dostęp do narzędzi pozwalających na proste tworzenie strony (np. kreator strony tematycznej, kreator bloga, zainstalowany na [serwerze](#) i skonfigurowany [skrypt](#) strony, bloga czy forum). Dzięki temu nie będziesz musiał posiadać wiedzy na temat [HTML-a](#), aczkolwiek wskazane jest, abyś opanował chociaż jego podstawy — [darmowy kurs języka HTML znajdziesz tutaj](#).

Tymczasem dla bardziej zaawansowanych webmasterów istotny będzie **dostęp do plików strony** i możliwość **wykorzystania skryptów wymagających dostępu do bazy danych**. W sytuacji, gdy masz zamiar samodzielnie pisać cały kod strony, potrzebna Ci będzie możliwość kopiowania plików z Twojego komputera na serwer i odwrotnie — z serwera na Twój komputer. Jeśli zaś chcesz tworzyć stronę w oparciu o system [CMS](#) — wówczas niezbędna Ci będzie jeszcze baza danych. Również niektóre skrypty, które planujesz wykorzystać na własnej stronie, mogą wymagać dostępu do bazy danych.

Wybierając hosting, zwróć uwagę na to, czy będziesz miał **możliwość stworzenia kopii zapasowej** Twojej bazy danych — może to być dla Ciebie bardzo ważne w momencie, gdy zechcesz przenieść się ze swoją stroną na inny serwer.

5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony

W następnym kroku porównaj parametry różnych hostingów. Zwróć uwagę na **wielkość transferu**, czyli dopuszczalną liczbę MB danych, które w postaci plików mogą być pobierane i wysyłane na serwer przez Ciebie i osoby odwiedzające Twoją stronę. Wielkość potrzebnego Ci transferu jest uzależniona przede wszystkim od liczby obrazków umieszczonych na stronie, wielkości plików udostępnionych przez Ciebie do pobierania oraz od liczby odwiedzających. **Im więcej gości odwiedzi Twoją stronę, tym więcej razy pobierane są pliki odpowiedzialne za poprawne wyświetlenie Twojej strony i większy transfer będzie Ci potrzebny.** Podobnie im skuteczniej będziesz zachęcać do ściągania darmowych ebooków, tym więcej razy zostaną one ściągnięte i tym szybciej będzie się wyczerpywał Twój limit transferu.

Na początek może Ci wystarczyć zaledwie kilkadziesiąt MB miesięcznie, aczkolwiek z czasem będzie rosła popularność Twojej strony, wówczas możesz potrzebować go znacznie więcej. Wybierając hosting, upewnij się, że w przyszłości będzie istniała **możliwość zwiększenia limitu transferu** miesięcznego (że będziesz mógł to zrobić, np. dopłacając albo zmieniając ofertę na bogatszą). Zwróć uwagę, że część serwisów hostingowych podaje Twój dopuszczalny transfer w przeliczeniu na miesiąc, inne na 3 miesiące, pół roku, a niektóre nawet na rok. Niektóre, podając limit miesięczny, dopisują, że limit ten jest dzielony na 30 (limity dzienne) i dostęp do Twojej strony będzie zablokowany, jeśli danego dnia zostanie wyczerpany limit dzienny.

Kolejnym ważnym parametrem jest **ilość miejsca na stronę** (na pliki strony), tzw. powierzchnia na dysku i maksymalna wielkość pliku. Na prostą stronę internetową (z ograniczoną ilością grafiki) wystarczy zaledwie kilka MB. Aczkolwiek wybierając hosting, musisz brać pod uwagę fakt, że ciągle będziesz tworzył — aktualizował, do-

5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony

dawał nowe teksty i obrazki. Stąd też warto już na początku zapewnić sobie co najmniej kilkadziesiąt MB. Koniecznie zwróć uwagę na to, czy w razie potrzeby nie będziesz miał problemu ze zwiększeniem ilości miejsca na Twoją stronę (np. czy istnieje możliwość przejścia do „większego” pakietu czy też dopłacenia za dodatkowe MB).

W promocji naszych produktów równie ważna dla Ciebie będzie **maksymalna wielkość pliku**, jaki możesz umieścić na [serwerze](#). Z reguły można stworzyć dobrze funkcjonującą stronę, wykorzystując pliki nieprzekraczające 1 MB. Jednakże jeśli zdecydujesz się na udostępnianie swoim odwiedzającym np. darmowych fragmentów ebooków, wówczas musisz mieć możliwość wrzucania na serwer plików o rozmiarze dochodzącym nawet do 3 MB. Nie oznacza to, że nie możesz wybrać oferty z maksymalną wielkością pliku równą 2 MB. W naszej ofercie są również darmowe fragmenty, które wówczas mógłbyś umieścić na swojej stronie, bo ich rozmiar jest mniejszy niż 2 MB. W takiej sytuacji w celu pobrania większych darmowych fragmentów mógłbyś odsyłać odwiedzających swoim [linkiem partnerskim](#) do stron ofertowych.

Równie istotny jest **dozwolony format plików**. Wybierając serwer, sprawdź, czy będziesz mógł udostępniać tam te pliki, których potrzebujesz. Do wykorzystania na Twojej stronie darmowych fragmentów ebooków będzie Ci niezbędna możliwość umieszczania na serwerze plików w formacie [PDF](#). Jeśli zechcesz rozdawać fragmenty audiobooków, potrzebny Ci będzie format MP3, zaś w przypadku plików spakowanych np. format ZIP lub RAR.

Wybierając serwis hostingowy, musisz zwrócić uwagę również na **ograniczenia wykorzystania języka PHP**. Jest to ważne, jeśli masz ambicje, aby rozwijać swoją stronę przy wykorzystaniu [skryptów](#). Obsługa języka PHP jest niezbędna również do wykorzystania

5.3. Najprostszy sposób na założenie własnej strony

naszego generatora boksów reklamowych, o którym pisaliśmy w [rozdziale 3](#).

Kolejnym ważnym elementem oferty serwisów hostingowych jest [domena](#) i [subdomena](#). Więcej na temat domen i zarabianiu dzięki nim dowiesz się z ebooka [Domeny internetowe](#).

W zależności od nazwy domeny i wybranej przez Ciebie subdomeny, łatwiej lub trudniej będzie zapamiętać adres Twojej strony. Ponadto z marketingowego punktu widzenia istotne jest, aby adres strony (w szczególności subdomena) był powiązany z treścią strony.

Jeśli nie odpowiadają Ci domeny oferowane przez serwis hostingowy lub interesująca Cię subdomena jest już zajęta, wówczas możesz sobie kupić własną domenę. Zanim zdecydujesz się na zakup, sprawdź, czy wybrany przez Ciebie serwis udostępniający miejsce na stronę umożliwia **podpięcie własnej domeny** (zaparkowanie domeny na serwerze). Jeśli nie będzie to możliwe — nie będziesz mógł wykorzystać kupionej przez siebie domeny.

Przed ostateczną decyzją o wyborze serwisu, na którym założysz swoją stronę, warto również sprawdzić, **czy będą tam wyświetlane reklamy** (np. reklamy pop-up, kontekstowe, bannery). Niestety, większość darmowych serwisów hostingowych umieszcza reklamy na stronach swoich użytkowników. Choć nie będą Ci one bardzo przeszkadzały w tworzeniu strony, to mogą negatywnie wpływać na jej wizerunek. Jeśli jest to możliwe, wybierz hosting, w którym albo nie ma reklam w ogóle, albo są, lecz tylko takie nienachalne, które nie będą drażnić odwiedzających.

Zwróć też uwagę na to, że część serwisów hostingowych oferuje swoim użytkownikom różne plany. **Niekiedy płacąc zaledwie kilka złotych więcej miesięcznie, możesz usunąć szpecące rekla-**

my z Twojej strony i uzyskać dużo atrakcyjniejsze parametry serwera.

Na wizerunek Twojej strony w Internecie będzie także wpływał **parametr uptime**, który oznacza czas nieprzerwanej pracy serwera. Najczęściej jest on podawany w procentach. Im większa jego wartość, tym większe prawdopodobieństwo, że Twoja strona będzie cały czas dostępna dla odwiedzających. Z reguły serwery mają uptime w granicach 99,0%, co w praktyce oznacza, że dostęp do Twojej strony może być ograniczony łącznie zaledwie (lub aż) przez 2-3 dni w roku.

Oczywiście wybierając hosting, musisz brać pod uwagę również jego **cenę**. Na początek możesz skorzystać z darmowego hostingu o gorszych parametrach. Jeśli jednak traktujesz swoją pracę w Złotym Programie Partnerskim poważnie, to powinieneś wcześniej lub później rozważyć również zainwestowanie w płatny hosting. Jest to wskazane, bo nie będzie on ograniczał Twoich możliwości i da Ci pewność, że Twoja strona będzie dostępna 24 godziny dobę. Dzięki temu będziesz mógł lepiej promować produkty naszego Wydawnictwa i otrzymywać więcej prowizji.

Gdy już wybierzesz serwis, na którym założysz swojego bloga, stronę tematyczną czy forum dyskusyjne, czas brać się do tworzenia — więc do dzieła! :)

5.4. Bardziej zaawansowane sposoby tworzenia strony

Z podrozdziału 5.3 dowiedziałeś się, jak założyć własną stronę, wykorzystując do tego kreator wybranego serwisu hostingowego. Ze

5.4. Bardziej zaawansowane sposoby tworzenia strony

względu na to, że tego typu kreatory mają z reguły ograniczone funkcje, bardziej zaawansowanym [webmasterów](#) zalecamy wykorzystanie innych, bardziej profesjonalnych narzędzi do tworzenia własnej strony.

Wszystkie opisane w tym rozdziale narzędzia będą wymagały Twojego dostępu do plików strony na [serwerze](#). Stąd też wybierając hosting dla swojej strony, musisz sprawdzić, czy będziesz go miał. O tym, w jaki sposób „dostać” się na serwer, przeczytasz między innymi w darmowym fragmencie ebooka [Forum dyskusyjne — Przewodnik od A do Z](#), poświęconego programom FTP — fragment ten ściągniesz z sekcji Narzędzia nowego [Panelu Partnera](#).

Może wydawać Ci się to skomplikowane, ale tak naprawdę **bardzo wielu Partnerów zaczynało swoje e-biznesy od zera — nie wiedzieli oni nic o robieniu stron internetowych, a jednak udało im się tego nauczyć**. Ty możesz być następny! :)

5.4.1. Kreatory stron internetowych

Do stworzenia strony internetowej możesz wykorzystać dowolny kreator stron WWW np. Pajączek, FrontPage. Wszystkie z nich działają podobnie — **generują kod strony do pliku, który później wgrywasz na [serwer](#)** (kopiujesz z dysku swojego komputera w miejsce przeznaczone na pliki Twojej strony).

Jeśli chcesz stworzyć na prawdę dobrą stronę, musisz nauczyć się języka wykorzystywanego do tworzenia stron np. [HTML](#), xHTML. Znajomość takiego języka pozwoli Ci na samodzielne dokonywanie zmian w kodzie strony — wówczas tylko od Ciebie będzie zależał ostateczny wygląd kodu. Ponadto dzięki temu będziesz mógł w dowolnym miejscu strony umieszczać [skrypty](#) (np. kod pochodzący

5.4. Bardziej zaawansowane sposoby tworzenia strony

z generatora boksów reklamowych) oraz dowolnie kreować wygląd swojej strony.

Dla wzbogacenia swojej strony oraz rozszerzenia jej funkcjonalności i interaktywności możesz wykorzystać wiele darmowych skryptów, np. skrypty komentarzy, ankiet, księgi gości (w Sieci jest wiele takich skryptów, poszukaj ich, wpisując w Google odpowiednie hasła). Umieszczając je poprawnie w kodzie strony, możesz sprawić, że stanie się ona atrakcyjniejsza dla odwiedzających. A przecież chodzi Ci właśnie o to, aby przyciągnąć internautów :)

Niestety, takie „ręczne” tworzenie strony jest czasochłonne i pracochłonne. Wymaga od Ciebie dużo wiedzy, umiejętności i cierpliwości. Jednak takie działanie jest opłacalne, bo możesz w ten sposób stworzyć **unikalną stronę**.

Jeśli przeraża Cię myśl o samodzielnym tworzeniu strony, a kreatory stron udostępniane przez serwisy hostingowe mają za mało funkcjonalności, masz jeszcze inne zaawansowane rozwiązanie — czytaj dalej.

5.4.2. Systemy zarządzania treścią (CMS)

Do stworzenia własnej strony możesz też wykorzystać systemy zarządzania treścią (w skrócie [CMS](#)). Może nie uwierzysz, ale w Internecie jest ich bardzo dużo i dzięki nim możesz naprawdę łatwo założyć własną stronę tematyczną, bloga czy też forum dyskusyjne.

Wystarczy tylko, że wybierzesz i zainstalujesz system (najczęściej polega to założeniu bazy danych, skonfigurowaniu kilku plików i skopiowaniu systemu na serwer), a później już w prosty sposób (podob-

nie jak w przypadku wykorzystania kreatora stron) dodajesz treści do swojej strony, bloga czy też forum.

Pamiętaj, że wykorzystanie systemu zarządzania treścią stawia jeszcze większe wymagania serwisowi [hostingowemu](#). Musisz mieć nie tylko dostęp do plików strony, ale również niezbędna będzie Ci baza danych (najczęściej MySQL).

Najtrudniejszym zadaniem, gdy zdecydujesz się na CMS-a, jest zainstalowanie go na serwerze i poprawne skonfigurowanie. Ale to jest do zrobienia :) **Z reguły każdy system zarządzania treścią posiada własną instrukcję instalacji oraz stronę internetową, na której można znaleźć wsparcie techniczne.** W przypadku najpopularniejszych CMS-ów istnieją także polskie fora dla korzystających z systemu, gdzie bardziej doświadczeni użytkownicy podpowiedzą Ci, jak rozwiązać Twój problem.

Jeśli jednak masz obawy przed samodzielną instalacją systemu, możesz zlecić to jakiejś firmie lub poprosić znajomego, aby Ci pomógł.

Bez względu na to, czy zamierzasz sam stawić czoło instalacji systemu, czy wolisz skorzystać z czyjejś pomocy, w pierwszej kolejności musisz wybrać odpowiedni CMS.

Jeśli zamierzasz założyć własnego **bloga**, najlepiej będzie, gdy poszukasz CMS-ów przygotowanych specjalnie do prowadzenia internetowego pamiętnika, np. WordPress (jest najbardziej popularny). Poza tym do dyspozycji masz między innymi: Serendipity, Textpattern, Zomplog. Więcej systemów zarządzania treścią do prowadzenia własnego bloga znajdziesz w Google, wpisując np. „CMS blog” lub „system zarządzania treścią blog”.

Do stworzenia **strony tematycznej** możesz wykorzystać takie same [CMS-y](#), jak w przypadku bloga. Z reguły w większości z nich możliwe jest również tworzenie podstron, z których składają się strony tematyczne. Wskazane jest jednak, abyś wybrał bardziej rozbudowany system zarządzania treścią. Dzięki temu będziesz miał do dyspozycji dużo więcej funkcji, a w wielu przypadkach będziesz mógł rozbudować system o kolejne moduły. Jest to możliwe w wielu popularnych CMS-ach, jak np. Drupal. Oprócz niego możesz wybrać następujące systemy: 1024, BigAce, Geeklog, Jasmine CMS, Joomla, Mambo, MDPro, MemHT, MODx, PHP-Fusion, PHP-Nuke, phpwcms, Typo3, Typolight, XOOPS, Zikula, eXtreme-Fusion itp. Więcej systemów zarządzania treścią, które można wykorzystać do stworzenia własnej strony, znajdziesz, wpisując w Google np. „CMS portal” lub „system zarządzania treścią portal”.

Tymczasem założenie własnego **forum** wymaga wybrania systemu zarządzania treścią posiadającego moduł forum dyskusyjnego. Przykładowo — możesz wybrać i zainstalować na [serwerze](#) forum phpBB (w wielu odmianach, w tym w polskiej wersji *by Przemo*). Do wyboru masz jeszcze następujące systemy: AEF Board, Invision Power Board, MyBB, Phorum, PunBB, QuickSilver, SMF, Vbulletin, itp. Również możesz znaleźć więcej różnych CMS-ów umożliwiających prowadzenia forum — znajdź je w Google, wpisując „CMS forum dyskusyjne” lub „skrypt forum dyskusyjnego”.

W każdym przypadku możesz wykorzystać zarówno darmowy system zarządzania treścią, jak i płatny. Wybierając darmowy CMS, nic nie płacisz, jednak nie zawsze jest to najlepsze rozwiązanie. Wykupując płatną wersję, ponosisz koszty, ale zyskujesz np. pełną pomoc techniczną przy zakładaniu strony. Zdecyduj, która opcja jest dla Ciebie korzystniejsza.

Tradycyjnie zalecamy wybranie kilku CMS-ów do przetestowania. O pomoc w wyborze systemu możesz też poprosić innych Partnerów na naszym [forum ZPP](#). Ostatecznie **wybierz ten CMS, który najlepiej odpowiada Twoim umiejętnościom i oczekiwaniom**. Pamiętaj, że to Ty będziesz tworzył swoją stronę i system musi być najlepszy przede wszystkim dla Ciebie.

5.5. Stwórz popularną stronę

Gdy już znajdziesz miejsce na swoją stronę i zdecydujesz, jaki ma ona mieć charakter: internetowego pamiętnika (blog), strony tematycznej czy też forum dyskusyjnego — czas sprecyzować, o czym będzie Twoja strona... i po prostu zacząć ją tworzyć. W tym podrozdziale znajdziesz porady dotyczące wybierania tematu oraz tworzenia dobrej strony.

5.5.1. O czym najlepiej zrobić własną stronę?

Zapewne miałeś już trochę czasu, aby się zastanowić nad tematem swojej strony. Może nawet masz już gotowy pomysł. W tym podrozdziale spróbujemy Ci pomóc podjąć ostateczną decyzję dotyczącą tematu strony.

Na początek — musisz sobie zdawać sprawę, że najbardziej istotną cechą dobrej strony internetowej, niezależnie od jej formy (strona tematyczna, blog, forum), jest niewątpliwie jej treść. Dlatego **treści, jakie zamierzasz publikować, muszą być interesujące z punktu widzenia internautów. Ponadto rzeczowe, unikalne, prawdziwe i aktualne**. Musisz brać to pod uwagę, wybierając zakres tematyczny strony. Bardzo ważny jest również sam temat strony, który z jednej strony — musi być konkretny, z drugiej — po-

5.5. Stwórz popularną stronę

winien dotyczyć zagadnień będących dla Ciebie czymś „miłym, łatwym i przyjemnym”.

Po pierwsze:

Nie rób stron „o wszystkim”

Jeśli zrobisz stronę o „wszystkim”, to tak naprawdę będzie to strona o niczym, gdzie nikt nie będzie zaglądał.

Jeśli chcesz stworzyć stronę o sporcie, to wybierz jedną lub kilka dyscyplin, które staną się tematem Twojej strony. Zamiast pisać na blogu wszystko, co wiesz o psach, skup się np. na wybranej rasie (a może na kundlach :)) albo na procesie pielęgnacji czworonogów.

Gdy zakładasz forum, zrezygnuj raczej z dyskusji ogólnotematycznych. Tworząc forum, nie poruszaj szerokiego tematu „języków obcych”, lecz lepiej **wybierz kilka powiązanych ze sobą tematów i poruszaj je dogłębnie.**

Przykład

Tworząc forum poświęcone językowi angielskiemu, możesz poruszać następujące tematy:

- nauka języka angielskiego — „Jak się uczyć?”;
- korepetycje z języka angielskiego — „Szukam korepetycji / dam korepetycje”;
- gramatyka języka angielskiego — „Rozwiej swoje wątpliwości”;
- rozmówki — „Rozmowy tylko po angielsku”;
- itp.

Wraz z rozwojem swojego forum będziesz mógł rozbudowywać je o kolejne kategorie lub zakładać kolejne fora. Podobnie będziesz mógł rozszerzać zakres tematyczny swojej strony. A nawet będziesz mógł tworzyć nowe strony, poruszające nowe tematy.

Wybierając konkretny temat swojej strony, na pewno nie zainteresujesz nim wszystkich internautów, ale to dobrze. **Zamiast wielu przypadkowych odwiedzających — możesz ściągnąć osoby, które rzeczywiście będą zainteresowane wybranym przez Ciebie tematem.** Stąd też będziesz w stanie przypisać im wspólne cechy i opisać ich jako swoją grupę docelową (pamiętasz [podrozdział 1.5](#)?). W efekcie łatwiej będzie Ci przewidzieć oczekiwania odwiedzających, dotyczące treści zamieszczanych na Twojej stronie i form ich prezentacji. Dzięki temu będziesz miał pewność, że to, o czym piszesz, jest tym, co najbardziej zainteresuje Twoją grupę docelową. Ponadto pozyskasz wiernych czytelników, którzy będą systematycznie zaglądać na Twoją stronę i wczytywać się w Twoje teksty, w tym teksty zawierające treści reklamowe.

Po drugie:

Pisz o tym, co lubisz, co Cię pasjonuje

Tematem strony powinno być to, co już dobrze znasz. Może jesteś ekspertem w jakiejś dziedzinie? Koniecznie zadaj sobie pytanie: „W czym jestem dobry i o czym mogę pisać?”.

Wybierając pasjonujący Cię temat, przybliżasz się do sukcesu, gdyż na długo starczy Ci zapалу, aby rozwijać swoją stronę i... tworzyć nowe podstrony, dodawać nowe notki na blogu czy poruszać nowe tematy na swoim forum. **Robienie tego nie będzie dla Ciebie ciężarem** — przeciwnie, będzie okazją do pokazania swojej wiedzy

5.5. Stwórz popularną stronę

z danej dziedziny na stronie tematycznej, szansą na przedstawienie swojej opinii na blogu czy też możliwością dyskusowania na interesujący Cię temat z użytkownikami forum.

Jak już pisaliśmy na samym początku — zarabianie w ZPP wymaga wytrwałości. Wybranie odpowiedniego tematu sprawi, że systematyczne pisanie tekstów na stronę będzie dla Ciebie przyjemnością :)

Po trzecie:**Pamiętaj o grupie docelowej**

Tak. Również w tym momencie nie możesz zapomnieć o grupie docelowej. Wybierając temat strony, musisz pamiętać, że od niego będzie zależała grupa docelowa i to, czy w przyszłości będziesz mógł tam zaoferować produkty, na których poleceniu zarobisz.

Przykład

Być może lubisz motoryzację, a najbardziej kochasz swojego fiata uno z 1988 roku i chciałbyś otworzyć forum miłośników fiata uno. W ofercie naszego Wydawnictwa nie ma nic na temat tego modelu — jest za to seria trzech ebooków o fiacie 126p — może warto więc zastanowić się nad stworzeniem forum poświęconego różnym modelom fiata?

Jeśli pomysł dyskusowania o maluchu nie byłby dla Ciebie zupełnie nie do przyjęcia, to rozszerzenie tematyki forum o fiata 126p pozwoliłoby Ci na zarabianie na sprzedaży poświęconych mu ebooków.

Podobnie w innych przypadkach — **niewielkie rozszerzenie tematyki bloga, strony lub forum może pozwolić Ci na pole-**

5.5. Stwórz popularną stronę

canie kolejnych produktów. Nigdy jednak w tym rozszerzaniu nie posuwaj się zbyt daleko, aby ani nie stworzyć strony o wszystkim, ani nie pisać o tematach, których nie lubisz.

Gdy już wybierzesz temat strony, zacznij ją tworzyć zgodnie z zasadami tworzenia dobrej strony.

5.5.2. Jak stworzyć dobrą stronę?

Pierwszym krokiem do stworzenia popularnej strony jest wybór dobrego tematu. Ty już na pewno wiesz, jak wybrać najlepszy dla siebie temat — być może już jesteś pewny, że będziesz pisał o...

Sam temat jednak nie wystarczy, aby przebić się w Sieci i zacząć zarabiać. Musisz stworzyć stronę, na której goście będą dobrze się czuli i będą nie tylko chętnie ją przeglądać, ale także chętnie tu powrócić. Przygotowaliśmy dla Ciebie listę zagadnień, na które musisz zwrócić uwagę przy tworzeniu dobrej, atrakcyjnej dla odwiedzających strony.

Po pierwsze:

Zadbaj o szybkość ładowania się strony

Pierwszą cechą, na którą zwróci uwagę osoba, która spróbuje wejść na Twoją stronę, będzie jej szybkość ładowania się. Czas potrzebny na ściągnięcie na dysk odwiedzającego plików strony zależy po części od serwera, na którym umieścisz stronę — i dlatego **ważne jest wybranie dobrego serwera.**

Jednak **nawet na szybkim serwerze możesz spowolnić ładowanie się strony, wykorzystując wadliwe skrypty oraz umieszczając zbyt dużą ilość grafiki lub multimediów.** Rzeczywiście strona dzięki nim może wyglądać lepiej, ale pamiętaj, że jeśli czas oczekiwania na otwarcie strony okaże się zbyt długi, osoby

próbujące po raz pierwszy wejść na Twoją stronę zrezygnują z jej oglądania. Nawet Twoi stali odwiedzający mogą tego nie wytrzymać i po pewnym czasie poszukać szybszej alternatywy.

Po drugie:

Przygotuj szatę graficzną z dobrą grafiką i czytelnym tekstem

Osoba, która już wejdzie na Twoją stronę, zobaczy w pierwszej chwili tylko jej szatę graficzną. Na pewno wiesz, że **pierwsze wrażenie ma ogromne znaczenie** — i dlatego musisz zadbać o to, aby Twoja strona została jak najlepiej odebrana przez odwiedzających. Już w pierwszej chwili warto **zaciekawić gością Twojej strony**.

Będzie to możliwe tylko wtedy, gdy szata graficzna Twojej strony tematycznej, bloga czy forum będzie przyjazna i czytelna. Musisz zadbać o to, aby **kolory**, zarówno grafiki, jak i tekstu, były **dobrze dobrane** — ich zestawienia nie mogą drażnić oczu odbiorcy. Pamiętaj, że kolory pasujące do siebie na papierze — na monitorze mogą wyglądać zupełnie inaczej.

Duże znaczenie ma także **rodzaj i wielkość czcionki** — nie może być ona ani za mała, ani za duża, ani też zbyt uduchowiona, gdyż to również utrudni czytanie. Nawet najlepszymi tekstami nie przekonasz odwiedzających do powrotu na Twoją stronę, jeśli przy jej przeglądaniu będzie się męczył wzrok czytającego.

Strony bez grafiki są z reguły nudne, więc dodaj kilka zdjęć lub obrazków dla ożywienia, ale pamiętaj, że **grafika powinna nawiązywać do treści** (obrazki nie powinny odwracać uwagi od treści zamieszczonych tekstów) **i grupy docelowej** (inna będzie grafika na stronie dla dzieci, inna na forum dla fanów motoryzacji, a jeszcze inna na blogu o sporcie). Przykładowo — możesz przygotować mały

znak graficzny, który będzie pełnił funkcję logo Twojej strony, lub zamieścić okładki naszych ebooków. **Nigdy nie zamieszczaj zdjęć i obrazków, do których nie posiadasz praw autorskich lub zgody autora na ich wykorzystanie.**

Pamiętaj jednak o tym, że **szata graficzna nie zatrzyma odwiedzających na Twojej stronie, gdy nie ma tam wartościowych treści.** Jeśli samodzielnie tworzysz stronę od zera, na początek wystarczy Ci, że grafika nie będzie odstraszać (np. jakiś darmowy szablon). Skup się na tym, aby publikować teksty.

Po trzecie:

Zapewnij unikalność treści i wyglądu

Twoją stronę powinna cechować unikalność — unikalność wyglądu/grafiki, jak i treści. **Dobrze będzie jeśli zastosujesz oryginalny szablon graficzny** — taki szablon możesz przygotować sam od zera, możesz go kupić lub możesz dokonać modyfikacji gotowego. Jak już pisaliśmy powyżej, na początek wystarczy Ci modyfikacja jakiegoś darmowego szablonu. Później jednak rozważ zainwestowanie czasu lub pieniędzy w stworzenie czegoś nowego i niepowtarzalnego.

Tworząc własną stronę, nie kopiuj bezmyślnie innych stron. Szukaj nowych, lepszych, a przede wszystkim **własnych rozwiązań dla treści i układu elementów strony.** Nie posuwaj się w tym jednak zbyt daleko — nie staraj się wyróżnić, umieszczając menu nawigacyjne w stopce, podczas gdy tradycyjnie jest ono umieszczane na górze strony lub po lewej. **Szanuj przyzwyczajenia internautów i nie każ im zastanawiać się, co mają zrobić na Twojej stronie** — większość z nich zamiast szukać czegoś, co schowałeś przed nimi na swojej stronie, poszuka... innej strony.

5.5. Stwórz popularną stronę

Podobnie zamieszczając teksty na stronie, **nie kopiuj cudzych artykułów** bez zgody autora. Jeśli wyjdzie na jaw, że kradniesz teksty, stracisz autorytet. Na początek możesz wykorzystać artykuły udostępnione do przedruku na serwisach takich jak Artelis.pl, ale zamieszczaj również swoje unikalne przemyślenia. Dziel się swoją wiedzą, a pisząc teksty na stronę, stosuj zasady przedstawione w [podrozdziale 4.2.2](#). **Kreuj obraz siebie jako eksperta w danej dziedzinie.**

Po czwarte:**Dbaj o intuicyjność poruszania się po stronie i jej spójność**

Twoja strona ładuje się w ułamku sekundy, masz na niej piękną grafikę i ciekawe, unikalne teksty — czy to wystarczy? Oczywiście, że nie. Internauci nie przeczytają Twoich wspaniałych artykułów, jeśli ich nie znajdą. Więcej: **odwiedzający, który w ciągu kilkunastu sekund nie ustali, jak korzystać z Twojego serwisu, najprawdopodobniej opuści stronę i nigdy już do Ciebie nie wróci.**

Łatwość i intuicyjność poruszania się po stronie jest niezwykle ważna. Dobrze zaprojektowana, przejrzysta nawigacja powinna zapewnić możliwość szybkiego dotarcia do najważniejszych informacji. Nie ma nic gorszego niż strona, na której nie można znaleźć poszukiwanej informacji. Dlatego przestrzegaj **zasady trzech kroków**, która nakazuje, aby internauta mógł dotrzeć do każdej informacji zamieszczonej na Twojej stronie, klikając nie więcej niż 3 razy. **Rozważ umieszczenie na stronie głównej linków do najczęściej poszukiwanych informacji.**

Zadbaj o **logiczne uporządkowanie treści zamieszczonych na stronie**. Nie każ internautom zgadywać, gdzie znajdą informacje na jakiś temat.

5.5. Stwórz popularną stronę

Tworząc **menu** swojej strony, staraj się zrobić je w taki sposób, aby ułatwić przemieszczanie się po Twojej stronie i skrócić czas poszukiwania informacji. Elementy strony natomiast rozmieść tak, aby już na pierwszy rzut oka było wiadomo, gdzie jest menu nawigacyjne, a gdzie wyświetla się zasadnicza treść. I zachowaj w tym spójność. Zapamiętaj, że **nawigacja musi być spójna we wszystkich częściach serwisu internetowego** — menu na każdej podstronie powinno znajdować się w tym samym miejscu.

Wszystkie podstrony powinny również charakteryzować się jednokowym lub podobnym sposobem formatowania, tzn. jednakowy krój i rozmiar czcionek, identyczne tło itp. Aby osiągnąć ten efekt, możesz wykorzystać style [CSS](#).

Po piąte:**Aktualizuj informacje**

Internauci lubią widzieć, że Twoja **strona tętni życiem**. Chętniej wezmą udział w dyskusji na forum, które dziś odwiedziło kilkaset osób, powrócą na bloga, na którym nowe wpisy pojawiają się codziennie, czy też zapoznają się ze zaktualizowanym tydzień temu artykułem na stronie tematycznej. Strona WWW to żywy organizm, dlatego praca nad nią nie kończy się na jej wykonaniu, ale obejmuje także jej aktualizacje. Pamiętaj, że **internauci uciekają ze stron, gdzie znajdują stare i nieaktualne wiadomości**.

Im częściej będą pojawiały się nowe teksty, tym lepiej — dodawaj nowe artykuły, wiadomości i notki, aktualizuj dane... **Czytelnicy muszą widzieć, że na Twojej stronie wciąż pojawia się coś nowego — i dlatego warto ją odwiedzać**. Im więcej dasz z siebie, tym więcej otrzymasz w zamian, ponieważ internauci docenią treści, jakie im prezentujesz, i będą powracali na Twoją stronę regularnie,

aby sprawdzić, co nowego tam zamieściłeś. Czyż sam nie robisz tak samo?

Natomiast im częściej internauci odwiedzają Twoją stronę, tym większe zaufanie mają do Ciebie i do tego, co im polecasz. **Dzięki temu chętniej kupią coś z Twojego polecenia.** Aktualizuj więc swoje strony tak często, jak tylko możesz.

Po szóste:

Zagwarantuj wysoką jakość treści

Pamiętaj, aby zatroszczyć się o wysoką jakość tekstów umieszczanych na stronie. **Nie zawsze lepiej jest napisać więcej.** Teksty powinny być zawsze na temat, powinny zawierać konkretne informacje. Dodatkowo bardzo istotny — szczególnie w przypadku stron tematycznych — jest profesjonalizm wyrażający się między innymi w poprawnej ortografii i w przestrzeganiu podstawowych zasad gramatyki i interpunkcji. Nie zapominaj też o poprawnym wyświetlaniu polskich znaków — doskonale wiesz, jak źle się czyta teksty zawierające „krzaczki”.

Niezwykle ważna jest też merytoryka — nie pisz rzeczy, których nie jesteś pewien! **Jeśli na Twojej stronie pojawi się dużo błędów, wówczas zostanie ona uznana przez odwiedzających za niewiarygodną.**

Aby zwiększyć swoją wiarygodność, **podpisuj** dobre teksty imieniem i nazwiskiem lub swoim pseudonimem.

Po siódme:**Zatroszcz się o przyjazność strony dla wyszukiwarek i mniej popularnych przeglądarek**

Nie zapominaj o tym, że goście Twojej strony będą używać nie tylko najpopularniejszej obecnie przeglądarki – Internet Explorera firmy Microsoft, ale także innych przeglądarek. **Upewnij się, że Twoją stronę poprawnie zobaczą także użytkownicy Firefoxa, Opery, Mozzilli czy Netscape’a.** Według różnych badań – Firefoxa używa już co czwarty, a nawet co trzeci Polak. Na pewno nie chcesz stracić nawet jednej trzeciej potencjalnych Klientów.

Jeszcze większe straty może spowodować niewłaściwa budowa strony, która uniemożliwi robotom wyszukiwarek internetowych jej prawidłowe zaindeksowanie. Koniecznie pozwól robotom przeczesującym Internet na sprawdzenie zawartości Twojej strony, aby mogła ona znaleźć się w wynikach wyszukiwarek internetowych, takich jak Google. Więcej na temat wyszukiwarek przeczytasz w [podrozdziale 5.7.3](#), poświęconym pozycjonowaniu.

I na koniec:**Pytaj innych o opinię na temat swojej strony**

Tworząc swoją stronę, możesz pytać innych o opinię na jej temat. Takie informacje mogą być dla Ciebie bezcenne, ponieważ pozwolą Ci na skuteczne ulepszanie Twojej strony, bloga lub forum. W Sieci możesz znaleźć wiele miejsc, gdzie Twoja praca może zostać oceniona. Wskazówki tego typu uzyskasz między innymi od innych Partnerów na [forum ZPP](#) (patrz [rozdział 9](#)). Wsparcie i pomoc w tworzeniu dobrej strony możesz otrzymać również w serwisach poświęconych stronom internetowym, np. na [forum ReklamaStron.pl](#).

Jako ważne uzupełnienie do tego rozdziału **zalecamy Ci lekturę darmowego ebooka poświęconego efektywności i intuicyjności stron WWW — „Kurs Usablity”**. Znajdziesz go wyłącznie w materiałach marketingowych w sekcji Narzędzia **starego** Panelu Partnera, gdyż nie ma on jeszcze swojej wersji w nowym systemie.

Jeśli zastosujesz się do naszych wskazówek i weźmiesz pod uwagę opinię internautów, na pewno uda Ci się stworzyć popularną stronę. To już duży krok w kierunku wysokich zarobków :)

5.6. Jak osiągać duże dochody dzięki stronom?

Zapewne zdajesz sobie sprawę, że wykorzystując stronę internetową, możesz osiągnąć duże dochody w Złotym Programie Partnerskim. W tym podrozdziale dowiesz się, jak w praktyce zarabiać na stronach tematycznych, blogach, forach dyskusyjnych i [ministrach](#).

5.6.1. Zarabiaj dzięki stronom tematycznym i blogom

Już na etapie tworzenia strony zwracaliśmy Ci uwagę na to, jakie warunki muszą być spełnione, aby Twoja strona (strona tematyczna czy też blog) mogła zarabiać. Jeśli w tej chwili tego nie wiesz, wróć do [podrozdziału 5.5](#) i przeczytaj go ponownie. Tu skupimy się przede wszystkim na wkomponowaniu reklam w szablon strony oraz w treść artykułów.

W przypadku umieszczania na stronie reklam graficznych (np. okładki ebooków) **ważne jest, aby ich obecność nie psuła estetyki**

5.6. Jak osiągać duże dochody dzięki stronom?

strony. Nadmiar różnokolorowych elementów z reguły nie jest dobrze odbierany przez gości strony i dlatego warto rozważyć zastąpienie niektórych reklam graficznych — tekstowymi.

Z drugiej jednak strony — grafika pasująca do tła i innych elementów strony może stać się elementem dekoracyjnym. Dlatego każde dodanie reklamy graficznej należy rozpatrywać indywidualnie. W przypadku, gdy będziesz miał wątpliwości co do tego, jak umieszczenie danego elementu wpłynie na wygląd Twojej strony, **zapytaj o zdanie znajomych.** Z reguły lepszy zmysł estetyczny mają panie, więc warto, aby wśród przepytanych była choć jedna kobieta. Nie bój się pytać — takie pytanie będzie przecież równocześnie okazją do przypomnienia znajomym o Twojej stronie czy blogu!

Jeśli zdecydujesz się umieścić na własnej stronie reklamy tekstowe, staraj się upodobnić je do zwykłych elementów strony — zwykłego tekstu, polecanych linków, nagłówków itp. Oczywiście możesz przeznaczyć jakiś obszar na reklamy i wyróżnić go, ale wtedy zainteresuje się nimi bardzo mało osób. **Internauci są już znudzeni reklamami** i potrafią omijać wzrokiem te miejsca, gdzie zwykle pojawiają się reklamy. O wiele więcej osób zapozna się z treścią reklamy udającej zwykły tekst lub po prostu będącej częścią artykułu.

Najskuteczniejszą metodą promowania naszych publikacji i szkoleń, a tym samym — zarabiania dzięki temu, jest najzwyczajniejsze polecenie. I Ty możesz tak robić. Umieść na swojej stronie tekst zawierający informację o jakimś problemie. Najpierw wskaż jego możliwy niekorzystny wpływ na czytającego. Następnie **opisz przykładowy sposób rozwiązania problemu, w którym niezbędne jest wykorzystanie reklamowanego przez Ciebie produktu X.** Pamiętaj, aby w tekście skupić się przede wszystkim na problemie, a nazwę/tytuł reklamowanego produktu lub link do niego podać jakby przy okazji.

5.6. Jak osiągać duże dochody dzięki stronom?

Innym dobrym sposobem polecania ebooków, audiobooków i szkoleń jest **wskazywanie ich jako źródła dodatkowej wiedzy**. Możesz np. przygotować tekst poświęcony roli witamin w zdrowym odżywianiu i na koniec zarekomendować publikację „Witaminy, minerały i suplementy” jako szerzej opisującą problem zażywania witamin w tabletkach.

Pamiętaj, wybieraj do promocji te produkty, które są powiązane tematycznie z treścią Twojej strony. Nigdy nie zapominaj o tym, jaka jest Twoja grupa docelowa. **Nie marnuj czasu i energii na polecanie produktów, których nie sprzedasz w danej grupie** lub którymi zainteresuje się bardzo mały odsetek odwiedzających. Skup się na tych produktach, które rzeczywiście masz szansę sprzedać.

W przypadku naszych produktów polecanie ich może przybrać także **postać szczerej recenzji ebooka czy też opinii o szkoleniu**, w którym brałeś udział. Takie informacje — szczególnie zamieszczone na blogu eksperta — są ważnym argumentem „za” bądź też „przeciwko” przy zakupie publikacji czy też zainwestowaniu w szkolenie.

Jak zapewne zauważyłeś, piszemy o szczerej recenzji. Jeśli Ty sam nie jesteś usatysfakcjonowany produktem, nie polecaj go innym — oni najprawdopodobniej także nie będą zadowoleni i już nigdy nie posłuchają Twojej rady. Lepiej więc nie ryzykuj i **polecaj tylko to, z czego sam jesteś zadowolony**. Gdy w produkcie widzisz jakieś braki, po prostu o nich napisz. Twoja szczerłość zaprocentuje w przyszłości!

Niektórzy internauci już dziś czegoś nie kupią z powodu Twojej krytycznej opinii, doceniając Twój obiektywizm. Inni tym razem jeszcze zaufają rekomendacji innej osoby i kupią produkt, który nie do końca ich zadowoli. Po zakupie stwierdzą jednak, że to Ty miałeś rację. I jedni, i drudzy chętnie powrócą na Twoją stronę, by dowiedzieć się,

5.6. Jak osiągać duże dochody dzięki stronom?

co myślisz o innych produktach. W obydwu przypadkach — jeśli kolejny produkt będzie na tyle dobry, abyś już mógł go szczerze polecać — **możesz mieć pewność, że Twoja pozytywna recenzja będzie miała duży wpływ na decyzję o dokonaniu zakupu.** To jest właśnie kreowanie wizerunku siebie jako eksperta, a później zarabianie dzięki temu wizerunkowi.

I na koniec: wykorzystaj to, że dzięki wartościowym treściom publikowanym na stronie jesteś postrzegany jako osoba, która ma coś ciekawego do przekazania. Namawiaj więc odwiedzających do pozostawienia Ci swojego adresu e-mail, abyś mógł im regularnie dostarczać kolejne porcje swojej wiedzy. Możesz w tym celu stworzyć specjalny formularz zapisu na [listę mailingową](#). Jeśli napiszesz własny kurs mailowy, będziesz mógł namawiać gości strony do uczestnictwa w nim. O tym, jak stworzyć taki kurs i jak na nim zarabiać, przeczytasz w [rozdziale 6.6](#).

Podsumowując: Publikuj na swojej stronie teksty, w których dajesz się poznać jako ekspert, i umieszczaj w nich subtelne treści reklamowe ze swoimi [linkami partnerskimi](#).

Zwróć uwagę na to, że im więcej ludzi odwiedzi Twoją stronę, tym większa szansa, że ktoś kliknie w Twój link i dokona zakupu, za który Ty otrzymasz prowizję! Stąd też tym większą masz szansę na zarobek, im masz większy ruch na stronie. Dlatego, aby osiągać duże zyski ze strony, musisz ją promować. Więcej na ten temat przeczytasz w [podrozdziale 5.7](#).

5.6.2. Zarabiaj dzięki własnemu forum

Fora są miejscami przeznaczonymi do dyskusji, gdzie każdy z użytkowników może podzielić się swoją opinią na dany temat. Stworzenie forum, które będzie zarabiało, nie jest więc prostym zadaniem, gdyż **o status eksperta będziesz musiał na nim walczyć z innymi użytkownikami**. Oczywiście jako administrator będziesz w uprzywilejowanej sytuacji i jeśli rzeczywiście znasz się na danej dziedzinie, Twoje zdanie będzie brane pod uwagę przez gości i użytkowników forum.

Ponadto Twoje forum będzie zarabiało dla Ciebie tylko wtedy, gdy będzie tętniło życiem — na forum muszą pojawiać się regularnie nowe tematy i posty. Im będzie ich mniej, tym będziesz miał mniej możliwości dodawania reklam — reklamy nie mogą stanowić jedynej treści forum.

Dlatego oprócz elementów komercyjnych zamieszczaj na swoim forum posty zawierające użyteczne informacje. **Nie pozostawiaj bez odpowiedzi żadnych pytań użytkowników i gości**. Ma to ogromne znaczenie, gdyż w Sieci jest wiele forów o podobnej tematyce i musisz rywalizować z nimi o aktywnych użytkowników. Gdy ktoś nie otrzyma odpowiedzi na Twoim forum, znajdzie na pewno takie, na którym ktoś mu szybko odpowie. Niekiedy wystarczy, abyś wykazał zainteresowanie problemem i poprosił o więcej szczegółów. Ignorując pytanie, stracisz nie tylko użytkownika, ale i szansę na polecenie mu produktu w innym temacie.

Zwróć uwagę, że na forum masz szansę na umieszczanie zarówno reklam tekstowych, jak i graficznych. Podobnie jak w przypadku strony lub bloga — przy ich dodawaniu musisz starać się wpasować je w szatę graficzną. **Reklamy zbyt rzucające się w oczy szybciej zaszkodzą Twojemu forum niż pozwolą Ci zarobić**. Oczywiście-

5.6. Jak osiągać duże dochody dzięki stronom?

cie jeśli chcesz, możesz dodawać do skryptu forum modyfikacje pozwalające np. na automatyczne dodawanie reklam po określonej liczbie wypowiedzi użytkowników lub w określonych miejscach forum. Bądź jednak w tym bardzo ostrożny.

Zamiast automatu dodającego losowe reklamy wykorzystaj lepiej fikcyjne konto użytkownika, za pomocą którego będziesz dodawać do wątków, w których toczą się dyskusje, **subtelne reklamy produktów związanych z tematem dyskusji**. Z własnego konta natomiast możesz pisać posty zawierające recenzje produktów lub po prostu otwarcie polecać sprawdzone przez Ciebie publikacje (pamiętaj o korzyściach ze szczerości opisanych w podrozdziale 5.6.1).

Nie musisz tu natomiast zachęcać nikogo do podawania Ci swojego adresu. **Od chwili rejestracji masz adresy e-mail użytkowników** i to, czy możesz je wykorzystać do wysyłania reklam, zależy tylko od zapisów regulaminu Twojego forum. Wystarczy, że zapisałeś tam konieczność wyrażenia zgody na otrzymywanie od Ciebie wiadomości o charakterze komercyjnym. Jeśli to możliwe, dodaj więc w swoim regulaminie odpowiedni punkt.

Oczywiście nie opłaci Ci się wysyłanie wiadomości zawierających reklamy co kilka dni. Skutkiem tego byłaby zapewne masowa rezygnacja z uczestnictwa w Twoim forum. Nie zapominaj jednak o tym sposobie dotarcia z reklamą do potencjalnych Klientów. Gdy będziesz go wykorzystywał kilka razy w roku, nie powinno to rozdrażnić Użytkowników. Oczywiście wysyłane przez Ciebie wiadomości nie mogą się składać wyłącznie z przekazu reklamowego. **Reklamę dodawaj do wartościowej, z punktu widzenia użytkowników, treści.**

Pamiętaj, że skuteczne zarabianie na forum będzie możliwe tylko wtedy, gdy uda Ci się zgromadzić na nim grupę aktywnych użytkow-

ników. Im będzie ona liczniejsza i aktywniejsza w dyskusjach, tym lepiej.

5.6.3. Zarabiaj na ministronach

Ministrona to rodzaj strony internetowej, w przypadku którego nie działają wszystkie zasady opisane we wcześniejszych podrozdziałach. Nie ma tu miejsca ani czasu na budowanie zaufania do Ciebie — do zakupu ma przekonać nie Twój autorytet, a skuteczny tekst oferty. Zarobić na ministronie pozwoli Ci przede wszystkim **pozytywne pierwsze wrażenie i przestrzeganie zasad dotyczących pisania perswazyjnych tekstów**, o których możesz przeczytać w [podrozdziałach od 6.3 do 6.5](#).

Ministronę tworzysz od A do Z w jednym celu — **ma szybko i gładko poprowadzić odwiedzającego wprost do sprzedawcy**, którego jesteś Partnerem. Tworzysz ją raz, aby zarabiała dla Ciebie bardzo długo. Przy tworzeniu nie starasz się więc przekazać żadnych dodatkowych wartościowych informacji, a **skupiasz się na prezentowaniu zalet jednego produktu**, który ta strona ma z powodzeniem sprzedawać.

W przypadku Złotego Programu oznacza to stronę poświęconą jednemu ebookowi, audiobookowi czy szkoleniu. **Kilka produktów możesz zaprezentować tylko wtedy, gdy są one ze sobą powiązane tematycznie** (np. pakiet ebooków) — w przeciwnym wypadku jedynie rozproszysz uwagę potencjalnego Klienta i zmniejszysz skuteczność oferty.

Przy tworzeniu ministron zastosowanie mają różne triki marketingowe oraz psychologia sprzedaży. Musisz mieć dużą wiedzę o [e-marketingu](#), aby je tworzyć. Możesz też zatrudnić kogoś, kto zna się na tej

5.6. Jak osiągać duże dochody dzięki stronom?

dziedzinie lepiej od Ciebie. Wtedy jednak ministrona musi zarobić na sobie, na Ciebie i na Twojego eksperta. To jest możliwe, lecz niełatwe.

Jednak skuteczność to jeszcze nie wszystko. Drugim wielkim wyzwaniem jest **walka o odwiedzających**. Wyszukiwarki raczej nie pokochają strony, na której nie znajdą wartościowej treści i która będzie złożona z zaledwie kilku podstron.

Aby takie rozwiązanie przynosiło dochody, musisz więc zadbać o inne formy promocji (o sposobach promowania stron przeczytasz za chwilę w [podrozdziale 5.7](#)).

Może się zdarzyć, że będziesz musiał polegać na płatnych źródłach odwiedzających. **Reklamy, ogłoszenia — muszą być bardzo skuteczne, żeby Twoje koszty zwróciły się z nawiązką** w postaci dochodu z programów partnerskich. W przeciwnym razie taki biznes po prostu nie ma sensu.

Zarabianie na ministronach wymaga szerokiej wiedzy e-marketingowej — czegoś więcej niż podstawy. Ale jeśli uważasz, że Twoja wiedza jest już wystarczająca, to **ministrony otwierają przed Tobą wielkie możliwości**.

Na Zachodzie są e-marketerzy, którzy zarabiają w ten sposób setki tysięcy dolarów rocznie. **Nic nie stoi na przeszkodzie, żeby i w Polsce zarabiać co miesiąc czterocyfrowe sumy!**

5.7. Promowanie własnej strony

Doskonale wiesz, że zarabianie na własnej stronie będzie możliwe tylko wtedy, gdy będą odwiedzać ją internauci. Stąd też niezbędne

jest jej systematyczne promowanie. Zanim jednak zaczniesz reklamować swoją stronę, musisz ją odpowiednio przygotować (pisaliśmy o tym w [podrozdziale 5.5](#)).

Nie powinieneś promować swojej strony tematycznej, bloga czy forum, jeśli nie są one jeszcze gotowe. Emitując swoją reklamę za wcześnie, tracisz możliwość pozyskania stałych odwiedzających, gdyż osoby wchodzące z tej reklamy nie znajdą na Twojej stronie wartościowych treści. Pusta strona, w budowie, niekiedy „rozsypująca się”, może tylko odstraszać.

Pamiętaj: Działania promocyjne powinieneś podejmować dopiero wówczas, gdy strona wygląda dobrze, zawiera chociaż kilka wartościowych tekstów i sprawia wrażenie tętniącej życiem.

Jest wiele metod promowania stron, które pozwalają na ich szybkie spopularyzowanie. W każdym przypadku wymaga to od Ciebie inwestycji czasu, ale warto :) Z reguły ich skuteczność uzależniona jest od Twojej aktywności i zaangażowania.

5.7.1. Reklamuj się za darmo

W pierwszej kolejności polecamy Ci najprostsze metody promocji Twojej strony, które nie wiążą się z ponoszeniem dodatkowych kosztów. O niektórych z nich pisaliśmy w rozdziale 4.

Po pierwsze:

Wykorzystaj najprostsze sposoby

Zacznij od najprostszych metod promocji swojej strony, o których pisaliśmy w [rozdziale 4.1](#). Umieść adres strony w swoim opisie na

komunikatorze. Możesz dodać też kilka słów zachęty. Z pewnością zajrzą tam wszyscy Twój znajomi.

Wykorzystaj siłę podpisów w e-mailach. Będzie to bardzo skuteczne, szczególnie jeśli wysyłasz dużo e-maili (np. gdy wysyłasz życzenia w okresie przedświątecznym).

Po drugie:

Umieszczaj linki na forach dyskusyjnych

Jednym z najpopularniejszych sposobów promocji jest reklamowanie się poprzez fora dyskusyjne. Na początek musisz znaleźć forum odwiedzane przez osoby, które mogą być zainteresowane tematyką Twojej strony.

Przykład

Jeśli masz stronę poświęconą samochodom wyścigowym, odpowiednie będzie forum o motoryzacji albo o samochodach. Gdy masz bloga poświęconego kuchni polskiej, poszukaj forum o gotowaniu, forum z przepisami kulinarnymi albo forum dla nowoczesnej pani domu.

Adres swojej strony możesz wpisać prawie na każdym forum **w swoim profilu** w polu „Strona WWW”. Jeśli nie jest to zabronione w regulaminie, swoją reklamę (adres strony i krótki, zachęcający opis) możesz umieścić również **w stopce** lub w podpisie. Ale to dopiero początek...

Liczba linków, jakie pojawią się na forum, oraz skuteczność tej reklamy będzie zależała od ilości i jakości napisanych przez Ciebie postów. Stąd też kolejnym krokiem jest **aktywne włączanie się**

w dyskusje. Wybieraj te tematy, w których czujesz się najlepiej. Odpowiednie będą również wątki związane z tematyką Twojej strony. W swoich wypowiedziach daj się poznać jako ekspert — pisz rzeczowo, używaj poprawnej polszczyzny. Musisz zawsze kulturalnie odpowiadać na pytania innych i nigdy nikogo nie obrażać. Pamiętaj, **jesteś wizytówką swojej strony.**

Zanim umieścisz swój link w poście, sprawdź, czy jest to zgodne z regulaminem. Ponadto nie przesadzaj z liczbą linków, ponieważ Moderatorzy forum uznają to za [spam](#) i zablokują Twoje konto.

Możesz pisać na wielu różnych forach dyskusyjnych. Pamiętaj jednak, że nie wszystkie fora pozwalają na reklamowanie stron przez podawanie linków do nich i nie wszystkie oferują możliwość dodawania adresów stron w profilu użytkownika!

Po trzecie:

Wymieniaj się linkami, bannerami i buttonami z innymi stronami

Swoją stronę możesz promować również na innych stronach na zasadzie wymiany. Ty wydzielasz na swojej stronie miejsce na umieszczanie reklam pochodzących z innych stron, a w zamian otrzymujesz na innych stronach miejsce na swoją reklamę. W ten sposób możesz wymieniać się linkami, bannerami, buttonami i innymi reklamami.

Skuteczność tej metody zależy przede wszystkim od właściwego doboru miejsca, w którym będzie umieszczona reklama, oraz od atrakcyjności samej reklamy. Najlepiej, jeśli Twoja reklama pojawi się na stronie odwiedzanej przez dużą grupę osób należących do Twojej grupy docelowej.

Stron zainteresowanych wymianą możesz szukać samodzielnie — przeglądając strony o podobnej tematyce i wysyłając zapytania do administratorów. Możesz też skorzystać z serwisów ogłoszeniowych lub poszukać ofert na stronach poświęconych promocji stron, np. [Forum serwisu ReklamaStron.pl](#). Jeśli zależy Ci na szybkiej wymianie linków, bannerów lub buttonów, możesz wybrać pośrednictwo systemów wymiany — niestety, mają one dużo wad.

Po czwarte:

Współpracuj z innymi stronami

Jeśli znajdziesz stronę, która przedstawia treści będące uzupełnieniem tematyki Twojej strony, zaproponuj współpracę.

Przykład

Jeśli masz stronę tematyczną o piłce siatkowej mężczyzn, możesz współpracować np. ze stroną poświęconą siatkówce kobiet, piłce plażowej albo stronami poświęconymi poszczególnym zespołom lub blogami zawodników. Gdy prowadzisz bloga o kuchni polskiej, do współpracy możesz zaprosić np. blogi na temat kuchni włoskiej czy francuskiej albo strony poświęcone dietetyce.

Wymieniajcie się linkami, buttonami i bannerami oraz innymi tekstami reklamującymi strony. Organizujcie wspólne przedsięwzięcia — konkursy, działania edukacyjne, akcje promocyjne. Możecie np. stworzyć wspólne forum dyskusyjne, wydać wspólnego ebooka albo wymieniać się artykułami lub ich fragmentami.

Współpracować możesz również ze stronami, których autorami są Twoi znajomi. Na pewno wówczas łatwo będzie znaleźć

wspólny język i ustalić zasady współpracy, które zadowolą obie strony.

Po piąte:**Dodawaj swoją stronę do katalogów i toplist**

Informacje o swojej stronie możesz umieścić również w katalogach i na toplistach. Wybieraj tylko te najpopularniejsze i związane z tematyką Twojej strony.

Zwróć uwagę, że dodanie strony do niektórych katalogów stron i toplist związane jest z koniecznością umieszczenie na Twojej stronie linków, buttonów lub bannerów do nich.

Po szóste:**Podawaj adres swojej strony w profilach i wizytówkach w różnych serwisach**

Reklamę swojej stronie możesz zrobić na różnych serwisach społecznościowych. **Korzystaj z każdej możliwości dodania informacji o własnej stronie** do swojej wizytówki lub profilu użytkownika w serwisach randkowych, aukcyjnych, Wiki itp.

Po siódme:**Komentuj artykuły, wpisuj się do ksiąg gości**

Wiele serwisów i blogów przy okazji komentowania artykułów oraz wpisów do księgi gości pozwala na wpisanie przez użytkownika adresu swojej strony WWW. Skorzystaj z tej okazji. Zwróć jednak uwagę na to, że **bezwartościowe komentarze do artykułów i wpisy do księgi gości mogą zostać usunięte wraz z adresem Twojej strony.**

Po ósme:**Pisz artykuły do dalszego przedruku**

Zamieszczaj swoje artykuły w serwisach, które udostępniają materiały do przedruku, np. Artelis.pl. Publikując tam swoje teksty, możesz zamieszczać linki do własnej strony. Jak przygotować dobry artykuł do dalszego przedruku — pisaliśmy już w [rozdziale 4.2.2](#).

Po dziewiąte:**Twórz filmy i prezentacje**

Produkuj różnego rodzaju filmy lub prezentacje zawierające „w tle” linki do Twojej strony i umieszczaj je w serwisach pozwalających na ich udostępnianie — takich jak YouTube czy Google Video. Do ich rozpowszechniania próbuj wykorzystać [marketing wirusowy](#).

Po dziesiąte:**Stwórz kurs mailowy**

Napisz własny kurs mailowy promujący Twoją stronę. Jeśli jeszcze nie wiesz jak to zrobić, zajrzyj do [rozdziału 6.6](#).

I na koniec:**Szukaj dobrych pomysłów**

Sprawdź stronę [ReklamaStron.pl](#), gdzie znajdziesz jeszcze więcej darmowych porad, jak skutecznie promować swoją stronę. Ponadto przeczytaj darmowego ebooka [Jak zwiększyć ruch na stronie WWW](#).

5.7.2. Płatne metody promocji strony

Być może uznasz, że darmowe sposoby promocji strony są mało skuteczne albo zbyt czasochłonne. Wówczas możesz wybrać inne rozwią-

zanie, które wymaga inwestycji pieniędzy. Jednakże również w tym przypadku będziesz musiał poświęcić trochę czasu na wybór najlepszego sposobu promocji.

Zainwestuj w reklamę internetową

Możesz wykupić miejsce na linki, bannery i buttony, które będą wyświetlać się na innej stronie. Pewną alternatywą jest [mailing](#) promujący Twoją stronę. W każdym przypadku musisz dobrze wybrać miejsce umieszczania reklamy. **Najlepsze będą strony i mailingi, które są kierowane do osób należących do Twojej grupy docelowej.** Wybieraj więc reklamy skierowane do internautów zainteresowanych tematyką Twojej strony (np. wykorzystaj Google AdWords). Więcej informacji o wykorzystaniu płatnych form reklamy możesz przeczytać w [podrozdziale 6.2.](#)

Zleć reklamę swojej strony firmie

Promcję swojej strony możesz zlecić agencji reklamowej. Wówczas nie będziesz musiał tracić czasu na wybór odpowiedniego miejsca na reklamę, ale też będziesz miał mniejszy wpływ na całokształt działań reklamowych.

Najczęściej spotykaną płatną usługą promocji strony w Internecie, oferowaną przez wiele firm, jest [pozycjonowanie](#). Co to jest pozycjonowanie i jak samemu promować stronę przez pozycjonowanie — dowiesz się w kolejnym podrozdziale.

5.7.3. Pozycjonowanie strony

Sposobem na pozyskanie odwiedzających jest uzyskanie wysokiej pozycji w wyszukiwarkach. Chodzi o to, aby Twoja strona pojawiała się

na pierwszych miejscach wyszukiwarki. Wszystkie działania, które mają do tego prowadzić, nazywamy pozycjonowaniem.

Pozycjonowanie swojej strony zacznij od wybrania pojedynczych słów lub całych fraz (2–5 wyrazów), które odzwierciedlają treść strony — tzw. słowa i frazy kluczowe.

Przykład

Jeśli prowadzisz bloga o pielęgnacji psów, odpowiednie będą frazy: „pielęgnacja psów”, „zabiegi pielęgnacyjne dla psa”, „pielęgnacja psa” itp.

Dobrze jest z jednej strony — wybierać takie słowa, które najprawdopodobniej będą wpisywane przez internautów w okienko wyszukiwarki, z drugiej zaś — dobrze jest unikać takich słów i fraz, które są bardzo popularne (np. „blog”, „strona”, „forum”).

Pozycjonowanie strony polega przede wszystkim na **odpowiednim przygotowaniu strony** oraz **umieszczeniu linków do niej w Sieci**. Oczywiście w obu przypadkach musi być to działanie przemyślane.

W pierwszej kolejności musisz zająć się właściwym przygotowaniem strony. W przypadku, gdy tworzysz swoją stronę z wykorzystaniem kreatora, wówczas możesz nie mieć dostępu do wszystkich opisanych tutaj opcji.

Kod strony powinien zawierać słowa/frazy kluczowe, na które chcesz, aby Twoja strona była wyszukiwana (np. opisana wyżej „pielęgnacja psa”). Umieszczaj je zarówno w tekście (widocznej treści

5.7. Promowanie własnej strony

strony), jak i w podpisach rysunków i linków (tj. w parametrach „title” i „alt”) oraz w sekcji META.

Postaraj się wyróżniać słowa kluczowe w tekście, stosując np. czcionkę **pogrubioną**, *pochyloną* lub podkreśloną. Ponadto dodawaj je do nagłówków.

Chociaż duża liczba słów/fraz kluczowych w kodzie strony jest pożądana, to nie należy z nimi przesadzać!

Zwróć uwagę na to, że **wyższe pozycje w wyszukiwarkach uzyskują z reguły te strony, które są systematycznie aktualizowane** — wyszukiwarki promują nowości, bo internauci szukają aktualnych wiadomości. Zatem nie zapominaj o zasadach tworzenia dobrej strony, opisanych w podrozdziale 5.5.2.

W pozycjonowaniu Twojej strony bardzo ważne są również linki prowadzące z jednej podstrony do innych. Pozwalają one poprawnie zindeksować wszystkie podstrony serwisu. Dlatego umieszczaj linki łączące podobne tematycznie podstrony. Staraj się też używać krótkich adresów strony (unikaj wielu parametrów). Dobrze jest także, gdy adres domeny i subdomeny, na której znajduje się strona, zawiera słowa/frazy kluczowe.

Dla lepszego wypozycjonowania strony wskazane jest **przygotowanie mapy strony**, czyli spisu wszystkich jej podstron. Możesz ją zrobić jako jedną podstronę serwisu lub w postaci pliku XML.

Gdy poprawnie przygotujesz kod i treść swojej strony, powinieneś zatroszczyć się również o wartościowe linki prowadzące do Twojej strony, tzw. linki zewnętrzne. Możesz je pozyskiwać, korzystając zarówno z darmowych metod promocji strony przedstawionych w podrozdziale 5.7.1, jak i płatnych (podrozdział 5.7.2). Pamiętaj,

aby w tekście odnośnika umieszczać swoje [słowa i frazy kluczowe](#). Zwróć też uwagę, że lepsze efekty w pozycjonowaniu daje umieszczanie linków na stronach o podobnej tematyce i z wyższym rankingiem ([PageRank](#)).

Bez względu na to, czy sam będziesz pozycjonował swoją stronę, czy też zlecisz pozycjonowanie firmie, efekt nie będzie natychmiastowy. Często trzeba będzie na niego poczekać od kilku dni do nawet kilkunastu tygodni (w szczególnych przypadkach). Pamiętaj też, że **pojawienie się Twojej strony na pierwszych miejscach w wynikach wyszukiwania jest powodem do dumy, a nie do zakończenia procesu pozycjonowania.**

Każdego dnia powstają dziesiątki tysięcy nowych stron, które są pozycjonowane w podobny sposób do Twojej strony. Jeśli Ty zakończysz ten proces, wówczas inne mogą znaleźć się wyżej w wynikach. Twoja strona tylko wtedy będzie stale wyświetlana na pierwszych miejscach, gdy będziesz ją systematycznie pozycjonować.

Więcej o podstawach pozycjonowania możesz dowiedzieć się z darmowego fragmentu ebooka pod tytułem [„Pozycjonowanie dla początkujących”](#). Znajdziesz w nim wiele przydatnych informacji, które wyjaśnią Ci skomplikowany proces pozycjonowania.

6. Zaawansowane sposoby promocji

W poprzednich rozdziałach zapoznałeś się z najprostszymi sposobami zarabiania w ZPP. Teraz czas na bardziej zaawansowaną wiedzę, dzięki której będziesz mógł osiągać jeszcze większe zyski. W tym rozdziale dowiesz się, jak korzystać z kampanii oraz jak nie stracić, inwestując własne pieniądze w reklamę. Pokażemy Ci także, jak stworzyć indywidualną ofertę reklamową, jak pisać teksty promocyjne oraz jak formułować treść odnośników, żeby zachęcić internautów do zakupu. Ponadto wskażemy Ci możliwość wykorzystania kursów e-mailowych w skutecznej promocji i sprzedaży.

Dodatkowo będziesz mógł tutaj znaleźć informacje o udostępnianych przez nas danych w formacie [XML](#), o których wspominaliśmy już w [rozdziale 3](#). Dowiesz się, jak je wykorzystać przy tworzeniu własnej strony.

Natomiast na końcu rozdziału napisaliśmy kilka słów o płatnych narzędziach polecanych przez twórców Złotego Programu. Oczywiście to, czy będziesz ich używać w swojej działalności internetowej, zależy wyłącznie od Ciebie.

6.1. Jak wykorzystać kampanie w promocji?

Kampanie to narzędzie służące do śledzenia skuteczności podejmowanych działań. Stworzysz je poprzez dodanie odpowiedniego unikalnego elementu do linku umieszczanego w jakimś miejscu (w jakiejś reklamie). Dzięki nim **możesz śledzić, ile osób przyszło do**

nas dzięki tej reklamie (z tego miejsca), gdyż w statystykach zobaczysz informacje o wejściach i zakupach dokonanych w ramach danej kampanii.

Kampanie to szansa dla Ciebie na badanie skuteczności swoich różnych działań promocyjnych i skupianie się na tych działaniach, które przynoszą efekty, a ograniczanie tych, które są zupełnie nieopłacalne.

Stworzyliśmy Ci możliwość dodawania do Twoich [linków partnerskich](#) nazw kampanii, które są rozpoznawane przez nasz system i odnotowywane w statystykach. Dzięki tym wybranym przez Ciebie specjalnym identyfikatorom możesz dokładnie wiedzieć, w które linki internauci klikają najchętniej oraz które z nich są dla Ciebie **najbardziej opłacalne** — dzięki którym z nich pozyskujesz najwięcej Klientów i otrzymujesz najwyższe prowizje.

Dodanie do linków wykorzystywanych w każdej reklamie innego identyfikatora kampanii **pozwoli Ci śledzić wejścia i zakupy** dokonane dzięki tej reklamie i tym samym określać, czy pieniądze wydane na tę reklamę (czas przeznaczony na jej przygotowanie) przyniosły zadowalające zyski.

Już link zawierający w sobie [Twoją Nazwę](#) w postaci /TwojaNazwa,1/ ma w sobie identyfikator domyślnej kampanii nazwanej przez nas „1”. Jeśli w takim linku zamiast 1 wstawisz inną liczbę (np. 2, 35 czy 127) lub jakiś ciąg znaków alfabetu łacińskiego bez polskich znaków⁴ (np. abc, gora, mail) — to w statystykach zobaczysz informację o wejściach z kampanii o wybranej przez Ciebie nazwie.

⁴ Dla przypomnienia — są to następujące litery: ą, ć, ę, ł, ń, ó, ś, ź, ż.

Przykład

W Panelu Partnera znajdziesz np. link do promowania ebooka „Dekalog myślącego kierowcy” — w postaci:

<http://zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/publication/show/6175/Dekalog-Myslacego-Kierowcy.html>

Wejścia przez ten link w swoich statystykach zobaczysz jako wejścia z kampanii 1.

Załóżmy jednak, że w tym samym czasie reklamujesz tego ebooka w stopce swojej strony, za pomocą recenzji na stronie oraz [mailingiem](#) i chciałbyś wiedzieć, która z tych reklam przynosi Ci najlepsze efekty. Tu właśnie z pomocą przychodzą Ci kampanie. Możesz stworzyć 3 linki:

(1) dla kampanii „stopka”:

<http://zlotemysli.pl/TwojaNazwa,stopka/publication/show/6175/Dekalog-Myslacego-Kierowcy.html>

(2) dla kampanii „recenzja”:

<http://zlotemysli.pl/TwojaNazwa,recenzja/publication/show/6175/Dekalog-Myslacego-Kierowcy.html>

(3) dla kampanii „mailing”:

<http://zlotemysli.pl/TwojaNazwa,mailing/publication/show/6175/Dekalog-Myslacego-Kierowcy.html>

Link (1) umieścisz w stopce strony, link (2) w recenzji, a link (3) w mailingu i dzięki temu będziesz w statystykach mógł śledzić liczbę wejść przez każdy z tych linków jako odpowiednią kampanię (1) — stopka, (2) — recenzja i (3) — mailing.

Oczywiście **możesz wybrać również inne nazwy dla swoich kampanii**, np. reklama1, reklama2, reklama3 — lub krótsze: r1, r2 i r3.

Linki do promowania poszczególnych publikacji z identyfikatorem kampanii możesz generować po wejściu do sekcji [Narzędzia](#) w zakładce Linki — na dole strony wpisujesz wybrany przez siebie identyfikator kampanii i klikasz „Wygeneruj” (więcej o tej zakładce przeczytasz w [rozdziale 3](#)). Wygenerowane linki umieść w odpowiednich miejscach swojej strony lub w reklamach.

Informacje o skuteczności prowadzonych przez Ciebie kampanii znajdziesz w statystykach, w zakładce o nazwie „Kampanie”. Dane dla danej kampanii uzyskasz, klikając w jej nazwę.

Kampanie są bardzo ważne przy ocenianiu skuteczności i opłacalności podejmowanych działań, co jest szczególnie istotne przy korzystaniu z płatnych form reklamy, o których przeczytasz już w kolejnym podrozdziale.

6.2. Wykorzystanie płatnych form reklamy

Kupowanie reklam pozwala na skuteczne zarabianie bez posiadania strony WWW, ale może być również świetnym narzędziem do promocji witryny, gdy już ją masz. Przeczytaj ten podrozdział, a dowiesz

się, jak można skutecznie wykorzystać potencjał płatnej reklamy w nowoczesnych działaniach [e-marketingowych](#)!

Jeżeli nie masz własnej strony WWW, to oprócz najprostszych form polecenia naszych produktów możesz wykorzystywać także **reklamy na cudzych stronach i [listach mailingowych](#)**. Gdy zdecydujesz się na kupienie np. [mailingu](#), będziesz w nim polecał wybrane produkty naszego Wydawnictwa i kierował potencjalnych Klientów przez odpowiednie [linki partnerskie](#) do stron sprzedających publikacje i szkolenia. W tym przypadku zarobisz w momencie, gdy przekonasz odpowiednią liczbę odbiorców oferty do dokonania zakupu.

Jeśli masz własny serwis, w którym masz przedstawioną ofertę naszych produktów, możesz skupić się na budowaniu marki i reklamować wyłącznie serwis, ale możesz również wykorzystywać płatną reklamę do promocji tych naszych produktów, które nie pasują do tematyki Twojej strony.

Możesz w ten sposób osiągnąć duże zyski, ale tylko pod warunkiem, że wybierzesz dobrą formę reklamy i przygotujesz odpowiednią jej treść.

6.2.1. Jaką reklamę wybrać?

W Sieci znajdziesz oferty sprzedaży różnych reklam. Najwięcej ofert, w tym fantastyczne okazje — możliwość wykupienia reklamy w e-mailach i na stronach WWW za śmiesznie małe pieniądze — możesz znaleźć na aukcjach internetowych (np. [Allegro](#)). Sprzedawcy oferują m.in. linki lub bannery (buttony) umieszczone na określony czas na różnych stronach, mailingi wysyłane do osób zapisanych na różne listy mailingowe i wiele innych.

Przed zakupem skontaktuj się ze sprzedającym i poproś o jak najwięcej szczegółów dotyczących oferowanej przez niego reklamy. Najważniejsze dla Ciebie będzie w tym przypadku zebranie informacji o cechach osób, do których ona trafi, gdyż pozwoli Ci to w treści reklamy podkreślać najważniejsze dla tej grupy docelowej cechy polecanego produktu.

W przypadku zakupu mailingu **upewnij się, że wszystko odbędzie się zgodnie z prawem** i odbiorcy reklam wyrazili zgodę na ich otrzymywanie, gdyż w przeciwnym wypadku sprzedawca może się „rozpuścić”, a Ty zostaniesz oskarżony o [spamowanie](#). Warto tu zachować szczególną ostrożność przy kupowaniu bardzo tanich mailingów, ponieważ mogą one nie przynieść oczekiwanych rezultatów i może się okazać, że była to zmarnowana inwestycja. Zachęcamy Cię do [przeczytania tego artykułu](#) — jest to test skuteczności mailingów z Allegro.

Przy okazji: aukcje internetowe to również doskonałe miejsce, aby [przedsprzedać](#) książki — więcej o tym, jak to dobrze robić, przeczytasz w [rozdziale 7](#).

Wróćmy jednak do reklam na stronach WWW.

Często możesz przekonać właściciela danego serwisu WWW do przeprowadzenia taniej kampanii próbnej. Obiecaj mu, że w przypadku dobrego wyniku wykupisz większą [kampanię reklamową](#) — i koniecznie dotrzymaj słowa.

I na koniec: jeśli kupujesz reklamę, niech to raczej nie będzie reklama bannerowa. Bannery mają niską skuteczność (zarówno [CTR](#), jak i — niestety — [CR](#)) i możemy z dużą dozą pewności przewidzieć, że koszty reklamy bannerowej nie zwrócą Ci się w pełni. **Bannerów używaj tylko w przypadku, gdy masz własną stronę, za re-**

klamę na której nie musisz nikomu płacić i masz na niej dużo wolnego miejsca. Możesz wtedy skorzystać z bannerów do polecania produktów z naszego programu partnerskiego — oczywiście nie będzie to rozwiązanie optymalne, ale nawet bannery są lepsze niż brak jakiegokolwiek reklamy.

6.2.2. Jak na tym nie stracić?

Jak widzisz, zarabianie dzięki kupowaniu reklam wymaga nie tylko poświęcenia czasu (na poszukiwanie legalnych i atrakcyjnych ofert), ale przede wszystkim nakładu finansowego. Nie musi to być duża kwota, gdyż **mając już kilkadziesiąt złotych, możesz kupić skuteczną reklamę**, ale niestety zawsze na początek potrzebna jest inwestycja. Później zarobione dzięki niej pieniądze będziesz mógł reinwestować w kolejną... i kolejną... i kolejną... aż osiągniesz właściwy dla siebie pułap zysków z PP.

To działa, ale wymaga od Ciebie sporej ostrożności i uwagi w przygotowywaniu i publikowaniu oferty.

Pierwszym założeniem musi być rzecz jasna **opłacalność reklamy**. Najprościej jest ją traktować jako różnicę pomiędzy poniesionymi nakładami a zarobionymi prowizjami pomniejszonymi o podatki.

Jeśli rozważasz wykupienie reklamy ebooka o cenie X złotych za kwotę Y złotych, to powinieneś obliczyć sobie, ile ebooków musisz sprzedać, aby Twoje prowizje pokryły koszty. Następnie porównaj tę wartość z liczbą ebooków, które powinno Ci się udać sprzedać dzięki tej reklamie, oszacowaną na podstawie informacji otrzymanych od sprzedawcy.

Obliczenia warto zacząć od wykorzystania danych, które są pewne, czyli kosztu reklamy, ceny promowanego ebooka i wielkości prowizji.

Przykład

Niech reklama ebooka, nad której zakupem się zastanawiasz, kosztuje 30 złotych (brutto), a reklamowany ebook niech kosztuje 49,97 zł (również brutto).

Jeśli współpracujesz z nami jako osoba fizyczna, aby opłaciło Ci się wydać 30 złotych, musisz dzięki temu zarobić **około 36 złotych**, gdyż przy wypłacie ponad 5 złotych fiskus zabierze Ci jako podatek dochodowy od osób fizycznych.

Obliczmy więc teraz, ile wyniesie Twoja prowizja od sprzedaży jednej sztuki polecanego ebooka. Przy cenie brutto 49,97 zł cena netto wynosi 40,96 zł, czyli Twoja **bezpośrednia prowizja** (25%) od zakupu tego produktu wyniesie **10,24 zł**. Tę kwotę możemy więc przyjąć jako podstawę naszych obliczeń (lepiej nie zakładać, że dostaniesz pełną prowizję w wysokości 40%, gdyż ktoś inny może już mieć gwarantowane 15% wiecznej prowizji od danego Klienta). **Planując ostrożnie, pozbywasz się ryzyka przykrych niespodzianek.**

Mając te dane, łatwo zauważyć, że dopiero sprzedaż 4 ebooków da Ci zarobek przewyższający 36 zł, gdyż:

$$3 \times 10,24 \text{ zł} = 30,72 \text{ zł}$$

$$4 \times 10,24 \text{ zł} = 40,96 \text{ zł}$$

Podsumowując: **koszty tej reklamy na pewno Ci się zwróca, jeśli dzięki niej sprzedasz co najmniej 4 ebooki.** Wprawdzie Klienci, którzy dokonali zakupu, mogą potem kupić inne książki i w ten sposób powiększyć Twoje dochody — ale zalecamy ostrożność w takim planowaniu. Lepiej, jeśli uzyskasz dodatkowe zyski, niż miałbyś stracić, przyjmując optymistyczne założenia.

W drugiej części obliczeń musisz wykorzystać dane otrzymane od osoby sprzedającej Ci reklamę lub będące efektem wcześniejszych Twoich doświadczeń z reklamami kupowanymi od tego sprzedawcy. Potrzebować tu będziesz w szczególności informacji o tym, jak kształtują się wskaźniki [CTR](#) oraz [CR](#) dla kupowanej przez Ciebie reklamy.

Przykład

Załóżmy, że reklama z poprzedniego przykładu jest nazwana przez Sprzedającego „2000 wyświetleń za 30 złotych”, a Ty przeprowadziłeś już wcześniej obliczenia i wiesz, że dla ceny 30 złotych inwestycja Ci się opłaci, jeśli dzięki tej reklamie pozyskasz 4 Klientów.

To wciąż jest zbyt mało informacji, gdyż potrzebne Ci są wskaźniki CTR oraz CR, a przede wszystkim musisz wiedzieć, **jaki rodzaj reklamy kupujesz**. Jeśli będzie to 2000 wyświetleń banera, wtedy — bez względu na deklaracje sprzedającego taką reklamę — masz małe szanse nie tylko na zyski, ale nawet na odzyskanie zainwestowanej kwoty, gdyż może się okazać, że banner się wyświetli dwa tysiące razy, ale na promowaną nim stronę wejdą zaledwie 4 osoby i żadna z nich nie zdecyduje się na zakup.

Inaczej natomiast będzie w przypadku, gdy kupowana przez Ciebie reklama to 2000 wyświetleń strony z ofertą ebooka, a od sprzedającego wiesz, że policzy on tylko unikalne wizyty. W tym przypadku masz dwa tysiące szans na nakłonienie Klientów do zakupu. Przekonanie 4 osób z tak licznej grupy jest prawie pewne, gdyż przygotowane przez nas teksty promocyjne są naprawdę skuteczne. Pamiętaj więc, aby przed zakupem zapytać sprzedawcę o to, ile unikalnych wizyt z reklamy gwarantuje i jaki jest CR w przypadku sprzedawanych przez niego reklam.

Gdyby okazało się, że kupujesz 2000 gwarantowanych wizyt na stronie, a CR tej reklamy to 5% (czyli 5 osób z każdych 100 osób, które wejdą na reklamowaną stronę, wykona oczekiwaną przez Ciebie akcję tzn. kupi ebooka), to kupienie takiej reklamy byłoby dla Ciebie doskonałym interesem — 5% z 2000 to 100 i **teoretycznie powinienesz dzięki tej reklamie sprzedać 100 ebooków**, co jest rezultatem 25 razy lepszym niż potrzebna Ci minimalna liczba — 4 sprzedane ebooki.

Widzisz więc, że wykupiona przez Ciebie reklama musi być **możliwie tania** (aby zainwestowane w jej zakup pieniądze zwróciły się przy jak najmniejszej liczbie sprzedanych egzemplarzy), a przy tym **maksymalnie skuteczna** (abyś mógł dzięki niej sprzedać jak najwięcej sztuk). Tylko wtedy osiągniesz największy zysk.

Zwróć także uwagę na to, że na Twoje zyski będzie wpływać:

- wartość sprzedawanego produktu (tańszy zapewne kupi więcej osób, ale aby zarobić taką samą kwotę, będziesz musiał sprzedać więcej sztuk)
- oraz odpowiedni dobór produktu do odbiorców reklamy.

Nawet jeśli osoby te tydzień wcześniej otrzymały reklamę żelazka i kupiły 30 sztuk, nie zakładaj, że dziś kupią 30 sztuk ebooka [„Programy partnerskie w praktyce”](#) — programy partnerskie mogą ich zupełnie nie interesować i dziś nie kupią nawet jednej sztuki.

Dotychczas pisaliśmy o zastosowaniu płatnej reklamy do promowania konkretnej publikacji z naszej oferty. Co jednak w sytuacji, gdy chcesz ją wykorzystać do przyciągania nowych odwiedzających na Twoją stronę WWW czy też zdobycia nowych subskrybentów do

własnej [listy mailingowej](#)? W takim przypadku nie będzie przecież chodziło o zarobienie konkretnej kwoty już dziś, ale o budowanie sobie **źródła dochodów na przyszłość**.

Tu szacowanie opłacalności jest również możliwe, choć będzie nieco trudniejsze. Na początku będziesz musiał to robić nieco w ciemno, ale później przekonasz się, że jeden nowy subskrybent może mieć naprawdę dużą wartość, w przeliczeniu na pieniądze — nawet do kilkudziesięciu złotych. Wartość osoby zapisanej na Twoją listę mailingową możesz ocenić, dzieląc zyski uzyskane przez Ciebie z jednego [mailingu](#) wysłanego do osób zapisanych na Twoją listę przez liczbę tych osób.

Bez względu na stawiany przed nią cel (sprzedać jakiś produkt, wypromować stronę, zdobyć nowych czytelników) — **Twoja reklama może spełnić stawiane przed nią zadania tylko wtedy, gdy jest odpowiednio przygotowana**. Dla reklam graficznych szczególnie istotny będzie dobór treści i formy baniera lub buttona do gustu gości strony, na której zostaną zamieszczone. Chodzi tu o wybór pomiędzy reklamą statyczną a dynamiczną oraz właściwy dobór grafiki i czcionki użytej w tekście.

W przypadku reklam e-mailowych sekret sukcesu leży przede wszystkim w dobrze napisanej ofercie reklamowej (podstawowe informacje o tym, jak tworzyć taką ofertę, znajdziesz w dalszej części tego rozdziału) oraz skierowaniu jej do odpowiednio dobranej listy odbiorców. Musisz więc znów zadać sobie pytanie: **„Do kogo kierować reklamy?”**.

Czy pamiętasz o grupie docelowej? Jeśli skierujesz reklamę do niewłaściwych ludzi, stracisz zainwestowane w nią pieniądze. **Zacznij**

więc od określenia możliwych grup docelowych dla wybranego produktu.

Dopiero pamiętając o tych grupach docelowych, zacznij się rozglądać za płatnymi reklamami, których odbiorcami będą właśnie osoby o interesujących Cię cechach.

6.2.3. Korzyści i zagrożenia wynikające z wykorzystania płatnej reklamy

Znasz już formy reklamy, których stosowanie zalecamy, oraz wiesz, na co zwracać uwagę, aby nie stracić pieniędzy zainwestowanych w reklamę. Może więc czas, abyś spróbował swoich sił? Oczywiście nie musisz tego robić, ale chcemy, abyś wiedział, że to właśnie **dzięki płatnej reklamie:**

- możesz promować dowolne produkty, nie posiadając stron WWW skierowanych do odpowiedniej grupy docelowej;
- możesz szybko zacząć zarabiać, gdy dopiero zaczynasz przygodę z programami partnerskimi i jeszcze nie masz swojej strony internetowej;
- masz szansę na duże zyski, jeśli wykupisz reklamę do odpowiedniej grupy ludzi;
- stworzysz sobie stały pasywny dochód w postaci prowizji wiecznej i prowizji z drugiego poziomu.

Pamiętaj jednak także o niedogodnościach związanych z zakupem reklam. Gdyż ten sposób promocji wiąże się z:

- nakładami finansowymi — płacenie za reklamy;
- pewnym ryzykiem ([kampania reklamowa](#) może się okazać nieopłacalna);

– koniecznością stałego nadzoru.

Nawet jeśli nie jesteś gotowy na ponoszenie ryzyka i kosztów związanych z reklamą płatną, zawsze możesz wykorzystać indywidualną ofertę reklamową, o której piszemy w kolejnym podrozdziale.

6.3. Indywidualna oferta reklamowa

Najprościej mówiąc: indywidualna oferta reklamowa to taka oferta, która została napisana pod konkretną publikację i jej celem jest zachęcanie do sprzedaży tylko tej publikacji. Gdybyś napisał w ofercie o kilku ebookach, to oferta przestała by być indywidualna i skupiała by się na promowaniu kilku produktów. Głównym założeniem takiej oferty jest **maksymalizacja sprzedaży tylko jednego wybranego produktu**, skupiamy się w tym wypadku na konkretnej rzeczy, zamiast na kilku.

Dzięki takiemu rozwiązaniu promujesz i sprzedajesz przykładowo tylko jednego ebooka, ale skuteczność takiej oferty wzrasta kilkakrotnie w stosunku do przypadku promowania wielu produktów na jednej podstronie serwisu.

Tę metodę można doskonale wykorzystać do promocji publikacji i szkoleń Wydawnictwa Złote Myśli wśród odpowiednio dobranych osób, które będą nimi zainteresowane. Indywidualna oferta reklamowa na stronie świetnie się do takich zadań nadaje.

Możesz napisać taką ofertę i umieścić ją na [ministronie](#) bądź podstronie Twojego serwisu, co pozwoli Ci na skuteczną promocję produktów skierowanych do wybranej grupy ludzi.

Jak wiadomo, moŹesz przy tworzeniu oferty wykorzystywać standardowe narzędzia, które Ci dostarczamy w Panelu Partnera, ale jeŹeli chcesz uzyskać jeszcze większą skuteczność w swoich działaniach, to **musisz pomyśleć o samodzielnym tworzeniu tekstów reklamowych, które będą unikalne, niepowtarzalne i skutecznie zachęcą Klienta do dokonania zakupu.**

O tym, jak to zrobić, dowiesz się z kolejnego podrozdziału.

6.4. Jak pisać teksty, które sprzedają, czyli krótki kurs copywritingu

Pisanie tekstów skutecznie promujących produkty wymaga znajomości podstawowych zasad marketingu, których moŹesz się nauczyć. Pewne jest to, Źe aby zachęcić Klienta do dokonania zakupu, musisz go przede wszystkim zainteresować produktem. JednakŹe to nie jest jedyna rzecz, o której musisz pamiętać, przygotowując teksty na swoją stronę WWW czy do [mailingu](#).

Pamiętaj: Podstawową zasadą przy pisaniu tekstów reklamowych jest zasada AIDA.

Nazwa zasady AIDA nie jest przypadkowa — pochodzi ona od pierwszych liter angielskich słów „Attention, Interest, Desire, Action”, określających kolejne kroki poprawnego postępowania przy tworzeniu tekstu reklamowego.

Attention, czyli **uwaga** — oznacza, Źe w pierwszej kolejności musisz zwrócić uwagę Klienta, przyciągnąć go do miejsca, gdzie znajduje się tekst reklamowy.

Interest, czyli **zainteresowanie** — oznacza, że treść przygotowanej przez Ciebie reklamy musi być interesująca z punktu widzenia Klienta.

Desire, czyli **potrzeba** — oznacza, że musisz w treści wskazać Klientowi, do czego potrzebny jest mu reklamowany produkt (jakie jego potrzeby może zaspokoić).

Action, czyli **akcja** — oznacza, że musisz tekstem sprowokować działanie Klienta (np. prosząc go o coś lub zachęcając go do czegoś — ale nigdy nie zmuszając).

Jednakże te cztery kroki przy pisaniu tekstu reklamowego mogą okazać się niewystarczające, jeśli Klientowi zabraknie zaufania do oferty. Pisząc ofertę, musisz **wzbudzać zaufanie**.

Przykład

Niech tekst promocyjny dotyczy ebooka „Dekalog myślącego kierowcy”. W pierwszej kolejności musisz **zwrócić uwagę Klientów**. Do tego najlepiej nadaje się **nagłówek reklamy**. Może to być chwytliwe zdanie napisane czcionką większą i innego koloru niż pozostała część oferty, a jako dodatek możesz umieścić przyciągający wzrok obrazek (statyczny lub dynamiczny) — np. okładkę publikacji lub przygotowane przez siebie grafiki.

Na swojej stronie WWW możesz wykorzystywać zdefiniowane wcześniej nagłówki (h1, h2, h3, itp.) lub stworzyć nowy, wyróżniający się styl, który posłuży do sformatowania nagłówka reklamy. Oprócz formy bardzo istotna jest treść nagłówka, która nie może być przypadkowa. To musi być esencja całej oferty! Umieszczaj w nim konkrety (np. budzące zaufanie dane liczbowe), używaj słów mocno oddziałujących, dotyczących potrzeb i słabości potencjalnych Klientów:

*Kto jeszcze chce zaoszczędzić kilkaset złotych
i uniknąć punktów karnych za wykroczenia drogowe?*

Przedstawiony powyżej nagłówek nie tylko rzuca się w oczy, ale również może **zainteresować (a nawet zaintrygować) potencjalnego Klienta** — bo który kierowca nie chce zaoszczędzić kilkuset złotych albo uniknąć punktów karnych?

Jednakże dalsza część Twojego tekstu powinna cały czas podsycać zainteresowanie czytelnika. Możesz do tego wykorzystywać pytania, niedokończone zdania, kontrowersyjne tezy czy też cytaty z wypowiedzi szanowanych osób (w tym innych Klientów!). Dobrze jest, gdy swoim tekstem będziesz oddziaływał na wszystkie zmysły — wzrok, słuch, dotyk, węch...

...i właśnie dlatego powstał niesamowicie praktyczny poradnik „Dekalog Myślącego Kierowcy”, w którym Autor, kierowca, który przejechał blisko milion kilometrów bez ani jednego wypadku, zdradza tajemnice, które pozwolą Ci bezpiecznie przejechać przez życie...

Oczywiście w tekście musisz **wskazać również potrzeby, jakie może zaspokoić ebook** — np. brak zmartwień o mandaty i punkty karne, sprostanie trudnym sytuacjom drogowym, poczucie, że jest się dobrym kierowcą. Możesz to napisać w następujący sposób:

Czy myślałeś kiedyś, jakby to było przemierzać drogi swojego miasta, Polski, Europy i świata, nie martwiąc się ani o mandaty, ani o punkty karne? Czy chciałbyś wiedzieć, jak rozpoznać nieuczciwych kierowców i nie dać się im sprowokować, a także umieć sprostać trudnym drogowym sytuacjom? A może po prostu komplement typu: „Ależ ty jesteś dobrym kierowcą!” — jest dla Ciebie największą motywacją, aby jeszcze lepiej prowadzić?

Gdy już zainteresujesz Klienta publikacją i pokażesz mu korzyści, jakie osiągnie, kupując ebooka, musisz **zachęcić go do działania, czyli do dokonania zakupu**. Możesz to zrobić tak:

Dołącz do reszty szczęśliwców, którzy dzięki „Dekalogowi Myślącego Kierowcy” wiedzą już, jak bezpiecznie przejechać przez życie. Nie zapomnij też o setkach złotych, które zaoszczędzisz dzięki umiejętnościom zdobytym dzięki tej publikacji. Pamiętaj, że nauczysz się bezwypadkowej jazdy, która zagwarantuje Ci najniższe koszty za ubezpieczenia komunikacyjne, a mandaty czy punkty karne będą Ci obce.

*Możesz dokonać zamówienia **już teraz**, korzystając z formularza poniżej, albo ściągnij najpierw darmowy fragment i przekonaj się, jak bardzo skorzystasz na tej publikacji.*

Czyż nie brzmi to przekonująco?

Oczywiście wszystkie elementy zasady AIDA, czyli uwaga, zainteresowanie, potrzeba i akcja, mogą, a nawet **powinny się wzajemnie przenikać** w całym tekście reklamowym, co doskonale widać w cytatach użytych w przykładzie. Nie zaszkodzi więc od razu po wzbudzeniu zainteresowania bardzo delikatnie zasugerować akcję, a przy zachęcaniu do wykonania akcji przypomnieć o potrzebach zaspokajanych przez polecany produkt.

Nie ma wytycznych dotyczących długości tekstu reklamowego, więc może on być naprawdę długi, jeśli tylko przez cały czas jesteśmy w stanie utrzymywać zainteresowanie czytającego.

Pamiętaj też o tym, że cały **Twój tekst musi budzić zaufanie**, które łatwo możesz stracić, pisząc go zupełnie anonimowo lub na-

gminnie stawiając wykrzykniki (!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!). Dobrze będzie natomiast, gdy w tekście oprzesz się na prawdziwych opiniach Klientów czy innych rekomendacjach. Dodatkowo możesz napisać (np. na oddzielnej podstronie), dlaczego tworzysz stronę i promujesz książkę, oraz podać jakieś swoje dane osobowe lub kontaktowe.

Dobrze napisany tekst promocyjny zachęci Klienta do podjęcia działania, a w konsekwencji może prowadzić do zakupu, za który otrzymasz prowizję.

Pamiętaj jednak, że **pisanie takich tekstów wymaga wiedzy, doświadczenia oraz testowania różnych ofert**. Ten temat jest tak rozległy, że nie sposób streścić go w kilku zdaniach, dlatego więcej o [copywritingu](#) przeczytasz w darmowym raporcie, który możesz ściągnąć [stąd](#). Publikacja ta zawiera bardzo dużo wartościowej wiedzy o tym, jak skutecznie można pisać teksty reklamowe.

Oprócz tekstów reklamowych do promowania produktów ZPP możesz wykorzystywać krótkie odnośniki, których treść musi być także zachęcająca. Jak to zrobić? Czytaj w następnym podrozdziale.

6.5. Jak formułować treść odnośników, które generują największą sprzedaż?

Treść odnośnika to bardzo ważna sprawa, ponieważ od niej zależy, czy Klient w niego kliknie. Dlatego taka treść musi przykuwać uwagę i zachęcać do kliknięcia. Równie istotny jest tekst pojawiający się po najechnięciu myszką na link — może dodatkowo pobudzać do działania.

Jak przyciągnąć uwagę Klienta? Dobrym sposobem jest podkreślenie korzyści, jakie może osiągnąć odbiorca reklamy, klikając w link.

Bardzo skuteczny link bądź nagłówek może mieć następującą formę:

Kto jeszcze chce [korzyść] i [korzyść]?

Zachęcisz nim do kliknięcia w link, wskazując dwie korzyści (korzyści dla Twojego potencjalnego Klienta).

Przykład

Dla promocji Złotego Programu Partnerskiego możesz podkreślić następujące korzyści wynikające z przystąpienia do niego:

- korzyść 1: zarabia się spore sumy;
- korzyść 2: nie trzeba się wysilać.

Link reklamowy może wyglądać następująco:

**„Kto jeszcze chce bez wysiłku
zarabiać spore sumy w programach partnerskich?”**

Skuteczny odnośnik może przyjmować również następującą formę:

Dlaczego niektórzy [grupa docelowa] nie mają [problem]?

Zachęcisz nim wskazaną grupę osób do kliknięcia w link poprzez wskazanie problemu, którego mogą uniknąć.

Przykład

Dla promocji Złotego Programu Partnerskiego możesz wskazać możliwość uniknięcia problemu z brakiem pieniędzy.

- grupa docelowa: ludzie;
- problem: brak pieniędzy.

Link reklamowy może wyglądać następująco:

***„Dlaczego niektórzy ludzie
nie mają problemów z pieniędzmi?”***

To dwa bardzo skuteczne przykłady nagłówków. Więcej o nagłówkach i pisaniu skutecznych tekstów reklamowych przeczytasz w darmowym fragmencie ebooka: **„Sztuka pisania perswazyjnych tekstów”**. Publikację możesz pobrać w Panelu Partnera, w sekcji [Narzędzia](#).

Zarówno umiejętność pisania skutecznych tekstów reklamowych, jak i tworzenia skutecznych odnośników i nagłówków będą dla Ciebie przydatne w przypadku tworzenia kursów mailowych, o których przeczytasz więcej w kolejnym podrozdziale.

6.6. Kurs mailowy

Kurs mailowy, zwany też kursem e-mailowym czy mailingowym, to po prostu cykl wiadomości e-mail, wysyłanych najczęściej w regularnych odstępach czasu i omawiających kolejne aspekty jakiegoś zagadnienia. Kursy takie mają z reguły na celu nauczyć czegoś odbiorcę, przekazać mu jakąś wartościową wiedzę. Bardzo często jednak

obok informacji zamieszczane są w nich treści komercyjne, czyli np. reklamy ebooków.

Ty również możesz zostać nauczycielem, podzielić się jakimiś swoimi unikalnymi przemyśleniami i sposobami pomagającymi osiągnąć sukces w jakiejś dziedzinie, a przy okazji promować nasze szkolenia lub publikacje.

Przeczytaj dalej, jak stworzyć własny kurs mailowy oraz jak wykorzystać go w skutecznej promocji i sprzedaży.

6.6.1. Tworzenie kursu mailowego

Na początek mam dla Ciebie dobrą wiadomość: stworzenie własnego kursu mailowego nie jest trudniejsze od stworzenia własnej strony. Ty też, jeśli tylko będziesz chciał, możesz mieć własny kurs mailowy i możesz dzięki niemu zarabiać jako nasz Partner.

Rozpoczynając tworzenie własnego kursu, musisz, podobnie jak w przypadku tworzenia własnej strony, zastanowić się nad tym, o czym powinieneś pisać. Pamiętaj, że **najlepiej napisać kurs mailowy o czymś, na czym się dobrze znasz i możesz wypowiedzieć się jako ekspert.**

Jeżeli nie masz takiej możliwości, to przeczytaj kilka publikacji, które poruszają temat, o jakim chciałbyś zrobić kurs (nie zapomnij jednak o grupie docelowej!). W ten sposób sam zdobędziesz niezbędną wiedzę, którą się będziesz dzielił z innymi. Potem napisz wszystko swoimi słowami.

W treści kursu możesz podawać swój [link partnerski](#) i promować ebooki lub inne produkty naszego Wydawnictwa — dodając do kursu

elementy reklamowe, cały czas stosuj zasady przedstawione w podrozdziałach [5.3](#)–[5.5](#).

Chociaż przygotowanie tekstu kursu to najbardziej czasochłonna część Twojej pracy, to właśnie dzięki niemu będziesz pozyskiwał Klientów. Stąd też **powinieneś dołożyć wszelkich starań w trakcie tworzenia, aby na koniec otrzymać dobre narzędzie do zarabiania.**

Jeśli w trakcie pisania kursu nie podzielisz go od razu na części, wówczas później będziesz musiał wydzielić z niego pojedyncze lekcje. W konsekwencji może to wymagać od Ciebie dodatkowej edycji tekstu — tak żeby każdy wysyłany odcinek tworzył logiczną całość oraz miał swój początek i koniec.

Kolejnym krokiem w drodze do stworzenia kursu mailowego jest sformatowanie tekstu każdej lekcji. Możesz do tego wykorzystać darmowy [autoresponder Freebot.pl](#), który później umożliwi Ci automatyczną wysyłkę e-maili do osób zapisanych na Twój kurs. Oczywiście do rozsyłania lekcji Twojego kursu możesz wykorzystać też inne programy i narzędzia.

Na początek proponujemy Ci wykorzystanie Freebota, bo jest darmowy (płatne autorespondery polecane przez nas znajdziesz w [podrozdziale 6.8](#)), a jego obsługa jest bardzo prosta i intuicyjna. W tym narzędziu łatwo możesz dodać kolejne części kursu oraz ustawić odstępy czasowe, w jakich później będą wysyłane kolejne lekcje. Gdy zajdzie tylko taka potrzeba, bez problemu będziesz mógł dokonać korekt w tekście.

Dodatkowo na stronie [Freebot.pl](#) znajdziesz specjalny generator formularza zapisu na Twój kurs. Gotowy formularz możesz umieścić na

dowolnej stronie i w ten sposób zdobywać subskrybentów swojego kursu mailowego.

Szczegółowe informacje o tym, jak korzystać z tego narzędzia, znajdziesz na stronie darmowego autorespondera Freebot.pl.

Wiesz już, jak stworzyć własny kurs mailowy, z dalszej części tekstu dowiesz się zaś, co powinieneś zrobić, aby przyniósł Ci on dochody.

6.6.2. Wykorzystaj kurs mailowy w skutecznej promocji i sprzedaży

Jeśli masz już gotowy kurs mailowy, możesz zacząć na nim zarabiać. Oczywiście również w tym przypadku wymaga to od Ciebie zaangażowania i zainwestowania czasu.

W pierwszej kolejności musisz zachęcić internautów do zapisywania się na Twój kurs. Możesz to zrobić, rozdając fragmenty darmowych ebooków bądź inne publikacje przygotowane przez Ciebie (raporty z przeprowadzonych przez Ciebie badań, ebooki stworzone przez Ciebie na podstawie własnych doświadczeń lub materiałów udostępnionych do przedruku przez innych itp.).

Zrób reklamę swojego kursu na swojej stronie. Pisząc tekst reklamowy, wykorzystaj wiedzę przedstawioną w podrozdziałach [6.4](#) i [6.5](#). Przygotuj i opublikuj artykuł do dalszego przedruku, który zachęcałby do zapisania się na Twój kurs. Informuj o kursie w podpisach wysyłanych przez siebie maili czy postów. Swój kursu możesz reklamować, wykorzystując metody stosowane przy promowaniu własnej strony — opisywaliśmy je w [podrozdziale 5.7](#). Pamiętaj, że **każda etyczna metoda promocji będzie lepsza niż brak jakiegokolwiek reklamy.**

Umieszczaj formularze zapisu na kurs wraz z informacją o darmowych bonusach, a Twoja lista będzie szybko rosła. Nie zapomnij jednak o tym, że zbieranie przez Ciebie adresów i wysyłanie kolejnych odcinków kursu musi się odbywać zgodnie z prawem, więc zadbaj o to, aby na Twojej liście były tylko potwierdzone adresy, a każde żądanie usunięcia z listy traktuj poważnie.

Wraz z rozbudowywaniem się Twojej listy będzie też rosła liczba kliknięć w Twoje linki. Jednak nawet przy długiej liście Twoje działania nie będą skuteczne, gdy będziesz polecał nieodpowiednie produkty! Jeśli więc chcesz zarabiać coraz więcej, to w treści kursu **umieszczaj poprawne [linki partnerskie](#) polecające produkty dobrze dopasowane do zainteresowań Twoich subskrybentów**. Nigdy nie zapominaj o tej złotej zasadzie.

Ważne jest to, abyś kontrolował skuteczność swojego kursu mailowego. Dzięki temu będziesz mógł go udoskonalać i lepiej promować produkty. Możesz do tego wykorzystać [kampanie](#), o których pisaliśmy w [podrozdziale 6.1](#).

Pamiętaj, że **kurs mailowy możesz wykorzystać również do promocji swojej strony** oraz potraktować jako doskonałe uzupełnienie umieszczanych tam treści. Oczywiście są jeszcze inne sposoby na wzbogacenie zawartości Twojej strony. O tym, jak wykorzystać do tego udostępnione przez nas dane w formacie XML, czytaj w kolejnym podrozdziale...

6.7. Dane w formacie XML

Na swojej stronie możesz stworzyć własną bazę danych o produktach naszego Wydawnictwa. W tym celu przygotowaliśmy dla Ciebie dane

w formacie [XML](#), o których wspominaliśmy już w rozdziale 3. Wykorzystaj możliwości, jakie daje język XML!

Do czego możesz wykorzystać dane w formacie XML?

Dane, które Ci podajemy, możesz wykorzystać do automatycznych aktualizacji swojej bazy ebooków o nowe publikacje. Do pliku można dołączyć kaskadowy styl [CSS](#), który umożliwi określenie parametrów wyświetlania się bazy. Więcej o tym, jak można to zrobić, [przeczytasz tutaj](#).

Dane XML możesz umieszczać w dokumentach [HTML](#). Możesz je również wykorzystać w innych językach programowania. Wszystko zależy od Twojej wiedzy.

Uwaga! Dane w XML są przeznaczone dla Partnerów, którzy mieli już styczność z programowaniem w językach takich jak HTML, PHP oraz innych. Narzędzie, jakie Ci oddajemy, jest ograniczone wyłącznie przez Twoje możliwości. Im więcej wiesz o programowaniu, tym lepsze zastosowanie znajdziesz dla tego, co przygotowaliśmy w tym dziale.

Jeśli chcesz poszerzyć swoją wiedzę, skorzystaj z darmowych kursów dostępnych w sieci. Obecnie⁵ dostępne są na przykład:

- darmowy kurs języka HTML <http://www.kurshtml.booo.pl/>;
- darmowy kurs języka PHP <http://webmade.org/kursy-online-/kurs-php.php>;
- darmowy kurs języka XML <http://www.pabloware.com/xml>.

Oto linki do danych, które przygotowaliśmy:

- Publikacje: <http://zlotemysli.pl/xml/publications/TwojaNazwa/>;
- Kategorie: <http://zlotemysli.pl/xml/categories/TwojaNazwa/>;

⁵ Stan na 31 sierpnia 2008.

- Publikacje w konkretnej kategorii (przykładowo kat. 2144):
<http://zlotemysli.pl/xml/category/2144/TwojaNazwa/>.

Jak można wykorzystać te linki?

Najpierw wybierz odnośnik z danymi, które Cię interesują, i dodaj do niego swoją unikalną Twoją Nazwę (bez ,1 na końcu, ponieważ system doda ją automatycznie). Wklej link do swojej przeglądarki. Otrzymasz wgląd do danych o publikacjach, które przygotowaliśmy dla Ciebie w formacie XML.

Oto wyjaśnienie składni języka, w którym przechowywane są dane:

Baza składa się ze zbioru danych na temat publikacji. Szczegółowe informacje o ebookach znajdują się pomiędzy znacznikami:

`<publication></publication>`

Oto szczegółowy opis zawartości bazy:

```
<publication>
<title>Forex - Podstawy Gieldy Walutowej</title> Tytuł publikacji
<author>Piotr Surdel</author> Autor publikacji
<category>Inwestowanie</category> Nazwa kategorii
<description>Czym jest forex i dlaczego ludzie na nim zarabiają całkiem spore
pieniądze? Poznaj podstawy rynku walutowego forex.</description> Opis
publikacji
<id>6173</id> Numer ID publikacji
<price>29.9</price> Cena publikacji
<icon>http://zlotemysli.pl/files/icon/3765/Forex-Podstawy-Gieldy-
Walutowej.png</icon> Link do ikony publikacji
<img>http://zlotemysli.pl/files/mini/3765/Forex-Podstawy-Gieldy-
Walutowej.png</img> Link do okładki 2D
<img3d>http://zlotemysli.pl/files/show/3075/Forex-Podstawy-Gieldy-
Walutowej.png</img3d> Link do okładki 3D
<subdomaind>http://forex.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/</subdomaind>
Link do subdomeny (Twój partnerski)
<link>http://zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/publication/show/6173/Forex-
```

6.7. Dane w formacie XML

Podstawy-Gieldy-Walutowej.html</link> Link do strony sklepowej tego ebooka (Twój partnerski)
</publication>

Przykład

Oto jak możesz wykorzystać to narzędzie do krótkiego opisu ebooka „Forex — Podstawy Gieldy Walutowej”:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<publication>
<title>Forex - Podstawy Gieldy Walutowej</title>
<author>Piotr Surdel</author>
<category>Inwestowanie</category>
<description>Czym jest forex i dlaczego ludzie na nim zarabiają
    całkiem spore pieniądze? Poznaj podstawy rynku walutowego
    forex.</description>
<price>29.9</price>
<link>http://zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/publication/show/6173
    /Forex-Podstawy-Gieldy-Walutowej.html</link>
</publication>
```

Co możesz z Tym zrobić dalej? Umieść dane w dokumentach [HTML](#) i wykorzystaj kaskadowe style [CSS](#).

Bardzo dużo zależy od Twojej wiedzy. To, co tutaj przedstawiliśmy, to jedynie bardzo prosty przykład.

Jeżeli masz problemy z korzystaniem z danych w XML, to zachęcamy do używania standardowych narzędzi partnerskich opisanych w [rozdziale 3](#).

6.8. Płatne narzędzia polecane przez twórców ZPP

Chcielibyśmy polecić Ci kilka bardzo przydanych w e-biznesie narzędzi. Pomogą Ci one rozwinąć skrzydła w programach partnerskich.

Nie musisz z nich korzystać, jeśli dopiero zaczynasz przygodę z programami partnerskimi i jeszcze nie jesteś gotowy, aby inwestować własne pieniądze. Wróć do tego rozdziału, gdy już przekonasz się, że w programach partnerskich rzeczywiście czekają na Ciebie pieniądze, i wybierz narzędzie, którego będziesz wtedy potrzebować.

Polecamy Ci:

- autorespondery [FUMP](#) i [M@ilboot](#),
- generator pop-upów [POPUP](#),
- aplikację [WebPlayo](#),
- [Rotator](#),
- [Pozycjonowanie](#),
- monitoring [CzyToDziała](#),
- statystyki [7point](#).

Narzędzia te są płatne, ale pieniądze wydane na zakup **potrzebnych** Ci w danym momencie narzędzi na pewno się zwrócą. Nie kupuj jednak nic „na zapas”. Kwotę przeznaczoną na inwestycję w coś, czego nie będziesz używać, na pewno możesz wydać znacznie lepiej. Przed zakupem sprawdzaj więc dokładnie, czy będziesz potrafił wykorzystać dane narzędzie do zwiększenia swoich zysków.

Polecamy Ci też informacje o Zarządzaniu PP (jeśli chcesz mieć w przyszłości swój własny generujący zyski program partnerski) — <http://stynska.info/>

7. Allegro

(Autorką tego rozdziału jest [Marta Chłodnicka](#)).

Dlaczego jedne aukcje Allegro sprzedają się lepiej od innych? Każdy, kto kiedykolwiek oferował coś na Allegro, miał zapewne do czynienia z tą zagadką. Należałoby rozpocząć od pytania: „Na co JA zwracam uwagę, decydując się na kupno przedmiotu na aukcjach internetowych?”. Każda osoba ma swoje priorytety. Dla jednych będzie to status SuperSprzedawcy, dla innych prosta, czytelna aukcja, pozostali skuszają się na bonusy. Jest też grono Allegrowiczów, dla których liczy się wyłącznie niska cena i którzy wybiorą taką aukcję, na której zaoszczędzą choćby 10 groszy. Nie ma więc jednej skutecznej recepty na wysoką sprzedaż, można jedynie wyciągać wnioski na podstawie obserwacji tych Allegrowiczów, którym się dobrze powodzi, a przede wszystkim testować podpatrzone pomysły w praktyce. To właśnie wypadkowa różnych czynników sprawi, że Twoje aukcje będą się coraz lepiej sprzedawać.

Zależy mi, aby Twoje aukcje mogły cieszyć się dużym zainteresowaniem na Allegro — i właśnie dlatego przygotowałam dla Ciebie 7 wskazówek pozytywnie wpływających na wizerunek aukcji i sprzedawcy oraz mających wpływ na liczbę sprzedawanych przedmiotów. Prawdopodobnie wiele z nich z powodzeniem stosujesz już w praktyce, czego serdecznie gratuluję :) Niektóre będą wymagały troszkę czasu i pracy, jednak jestem przekonana, że się to opłaci. Wybierz te, które uznasz za wartościowe.

Bez względu na to, czy jesteś już obeznanym z aukcjami Allegrowiczem, czy dopiero zaczynasz, chciałabym Cię na wstępie zachęcić do

7. Allegro

przeczytania artykułu pt. „**Książki Złotych Myśli w Allegro**” jednego z naszych Partnerów i jednocześnie tłumacza ebooka „Drewno zamiast benzyny”, Krzysztofa Lisa. Wyjaśnia on nie tylko, jak sprzedaż naszych publikacji na Allegro działa od strony formalnej, ale podaje też informacje na temat płatności i wysyłki, prowizji dla ZM i dla Allegro, zwiększenia sprzedaży i obsługi klienta. Dopiero po przeczytaniu jego artykułu wykorzystanie moich 7 porad będzie miało sens :) Zaczynij więc, proszę, od zapoznania się z treścią tekstu Krzysztofa:

Złoty Program Partnerski wydawnictwa Złotych Myśli z racji wysokich prowizji (do 40% ceny ebooka) cieszy się olbrzymią popularnością. Do jego promowania można wykorzystać własną stronę WWW lub blog, pocztę elektroniczną czy... Allegro. Od dawna korciło mnie, by spróbować sprzedawać książki ZM właśnie tam. W tym artykule opiszę swoje spostrzeżenia w tej materii.

Nim zacznę, warto wspomnieć, że otrzymuję od ZM oprócz zwykłej prowizji partnerskiej również prowizję za autorstwo jednej z książek. Właśnie tę książkę promuję na Allegro. Mowa o książce „Drewno zamiast benzyny...”. Wszystkie wyliczenia w artykule oparłem jednak o samą prowizję dla partnera.

1. Allegro a ebooki

Polityka Allegro w kwestii ebooków z punktu widzenia partnera ZPP jest totalnie bezużyteczna. Ten serwis aukcyjny pozwala sprzedawać ebooki tylko wtedy, gdy się jest ich jedynym i wyłącznym autorem oraz gdy wysyła się je na płycie CD. Oba warunki nie są spełnione, bo prawa do publikacji ma wydawnictwo, a ebooki wysyłane są pocztą elektroniczną.

7. Allegro

Z tego względu wystawianie aukcji z ebookami ZM jest ryzykowne, może się to kończyć zamykaniem aukcji, a w końcu (po kilku takich naruszeniach regulaminu) zawieszeniem konta.

Obejściem tego problemu jest wystawianie książek w wersji papierowej. Spełnia to wymogi regulaminu, książki papierowe może wystawiać przecież każdy :)

2. Płatność i wysyłka

Możliwe są trzy opcje realizacji płatności i wysyłki zamówionych książek:

- a) kupujący płaci Tobie, Ty płacisz ZM, ZM wysyła książkę kupującemu (składasz zamówienie w jego imieniu, przez własny link partnerski);*
- b) kupujący płaci od razu ZM, składając zamówienie przez Twój link partnerski;*
- c) kupujesz książki hurtowo (rzecz jasna przez własny link), sprzedajesz je detalicznie sam.*

Trzecia opcja z punktu widzenia różnych polskich urzędów może oznaczać prowadzenie działalności gospodarczej, więc jeśli nie masz jej zarejestrowanej, odpuść sobie tę opcję. Przeciw tej opcji przemawia również fakt, że w tej sytuacji musiałbyś obciążyć klienta (lub siebie) dodatkowymi kosztami przesyłki książki — ZM płaci za wysyłkę książek do Ciebie.

Pierwsza opcja też mogłaby zostać uznana za prowadzenie działalności gospodarczej, w końcu otrzymujesz pieniądze i pośredniczysz w ich przesyłaniu.

Drugie rozwiązanie wydaje mi się najlepsze, bo:

7. Allegro

- jest najszybsze — tylko raz czeka się na przesłanie pieniędzy;
- pozwala Ci wykorzystać darmową przesyłkę wersji papierowej;
- wymaga najmniej pracy.

Oprócz zalet rozwiązanie to ma też wady. Zamówienie nie jest realizowane przez Ciebie, więc jeśli coś pójdzie nie tak, możesz dostać negatywny komentarz zupełnie bez Twojej winy. Stanie się tak w przypadku, w którym na przykład kapany w gorącej wodzie klient nie zechce kontaktować się z wydawnictwem, tylko będzie marudzić Tobie.

Spodziewaj się też pytań o numer konta i maili z prośbą o załatwienie tego w „normalny” sposób, bez składania zamówienia w serwisie ZM. Nawet gdy napiszesz o tym wyraźnie w opisie aukcji, na pewno będziesz takie pytania otrzymywać. Ludzie są leniwi i nie chce się im czytać — to dlatego...

3. Prowizje

Dwie prowizje — Twoja od ZM i ta, którą Ty płacisz Allegro. Pierwsza musi być większa od drugiej, inaczej nie zarobisz ani złotówki. Ani grosza nawet ;)

Od ZM dostajesz 40%, a Allegro płacisz około 4% + koszt wystawienia + ew. koszt promocji aukcji. W jednej z moich aukcji sprzedałem 9 książek o cenie 29,97 PLN, płacąc:

- 10,79 prowizji za sprzedanie;
- 0,20 za emitowanie aukcji przez 14 dni;
- 12,00 za wyróżnienie aukcji;
- 0,15 za pokazywanie miniaturki;
- 2,00 za samo wystawienie aukcji.

7. Allegro

Razem 25,14 PLN. Stanowi to ponad 9% wartości sprzedanych książek, więc na pierwszy rzut oka wychodzi, że dzielisz się z Allegro 1/4 swoich zarobków.

Ale tak nie jest.

Bo prowizję od ZM dostajesz od ebooka, a płacisz Allegro od wersji papierowej, droższej o 10 lub więcej PLN. Okazuje się więc, że prawie 14% ceny ebooków odprowadzasz do kasy Allegro. W tym konkretnym przypadku, rzecz jasna. Nie musisz od razu promować aukcji, choć to znacznie ułatwia sprawę.

Z tego względu oczywiście lepiej promować książki najdroższe :)

4. Zwiększanie sprzedaży

By sprzedaż była jak największa, możliwie dużo ludzi musi zobaczyć promowane przez Ciebie książki. By to się stało, warto zainwestować w promocję wybranej aukcji, tak by pokazywała się na początku listy aukcji w danej kategorii.

Ale jeszcze ważniejsze jest, by aukcję odwiedzały osoby, które NAPRAWDĘ mogą być książką zainteresowane. Sprowadza się to do umieszczenia książki w odpowiedniej kategorii. Eksperymentuj z różnymi kategoriami, wybierz kilka najlepszych i ich się trzymaj.

5. Obsługa klienta

Ten punkt pojawia się dość późno, ale nie oznacza to, że jest mało ważny. Powiedziałbym wręcz, że jest najważniejszy...

Po pierwsze — zaznacz w opisie aukcji, że finalizuje transakcję wydawnictwo ZM.

7. Allegro

Po drugie — od razu po aukcji wysyłaj klientowi partnerski link do FORMULARZA ZAMÓWIENIA, a nie do strony ofertowej. Ułatwi mu to znacznie życie.

Po trzecie — otrzymując pytania typu: „Gdzie jest moja książka? Kasę dawno wpłaciłem”, kieruj klienta do wydawnictwa. Jeśli będzie uparty, pomóż mu i po prostu napisz w jego imieniu do ZM.

Po czwarte — poproś o wystawienie komentarza po otrzymaniu książki, inaczej jak miałbyś wiedzieć, że ktoś książkę zamówił i otrzymał? Jeśli tego nie zrobił, Ty jesteś do tyłu o prowizję dla Allegro.

6. Sprzedawaj i zarabiaj

Artykułu tego nie piszę, by Cię zniechęcić, a wręcz przeciwnie :)

Zwłaszcza jeśli nie masz popularnej strony internetowej, ta metoda będzie dla Ciebie przydatna, bo na Allegro wchodzić ludzie, którzy zazwyczaj szukają (mniej lub bardziej świadomie) czegoś do kupienia :)

--

Krzysztof Lis

[Zarabianie na blogach](#)

**7.1. Strona „O mnie”,
czyli oszczędność Twojego czasu**

Strona „O mnie” ma niezwykle duży, choć nie zawsze doceniany potencjał. Jest ona nie tylko pewnego rodzaju wizytówką sprzedawcy,

ale pomoże Ci zaoszczędzić wiele cennego czasu :) Przede wszystkim ma ona jednak służyć kupującemu.

Wielu ludzi posiada bardzo niski poziom zaufania w sytuacji, w której musi coś kupić przez Internet. Boją się ryzyka i utraty pieniędzy. Warto sprawić, aby czuli się jak najpewniej i najbezpieczniej, dostarczając im takich informacji, których potrzebują. Do tego właśnie z powodzeniem można wykorzystać stronę „O mnie”. Jeśli wydaje Ci się, że nie wiesz, co mógłbyś na niej umieścić, to pozwól, że podsunę Ci kilka pomysłów. Będą one oczywiście zgodne z regulaminem Allegro.

Profesjonalizm a zaufanie

Lubimy kupować w miejscach, w których czujemy, że mamy do czynienia z fachowcem w danej dziedzinie. Natychmiast wyczuwamy jego zaangażowanie i profesjonalizm. Ta zasada panuje zarówno w „świecie rzeczywistym”, jak i w Internecie. Potrafimy w bardzo łatwy sposób wyczuć, czy sprzedawca przekonany jest o wartości swojego towaru, czy wręcz przeciwnie.

I tak — o wiele łatwiej będzie nam podjąć decyzję o dokonaniu zakupu u osoby, której strona „O mnie” sugeruje, że ten sprzedawca interesuje się książkami lub ma z nimi cokolwiek do czynienia, niż u kogoś, kto ma ubogą stronę „O mnie” lub w ogóle jej nie posiada. Chodzi tutaj o zbudowanie zaufania. Oczywiście idealnie byłoby, aby każdy Partner Złotych Myśli był miłośnikiem literatury ;) (na Allegro widnieje on w końcu jako sprzedawca książek). Jest to w wielu przypadkach sytuacja wyimaginowana, ale można zastąpić ją innymi, wartościowymi i zachęcającymi do zakupu informacjami.

Jedną z takich informacji może być krótka notka o sobie — od jak dawna sprzedajemy, dlaczego akurat poradniki (można podkreślić

ich motywacyjny wpływ na rozwój). Jeśli któryś z naszych ebooków zrobił ostatnio na Tobie pozytywne wrażenie — napisz o tym na stronie „O mnie”, podając link do swojej aukcji tej książki. Będzie to znak, że jesteś świadomy tego, co sprzedajesz.

Wzbudzanie pozytywnych emocji

Warto też nakreślić, jakie uczucia wywoła wybór Twoich aukcji. Mam na myśli np. zadowolenie czy satysfakcję. Banalne, lecz bardzo skuteczne. Przykład: „Wybierając moje aukcje, masz zagwarantowane zadowolenie zarówno z przebiegu aukcji, jak i z samych książek”.

Na stronie „O mnie” możesz też wykorzystać logo Partnera Złotych Myśli, które dla Ciebie przygotowaliśmy.

Linki partnerskie na stronie „O mnie”

28 kwietnia 2008 r. zmienił się Regulamin Allegro. Zgodnie z nowym Regulaminem nie można umieszczać żadnych linków (w tym i partnerskich) zarówno na stronie aukcji (co było zabronione dotychczas), jak i na stronie „O mnie”. Mówi o tym następujący punkt:

Na stronach „O mnie” niedozwolone będzie umieszczanie adresów WWW, pod którymi prowadzona jest działalność komercyjna. Ograniczenie to będzie obowiązywać, nawet jeśli celem podania adresu będzie przedstawienie informacji o Użytkowniku i jego działalności.

Co to oznacza?

Nie można umieszczać NIGDZIE (ani na aukcjach, ani na stronie „O mnie”) linków partnerskich, bo może grozić to usunięciem aukcji, a nawet zawieszeniem konta na Allegro.

Można spróbować nakłaniać Allegrowiczów do kontaktu emailowego, co jest jedyną szansą zastosowania linków partnerskich. Trzeba to jednak zrobić delikatnie, tak żeby nie naruszyć tego punktu regulaminu, w którym jest mowa o tym, że nie wolno zamieszczać „informacji zachęcających do komunikowania się między Użytkownikami w celu dokonania transakcji poza Allegro”. Tekstem, który nie będzie łamał tego punktu, jest np. zdanie: „Napisz do mnie w razie jakichkolwiek pytań dotyczących moich aukcji”.

W jaki sposób możesz oszczędzić czas na stronie „O mnie”?

Im więcej „formalnych” informacji umieścisz na stronie „O mnie”, tym mniej e-maili z tymi pytaniami będziesz otrzymywać i będziesz mógł wykorzystać zaoszczędzony czas na coś bardziej pożytecznego. Mam na myśli informacje na temat rodzaju płatności, sposobu wysyłki (przez Poczta Polską), kosztów wysyłki itp. Nie zakładaj, że coś jest oczywiste, tylko o tym napisz. Np. to, że książki są bezpiecznie pakowane. Dla jednych może się to wydawać nieistotne, inni potraktują tę sprawę priorytetowo. Wniosek ten wyciągnęłam po komentarzach, które otrzymujemy, takich jak: „Wszystko OK, solidnie zapakowana książka”.

Od kiedy sprzedaję nasze książki na Allegro, stronę „O mnie” zmieniłam już wiele razy, dodając do niej zagadnienia, które pojawiały się w e-mailach od Allegrowiczów. Sprawilo to, że teraz piszą do mnie dopiero po kliknięciu w „Kup teraz” lub gdy chcą dowiedzieć się czegoś więcej na temat danej publikacji. Liczba e-maili zawierających pytania, na które odpowiedzi znajdują się na stronie „O mnie”, znacznie zmalala.

Każdy kontakt ze strony Allegrowicza, zarówno przed dokonaniem zakupu, jak i po, powinno się traktować z odpowiednim szacunkiem,

dlatego warto zasygnalizować w jaki sposób można się z Tobą najlepiej skontaktować, np. poprzez e-mail czy Skype.

Szablon strony „O mnie”

Specjalnie dla Ciebie przygotowaliśmy ciekawy szablon, który możesz wykorzystać na swojej stronie „O mnie”, jeśli tylko zechcesz. Znajduje się w nim logo „Partner Złotych Myśli”, które będzie stanowiło Twoją wizytówkę i — mamy nadzieję — pomoże Ci w sprzedaży książek ZM. Na samym końcu tej porady znajdziesz informacje, jak wykorzystać szablon strony „O mnie”. Oprócz niego mamy dla Ciebie szablon aukcji, którego opisuję w ostatniej poradzie. Przeczytaj jednak wszystkie moje porady po kolei, zanim go zastosujesz :)

Oczywiście nikt nie wymaga od Ciebie, żebyś użył wszystkich powyższych porad do rozbudowania strony „O mnie” czy w ogóle ją posiadał. Są Allegrowicze, którzy świetnie radzą sobie i bez niej, posiadając nawet status SuperSprzedawcy. Aż żal, że nie wykorzystują narzędzia z takim potencjałem. Poniżej znajdziesz screeny stron „O mnie”, które uznałam za wartościowe.

1. http://www.allegro.pl/my_page.php?uid=2907979



7.1. Strona „O mnie”, czyli oszczędność Twojego czasu

Otrzymania PARAGONU lub FAKTURY VAT.

PAMIĘTAJ!

Książki sprzedawane przeze mnie są
NOWE w stanie IDEALNYM!
Pokrywam koszty
dostarczenia książki do Ciebie!

 lub 
wg. zapisu na aukcjach

SERDECZNIE zapraszam do licytacji gwarantując rzetelną i szybką realizację!

SUPER SPRZEDAWCA
Tytuł SUPER SPRZEDAWCY
zawdzięczam przede wszystkim osobom kupującym na moich aukcjach, którzy w zadowalającej większości zasługują na miano SUPER KLIENTA.
DOLĄCZ DO NICH!
SERDECZNIE ZAPRASZAM!

O MNIE
tel.: 512 777 444, e-mail: mikipinki@interia.pl
NR MOJEGO KONTA 11 2130 0004 3001 0213 6794 0001
>> MOJE KOMENTARZE <<
>> DODAJ MNIE DO ULUBIONYCH SPRZEDAJĄCYCH <<

Allegro > Przechodzę użytkownika mikipinki (16335)   - sprzedaje 402 przedmioty

2. Partner Złotych Myśli :)

http://www.allegro.pl/my_page.php?uid=357625

Witam na mojej stronie - O mnie ;)

Mam na imię **Grzesiek** i na **Allegro.pl** jestem od **8 lutego 2002 roku** więc już trochę czasu.
Jak do tej pory udało mi się zadowolić ponad **1100** Allegrowiczów.
Mam nadzieję, że **jestem pewien**, że jak zaliczysz u mnie również będziesz **zadowolony/a**.
Sprzedaję i kupuję - normała na serwisie aukcyjnym ;)
Po zakupie bardzo proszę o przesłanie na maila informacji o preferowanym przez Ciebie sposobie płatności i jeśli chcesz pod innym adresem otrzymać przesyłkę również proszę o podanie adresu. Jeśli będziesz miał jakieś pytania chętnie na nie odpowiem.
Przejrzyj moje aukcje. Jestem sprawdzonym partnerem i dalej będę się starać.

JAK SIĘ ZE MNĄ SKONTAKTOWAĆ:
e-mail: charmaq@o2.pl, charmaq@wp.pl
Gadu-Gadu: [1330821](https://www.gadu-gadu.pl/numer/1330821)
Telefon: 0 606 616 505

NUMER KONTA DO WPŁAT Z GÓRY:
Grzegorz Charmast
81 1140 2004 0000 3202 1699 4403
mBank

Motto obowiązujące na moich aukcjach:
Płacisz RAZ, a korzystasz CAŁY CZAS !!!

7.1. Strona „O mnie”, czyli oszczędność Twojego czasu

REGULAMIN AUKCJI z KSIĄŻKAMI:

Jedynym możliwym sposobem zapłaty jest wpłata na konto.
Nr rachunku jest podany na każdej stronie z aukcją,
dodatkowo otrzymujesz go w mailu z allegro po zakupie.

Książki wysyłam pocztą priorytetem.
Opłaty za wysyłkę wyglądają następująco:
jedna książka = 6,00 zł
dwie książki = 9,00 zł,
tj. czy i więcej = 12,00 zł,

Jeśli dokonasz płatności w ciągu 5 dni - dodatkowo otrzymujesz 2 ebooki **GRATIS**.

Nie ma możliwości wysyłki za pobraniem ani odbioru osobistego.

Jeżeli powyższe zasady Ci nie odpowiadają, nie licytuj !

Nie życzę sobie otrzymać od Ciebie negatywnego komentarza, bo ich nie przeczytałeś.

REGULAMIN MOICH AUKCJI:

1. Jeśli masz sporą ilość negatywnych komentarzy - nie licytuj - będę usuwać z aukcji takie osoby.
2. Dobrze się zastanów nim przystąpisz do licytacji, ponieważ nie wycofuję ofert.
3. **Dane** do przelewu otrzymasz w mailu od Allegro po zakończeniu aukcji.
4. **Oczekuję**, że po zakończonej aukcji przysłesz mi maila potwierdzając dane do przesyłki.
5. Na wpłatę za wycyfrowany towar czekam **7** dni - jeśli do tego czasu pieniądze nie wpłyną - wystawiam **negatywa**, a towar ponownie wystawię na licytację.
6. **Pamiętaj** o doliczeniu do wycyfrowanej kwoty kosztów przesyłki. W tytule przelewu podaj **nicka** z allegro oraz **numer** aukcji.
7. W dniu kiedy dokonasz wpłaty na moje konto, wyślij mi maila z informacją na które konto zostały przesłane pieniądze oraz czy był to przelew wykonany z konta czy opłacony na pocztę (pamiętaj, że pieniądze wysłane drogą pocztową dobrą na moje konto dopiero po kilku dniach).
8. Za pobraniem wysyłam tylko osobom z **min. 20** pozytywnymi.
9. Towar wysyłam w przedziale **48h** od zakończenia wpłaty na moim koncie.
10. Dopuszczam zawsze wystawienie negatywnego komentarza, jeżeli klient zawsze podany jest w ofercie z aukcji. Jeżeli masz wątpliwości co do...

3. http://www.allegro.pl/my_page.php?uid=7602751

VIATOR3 - Świat najlepszych książek

DANE FIRMY

NETFOX Aleksy Lisowski
ul. Długosza 2
32-410 Dobczyce

NIP: 6811896571
REGON: 120485450
MBANK:
11 1140 2004 0000 3102
4725 6123

KONTAKT:
tel.: 692204544
GG: 1726146
SKYPE: firma.netfox

Pracujemy od pon-sob w
godzinach od 8-18

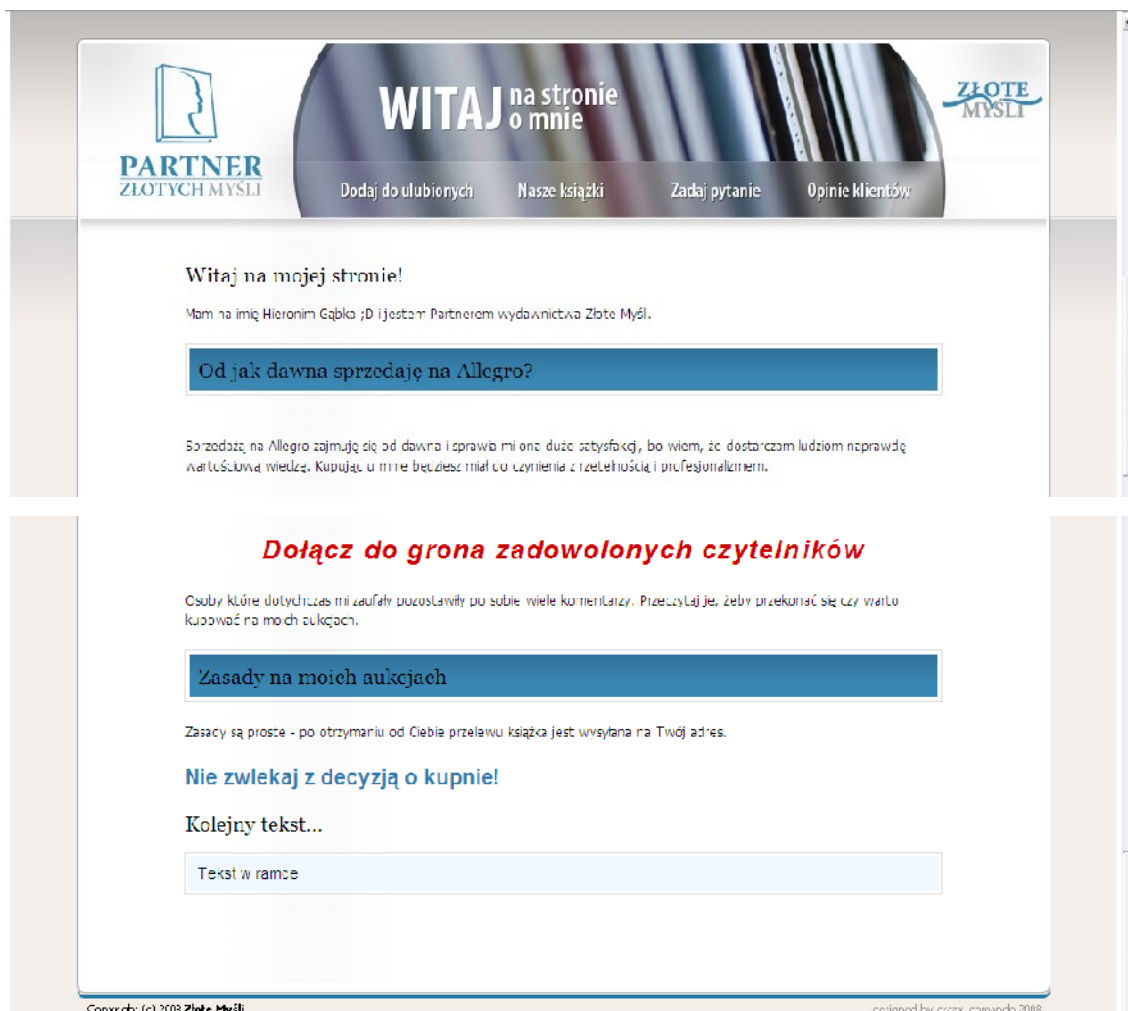
Witaj Allegrowiczu!

Dziękujemy, że zajrzałeś na tą stronę. Możesz dowiedzieć się tutaj czegoś więcej o nas. Działamy na platformie handlowej Allegro już blisko 3 lata. Jest to jedno z dwóch naszych kont. Na alternatywnym koncie posiadamy ponad 400 komentarzy. Zawsze staramy się o jak najwyższą jakość naszych produktów i wzorową obsługę klienta. Jak to sprawdza się w praktyce możesz przetestować sam, kupując jeden z oferowanych przez nas przedmiotów.

Nasza handlowa działalność na Allegro jest prawnie udokumentowana. Prowadzimy działalność gospodarczą, wszystkie więc nasze dochody są

A tak może wyglądać twoja strona „O mnie”

Treść jest oczywiście wymyślona i to Ty będziesz o niej decydował :)



Jeśli podoba Ci się ta strona „O mnie” i chciałbyś ją mieć, to nauczę Cię teraz krok po kroku, jak ją wykorzystać do własnych potrzeb w darmowym programie Nvu. Chyba że jesteś osobą, która nie potrzebuje instrukcji — to wystarczy Ci tylko krok 1. Dobra wiadomość: prawie w ogóle nie musisz znać się na języku HTML!

KROK 1: Ściągnięcie na dysk spakowanych plików (szablon aukcji i strona „O mnie”) na dysk oraz ich rozpakowanie:

http://www.zlotemysli.pl/files/szablon_partnera.zip

http://www.zlotemysli.pl/files/szablon_partnera.rar

Po ściągnięciu powyższego ZIP-a/RAR-a rozpakuj go w dowolnym miejscu na Twoim dysku oraz je zapamiętaj.

KROK 2: Instalacja programu Nvu

Program Nvu można pobrać ze strony <http://Nvu.pl/>

Link do wersji pod system Windows:

<http://www.Nvu.pl/download/1.0/Nvu-1.0-win32-installer-full-pl-PL.exe>

Zainstaluj program Nvu.

KROK 3: Edycja szablonu w programie Nvu

1. Włączamy program Nvu.
2. Klikamy w: Plik → Otwórz plik → Szablon partnera → allegro_partnerzm2_serw

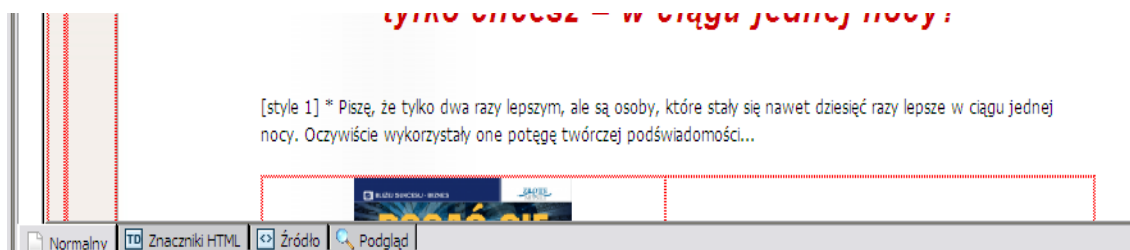
Powinien nam się teraz wgrać gotowy do edycji szablon. Zanim zaczniemy cokolwiek w nim pisać, musimy zacząć od bardzo ważnej czynności, która opisana jest w kolejnym punkcie.

KROK 4: Prawidłowe podlinkowanie przycisków „Dodaj do ulubionych”, „Nasze książki”, „Zadaj pytanie”, „O sprzedawcy” — tak żeby po kliknięciu przez Allegrowiczów prowadziły do odpowiednich miejsc na Twoich aukcjach.

7.1. Strona „O mnie”, czyli oszczędność Twojego czasu



Już teraz pewnie widzisz załadowany szablon. Na dole znajdują się 4 zakładki: „Normalny”, „Znaczniki HTML”, „Źródło”, „Podgląd”.



Przygotowywanie strony „O mnie” (edycja szablonu) będzie się odbywać w zakładce „Normalny”, ale na razie musimy dopilnować, żeby górne przyciski „Dodaj do ulubionych”, „Nasze książki”, „Zadaj pytanie”, „O sprzedawcy” prowadziły w odpowiednie miejsca na Twoich aukcjach. Ta część jest najtrudniejsza, ale zrobisz ją tylko raz. Obiecuję Ci, że cała reszta będzie o wiele prostsza. Program Nvu pozostaw otwarty.

Na chwilę obecną górne przyciski mają takie linki:





1. Dodaj do ulubionych:
http://www.allegro.pl/my_favourites_edit.php?fav_id=000000&type=fav_sellers
2. Nasze książki:
http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=000000
3. Zadaj pytanie:
http://www.allegro.pl/email_to_user.php?uid=000000
4. O sprzedawcy http://www.allegro.pl/my_page.php?uid=000000

Nie prowadzą one do żadnego użytkownika Allegro.

7.1. Strona „O mnie”, czyli oszczędność Twojego czasu

Twoim zadaniem będzie sprawdzić, jaki masz UID (user ID — Twój unikalny numer użytkownika Allegro), a następnie wkleić go w miejsce cyfr 000000 w każdym z tych linków. Wejdź więc najpierw na którąkolwiek ze swoich wystawionych aukcji i najedź myszką na „Pokaż inne przedmioty sprzedającego”. Na dolnym, szarym pasku wyświetli Ci się link z numerem UID:

[http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=\[TWÓJ NUMER UID\]](http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=[TWÓJ NUMER UID])

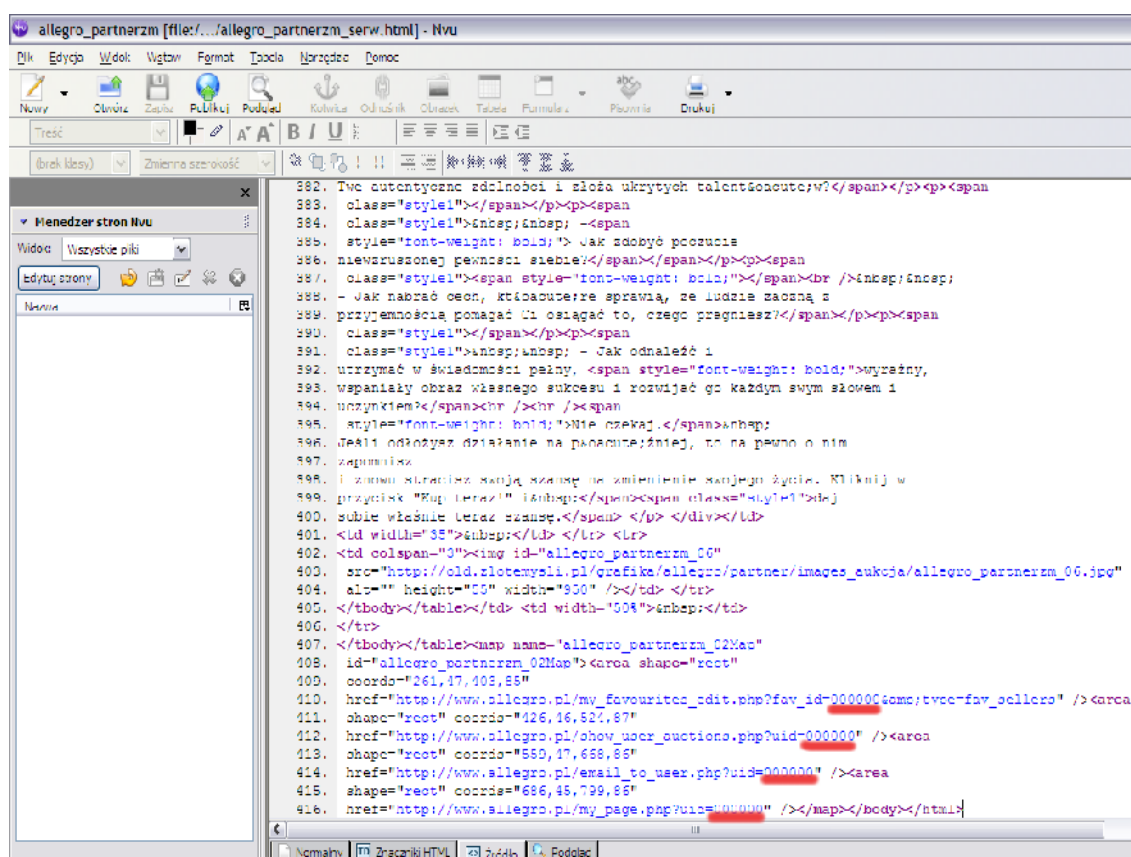
Dane	
Cena Kup Teraz:	25,97 zł za sztukę
Dostępna liczba sztuk:	8 z 14 wystawionych
Do końca:	6 dni (czw 12 cze 2008 21:55:00 CEST) • Powiadom znajomego • Dodaj do obserwowanych aukcji
Sprzedający	zlotemysli.pl (2052)    • Zadaj pytanie Sprzedawcy • Pokaż inne przedmioty Sprzedawcy
Limit 	Ograniczenie dla Użytkowników bez pełnej aktywacji konta Więcej informacji
Lokalizacja	Gliwice
Koszt przesyłki pokrywa	Kupujący
Transport i płatność	
Opcje transportu	
• Przesyłka pocztowa (list polecony/paczka)	
• Przesyłka pocztowa priorytetowa (list polecony/paczka)	
http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=4024591	

Spisz go gdzieś. Wróć teraz do programu Nvu i kliknij w zakładkę „Źródło” na dolnym pasku. Zjedź na sam dół kodu HTML, a ujrzysz

7.1. Strona „O mnie”, czyli oszczędność Twojego czasu

tam te cztery linki. Zamień w każdym z nich cyfry 000000 na Twój numer UID. Uwaga na odstępki — wklejamy sam numer! Nie dodajemy żadnych spacji ani nie usuwamy żadnego znaku!

Następnie w programie Nvu kliknij w Plik → Zapisz. Jeśli dobrze zamieniłeś 000000 na swój numer UID, to wszystko teraz będzie dobrze działać :)

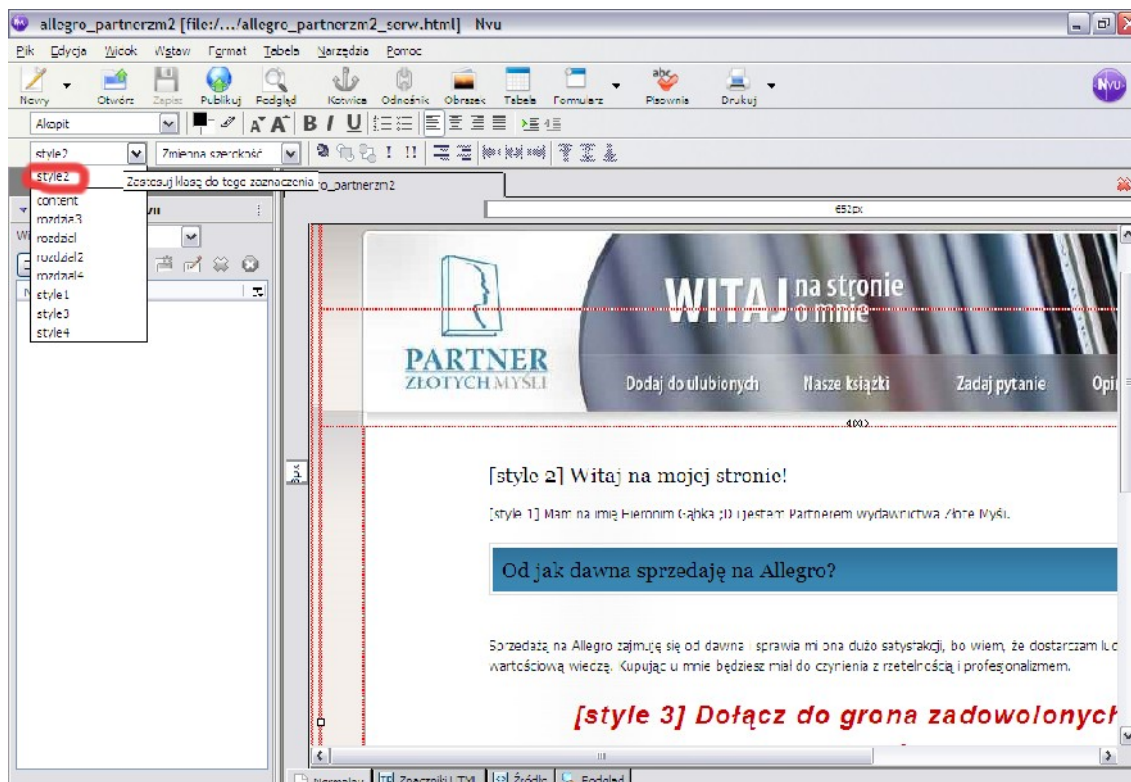


KROK 5: Edycja szablonu — przygotowywanie strony „O mnie”

Wracamy do otwartego szablonu w Nvu i klikamy w zakładkę „Normalny”. To w tej zakładce będziesz przygotowywał wszystkie aukcje. Na samej górze możesz dostrzec nagłówek „[style 2] Witaj na mojej stronie!”. Na początku tego nagłówek moja podpowiedź — jest to sty-

7.1. Strona „O mnie”, czyli oszczędność Twojego czasu

le 2. Wprowadzasz jakiś tekst, to wtedy go zaznaczasz i w pasku na górze po lewej stronie wybierasz, że ma to być style 2. Jeśli będziesz kontynuował go w tym pliku, to automatycznie masz już ustawione te style.



W ten sam sposób definiujesz pozostałe style tekstu, które Ci opisałam — style 1, style 2 oraz style 4. Zachęcam Cię do eksperymentowania w tym zakresie. Im dłużej nad tym popracujesz, tym większą zdobędziesz wprawę. Pamiętaj, że jest to program darmowy, a więc niedoskonały. Gdy coś Ci się nie uda, kliknij w Edycja → Cofnij (niestety nie działa standardowy skrót klawiszowy Ctrl + Z).

Gdy wybierzesz jeden z tych czterech stylów, nie możesz go już zmienić (zwiększyć czcionki, zmienić koloru itp.). Możesz to zrobić na niesformatowanym tekście (wklejonym bezpośrednio z notatnika.) Jeśli więc te kolory i style Ci się nie podobają, to możesz zastosować własne pomysły i stworzyć własne style :)

KROK 6: W jaki sposób umieszczać pliki graficzne?

Plikiem graficznym jest na przykład okładka książki. Jeśli chcesz, aby na Twojej stronie „O mnie” były jakieś zdjęcia czy obrazki, oto jak to zrobić:

- wrzucasz obrazek na darmowy serwer np. <http://imageshack.us/>;
- podajesz link obrazka w programie Nvu w taki sposób:

WSTAW → OBRAZEK → podajesz ADRES OBRAZKA i zaznaczasz „Nie używaj alternatywnego tekstu”.

Jeśli adres jest prawidłowy, to powinien Ci się wyświetlić obrazek/-zdjęcie.

KROK 7: Co zrobić z przygotowaną stroną „O mnie”?

Nvu umożliwia zapisywanie przygotowanego przez Ciebie projektu jako plik HTML. NIE POLECAM JEDNAK TEGO ROBIĆ przy pomocy funkcji Plik → Zapisz jako, ponieważ w programie tym często występują problemy z kodowaniem polskich znaków, np. ś, ź, ą. Jest to program darmowy, więc nie można od niego zbyt dużo wymagać ;) Żeby zachować kopię projektu swojej strony „O mnie” — wklejasz cały kod do Notatnika i zapisujesz go na dysku jako plik *.txt

Po przygotowaniu strony „O mnie” przechodzimy do zakładki „Źródło”, zaznaczamy wszystko (Ctrl + A) i kopiujemy (Ctrl + C).

Przenosimy ją teraz do Allegro. Logujemy się do Allegro i potem: Ustawienia → Moja strona → Dodaj → Zatwierdź.

Mam nadzieję, że Twoja strona „O mnie” wygląda zachęcająco i ładnie :)

7.2. Bonusy i gratisy dodawane do aukcji z książkami na Allegro

Aneta Styńska napisała na forum PP:

„Partnerzy konkurować powinni wartościami dodawanymi — czyli np. jakimś gratisem — bo to buduje prawdziwą konkurencję, a nie wojna cenowa. Wbrew pozorom **Wy jako Partnerzy macie tutaj przewagę** — bo my mamy w ofercie włącznie książkę na swojej aukcji (czasami z CD Specialem), **Wy możecie dodać coś oryginalnego**. Jeśli ktoś czuje się ekspertem językowym, to wystawiając książki do angielskiego, może gratis zaoferować własnego ebooka, np. „Mój sekret w szybkiej nauce słówek”, czy gratisowe sprawdzenie pracy domowej dla uczniów lub 15-minutową konferencję językową na Skype. Możliwości są nieograniczone. Nie dość, że zwiększycie sprzedaż, to jeszcze budujecie sobie markę eksperta w danej dziedzinie”.

Przed 28 kwietnia 2008 porady Anety byłyby jak najbardziej adekwatne. Większości z nich nie można już niestety wykorzystać na Allegro, o czym dowiesz się zaraz. Upewniłam się jednakże, że konferencje językowe na Skype (czyli pewnego rodzaju korepetycje on-line) są jak najbardziej dopuszczalnym gratisem na Allegro.

28 kwietnia 2008 zmienił się Regulamin Allegro. Zgodnie z nowym Regulaminem:

*Publikacje elektroniczne **będą mogli wystawiać wyłącznie ich autorzy**, podając w opisie oferty numer ISBN, który w momencie wystawienia Aukcji musi być weryfikowalny, to znaczy numer ISBN musi figurować w bazie danych Biblioteki Narodowej na stronie http://alpha.bn.org.pl/search*pol/. Handel publikacjami*

objętymi licencją *GNU Free Documentation License* będzie zabroniony.

Niestety — dotyczy to również bonusów i gratisów dołączanych do aukcji.

*Jako Sprzedający masz także obowiązek umieszczenia szczegółowych i rzetelnych informacji o warunkach rabatowania bądź otrzymania darmowego przedmiotu. Sam „gratis” musi być dokładnie określony w opisie przedmiotu (**niedozwolone jest proponowanie doboru losowego gratisu/rabatu oraz oferowanie gratisu „niespodzianki”**). (...) Przedmioty oferowane jako gratisy również nie mogą znajdować się na [liście towarów zakazanych](#) (np. ebooki, jeśli się nie jest ich autorem) na Allegro, a jeśli są [dopuszczone warunkowo](#), opis przedmiotu musi zawierać odpowiednie oświadczenie.*

Co to wszystko oznacza?

- Nie można oferować darmowych ebooków, dostępnych na stronie ZM jako gratisy, gdyż nie mają one numerów ISBN.
- Nie można pisać o tym, że oferujemy wersję elektroniczną jako gratis do wersji drukowanej.
- Każdy gratis wymieniony w opisie aukcji musi być opisany i nie można z niego robić tajemnicy lub „niespodzianki”.

Czym można zastąpić te zakazy?

- Można dodawać jako bonusy fizyczne przedmioty, np. zakładki do książek, długopisy i wszystko, co przyjdzie Wam do głowy. Trzeba je tylko dobrze opisać na aukcji.
- Możesz też wykorzystać jako gratisy gadżety przygotowane przez swoją firmę (jeśli taką posiadasz) lub przez inne firmy.

- Dopiero po kliknięciu w „Kup teraz” można przekierowywać użytkownika do formularza ZM lub oferować mu ebooki poprzez linki partnerskie.

Pomysł na GRATIS na Allegro

Zakładki do książki (dla osób wysyłających książki samodzielnie)

Czy zauważyłeś kiedyś przydatność zakładki podczas czytania książki? Nakupowałam ich ostatnio sporo, bo ciągle mi brakowało. Widziałam w sklepach (np. w papierniczym) różnego rodzaju zakładki do książek w cenach od 60 gr do 10 zł. Oblicz sobie, czy opłaca Ci się dodawać do aukcji gratis, który będzie Cię kosztował np. 1 zł. Jak myślisz, którą ofertę wybierze Allegrowicz — tę z zakładką czy bez? :) Jeśli pomysł ten z początku wyda Ci się banalny, to przetestuj go i podziel się z nami swoimi rezultatami np. na forum PP lub napisz o tym artykuł na Artelisie, co na pewno przyniesie Ci dodatkowe korzyści.

Pomysły na gratisy do wykorzystania w innych serwisach aukcyjnych, np. na swistak.pl lub e-bay.pl

Gratis nr 1: Wykorzystaj swoje atuty

Na pewno masz w życiu jakąś pasję i coś, w czym jesteś dobry. Może zechciałbyś napisać własnego ebooka na temat, w którym czujesz się pewnie, i dawać go jako unikalny gratis do swojej aukcji? Oczywiście dobrze by było, aby pasował tematycznie do sprzedawanej na aukcji książki. Taki ebook nie musi być obszerny objętościowo — nieważna jest liczba stron. Ważna jest natomiast niepowtarzalna i oryginalna informacja, którą przekazujesz. Wykorzystaj absolutnie wszystko, co możesz zaoferować, wszelkie swoje atuty. Jeśli nic takiego nie przy-

chodzi Ci do głowy, to się nie przejmuj. Pozwól, że podsunę Ci teraz kilka pomysłów na wykorzystanie potęgi Internetu:

Gratis nr 2: Płatny ebook ze Złotych Myśli za darmo

Wielu Partnerów sprzedających na Allegro kieruje Klientów, którzy kupili poprzez „Kup teraz” na stronę formularza bezpośrednio do naszego serwisu. Niewielu z nich wykorzystuje jednak fakt, że **taki klient oprócz wersji drukowanej dostanie też ebooka!** Warto jest to podkreślić i potraktować jako unikalny bonus. My sami takiego bonusu nie dodajemy — Allegrowicze kupujący u nas na Allegro otrzymują TYLKO wersję drukowaną :) Nie otrzymają go też Allegrowicze korzystające z ofert osób, które kupują od nas w ilości hurtowej i potem odsprzedają książki na Allegro (zazwyczaj taniej).

Jeżeli tylko możesz — podkreśl fakt, że do książki dodawany jest ebook o tej samej treści co wersja drukowana!

Gratis nr 3: Darmowy ebook ze Złotych Myśli

W naszym serwisie możesz ściągnąć wiele pełnych darmowych ebooków. Dlaczego nie wykorzystać ich jako gratysów do swoich aukcji?

Oto przykłady ich wykorzystania do aukcji konkretnych książek Złotych Myśli:

Aukcja z książką „**Seksualny klucz do kobiecych emocji**” i pasujące do niej darmowe ebooki:

- „Seks, miłość, spełnienie”;
- „Skuteczne metody podrywania”;
- „Tajemnice szczęścia”.

Aukcja z którąkolwiek z książek motywacyjnych, np. **„Efekt motyla”**, i pasujące do niej darmowe ebooki:

- „8 sekretów sukcesu”;
- „Dlaczego warto pokochać siebie?”;
- „Podążaj za marzeniami”;
- „Szkółka Sukcesu”;
- „Tajemnice szczęścia”;
- „Tylko Ty decydujesz”.

Aukcja z książkami informatycznymi, np. **„Google AdSense”**, i pasujące do niej darmowe ebooki:

- „Kurs usability”;
- „Podpisy cyfrowe”;
- „Wstęp do marketingu internetowego”;
- „Wykorzystaj potęgę artykułów”;
- „Tworzenie aplikacji okienkowych”.

Aukcja z książką **„Internet w praktyce”** i pasujące do niej darmowe ebooki:

- „Potrafię korzystać z Internetu — Infobrokering”;
- „Potrafię korzystać z Internetu — Rekinada”;
- „Potrafię korzystać z Internetu na studiach”;
- „Potrafię korzystać z Internetu, prowadząc własną firmę”;
- „Zwalcz spam — profilaktyka antyspamowa”.

Aukcja z którąkolwiek z książek dotyczących finansów lub inwestowania, np. **„Giełda papierów wartościowych w praktyce”**, i pasujące do niej darmowe ebooki:

- „Wprowadzenie do gry na Giełdzie Walutowej Forex”;
- „Twoje pierwsze kroki w zakładach bukmacherskich”.

Aukcja z książką „**Już nie będę taki szybki**” i pasujące do niej darmowe ebooki:

- „Skuteczne metody podrywania”;
- „Seks, miłość, spełnienie”;
- „Tylko Ty decydujesz”.

Wszystkie te darmowe ebooki możesz wygenerować w narzędziach na <http://zpp.zlotemysli.pl>

Gratis nr 4: Darmowe artykuły i ebooki z artykułów

Zapewne wielu z Was słyszało o serwisie <http://www.artelis.pl>. Jest to kopalnia bardzo wartościowych artykułów na różne tematy. Każdy internauta może pobierać teksty i wykorzystywać je na swoich stronach internetowych. Jedynym warunkiem jest kopiowanie ich razem ze stopkami, o czym mówi regulamin Artelisa.

Pomysł: Ściągnij kilka artykułów o podobnej tematyce, utwórz z nich jednego darmowego ebooka i dodawaj go jako gratis do swojej aukcji :) Pomyślisz sobie pewnie: „Po co mam to robić, skoro są dostępne na Artelisie? Każdy może sobie wejść i przeczytać”. Otóż nie! Większość Allegrowiczów nie ma na to czasu albo nie wie, gdzie szukać takiej wiedzy. Podaj im „gotowca”, gratis — i sprawdź, jak bardzo wpłynie to na sprzedaż książek ZM na Allegro.

Przykłady ebooków stworzonych dzięki Artelisowi (przez Anię Grabkę, właścicielkę serwisu) znajdziesz na stronie <http://tworzymy-ebooki.artelis.pl/>. Znajdziesz tam takie tytuły, jak:

- 1) „Sztuka dawania”;
- 2) „Stres i relaks”;
- 3) „Szczęście”.

W Panelu Partnera na <http://zpp.zlotemysli.pl> i w sekcji Darmowe ebooki na <http://zlotemysli.pl> znajdziesz natomiast:

4) „52 skuteczne psychorady”.

W jaki sposób dobrać odpowiednie artykuły do danej książki ZM?

Sprawa jest nieskomplikowana. Przykład: chcesz skutecznie sprzedawać książki o inwestowaniu, np. „Fundusze inwestycyjne w praktyce” Edyty Dudy-Piechaczek lub „Inwestowanie pieniędzy w praktyce” Tomasza Bara.

Wchodzisz na Artelis do kategorii Finanse → [Inwestowanie](http://artelis.pl/artykuly,3,32-0.html)
(<http://artelis.pl/artykuly,3,32-0.html>)

Jakie się tam pojawiają tytuły?

- „Podatek giełdowy: nie daj się naciągnąć”;
- „Struktury kontra fundusze”;
- „Giełda Papierów Wartościowych: rozwój czy regres?”;
- „Lokata sprzeda wszystko”;
- „Dolar niezupełnie upadły”;
- „W poszukiwaniu złotego portfela”;
- „Fundusze inwestycyjne dla niewtajemniczonych”.

Wybierasz artykuły, które wydają Ci się wartościowe, kopiujesz je do Open Office’a, formatujesz i zapisujesz jako PDF. **Nie wolno Ci zapomnieć o zamieszczaniu stopki — integralnej części artykułu!** To jest jedyny warunek, który musisz spełnić, aby móc wykorzystywać te teksty i dzięki któremu autorzy je udostępniają za darmo do przedruku. Standardowe ustawienia Open Office’a zachowują klikalne linki po ich skopiowaniu, jednak za każdym razem upewnij się, że faktycznie tak jest.

Darmowy, wartościowy ebook powinien mieć minimum 50 stron, choć czasem bardzo wyczerpujący i zawierający unikalną wiedzę artykuł ma 10 stron i z powodzeniem może tworzyć osobnego ebooka. Jestem przekonana, że sam podejmiesz słuszną decyzję co do liczby stron przygotowanego przez Ciebie darmowego ebooka.

Jeśli nie masz ochoty lub czasu, aby stworzyć taki plik samemu, możesz skorzystać z usług autorów serwisu <http://tworzymy-ebooki.artelis.pl>

7.3. Kontakt z klientem, komentarze i kultura osobista

Kolejnym elementem, o którym warto pamiętać podczas sprzedaży książek ZM na Allegro, jest kontakt z klientem zarówno przed dokonaniem zakupu, podczas oczekiwania na przesyłkę, jak i po zakończonej aukcji. Chciałam tu głównie zwrócić uwagę na e-maile oraz komentarze.

Wiele osób najpierw postanawia „przetestować” sprzedawcę (zanim skorzysta z jego usług), zadając mu pytanie dotyczące książki, którą ma on w ofercie lub której akurat poszukuje.

Gdy Allegrowicz skontaktuje się z Tobą, zanim kliknie w „Kup teraz”, decyzja zakupu będzie uzależniona od:

- szybkości odpowiedzi na maila;
- rzetelności odpowiedzi (czy odpowiedziałeś dokładnie na zadane pytanie, czy „na około”);
- kulturalnego języka, w którym udzieliłeś odpowiedzi.

1. Bardzo często w odpowiedzi na maile wysyłane przez użytkowników Allegro dostaję podziękowanie za szybką odpowiedź. Widzę, że robi to na nich bardzo dobre wrażenie. Nie oznacza to, że musisz siedzieć przed komputerem 24h na dobę. Nie samym Allegro człowiek żyje :) Postaraj się jednak odpowiadać najszybciej, jak tylko masz możliwość.
2. Jeśli ktoś poprosi Cię w e-mailu o więcej informacji na temat książki, pofatyguj się, ściągnij darmowy fragment i odpowiedz mu najdokładniej, jak tylko najlepiej potrafisz. Nie masz na to czasu? Wyślij mu PDF-a z darmowym fragmentem.

Inny przykład: Allegrowicz pyta o książkę z innego wydawnictwa, ale na temat, który pokrywa się z jakąś publikacją Złotych Myśli. Możesz mu wtedy odpowiedzieć, że niestety tamtej książki nie posiadasz, ALE możesz polecić podobną publikację, używasz linku partnerskiego i otrzymujesz prowizję za każdym razem, gdy ten człowiek kupi coś w naszym serwisie :)

3. Klient wyprowadził Cię z równowagi? Użył wulgarnego języka i zarzuca Ci coś, czego nie zrobiłeś? Przeczekaj kilka godzin lub nawet całą noc, aż opadną Ci emocje. Możesz nawet sformułować list w takim samym tonie, jeśli Ci to pomoże, ALE GO NIE WYSYŁAJ!

Kultura osobista zaważy nie tylko na tym, jak zakończy się aukcja. Zaskocz Allegrowicza odpowiedzią „na poziomie”, a rezultat odbierze Ci dech w piersiach! Postaw się w jego sytuacji, napisz: „Rozumiem, że się Pan zdenerwował, sam bym tak zareagował”, „Przykro mi, że...”. A jeśli możesz — zrzucić winę na siebie. Sprawi to, że agresja zniknie i będzie można na spokojnie ustalić przyczyny niezadowolenia i rozwiązać problem.

Komentarze

Równie ważne jest podtrzymanie kontaktu PO otrzymaniu przez Allegrowicza książki, czyli chociażby podziękowanie za udaną transakcję lub wystawienie pozytywnego komentarza. Zrób na nim wrażenie, że poświęcasz mu czas i energię nawet po zakupie, a wzrośnie prawdopodobieństwo, że wróci i kupi kolejną pozycję.

Oczywiście i w tym momencie powinieneś pamiętać o odpowiednim języku, szczególnie wtedy, gdy nie wszystko przebiegło idealnie. Jeśli zdarzy się tak, że otrzymasz negatywny komentarz, Twoja wysoka kultura osobista sprawi, że Allegrowicz na pewno go unieważni.

Zadbaj o to, jak jesteś postrzegany — będą świadczyć o tym otrzymane przez Ciebie komentarze, ale także odpowiedzi i wystawione przez Ciebie komentarze. Ty też nie kupiłbyś u aroganckiego i gburowatego sprzedawcy, prawda?

Komentarze warto wystawiać szybko, gdyż wielu osobom bardzo na nich zależy. Długie oczekiwanie na komentarz może sprawić, że dana osoba nie będzie już chciała nic więcej od Ciebie kupić. Wynika to z sondaży Allegro, w których użytkownicy skarżyli się na niektórych SuperSprzedawców, bagatelizujących komentarze zwrotne, a nawet prośby o nie! Nie dopuść do takiej sytuacji.

7.4. Dlaczego warto wspominać na aukcji o 10-dniowej gwarancji?

Gwarancja jest potężnym i sprawdzonym motywatorem. Nie tylko wzbudza zaufanie do produktu lub sprzedawcy, ale także zwiększa

7.4. Dlaczego warto wspominać na aukcji o 10-dniowej gwarancji?

samą sprzedaż od kilkudziesięciu do kilkuset procent w porównaniu z tą samą ofertą bez żadnej gwarancji.

Jeśli zastanawiasz się, dlaczego na naszych aukcjach Allegro jest 10-dniowa gwarancja, a w serwisie wieczna gwarancja, to są dwa powody. W przypadku wersji drukowanych gwarancja jest zapewniona przez prawo, czyli istnieje 10-dniowy okres na zwrot towaru zakupionego wysyłkowo — jest o tym punkt w regulaminie zakupów. Oczywiście wykorzystujemy ten fakt i zamieniamy go w nasz atut, do czego i Ciebie zachęcam :)

Ponadto doszłam do wniosku, że Allegrowicze to specyficzna grupa odbiorców. Są oni dość ostrożni i sceptyczni — i na hasło „wieczna gwarancja” mogą zareagować co najmniej niedowierzaniem, a 10-dniowa gwarancja brzmi o wiele lepiej, czyż nie?

Od listopada 2005 roku na aukcjach Żłoty Myśli miało miejsce maksymalnie 15 zwrotów na 2049 sprzedanych książek, a to oznacza, że przez 3 lata tylko 0,73% kupujących zrezygnowało.

Dobry wynik to 1–2%, a 0,73 to wynik bardzo dobry ;) Takie statystyki są dość zachęcające, prawda? Koniecznie umieść na swoich aukcjach i stronie „O mnie” informację o 10-dniowej gwarancji.

7.5. Opinie o książkach — jeden z najmocniejszych punktów sprzedaży

Opinie o Tobie, czyli komentarze, mają równie ważny odpowiednik, czyli opinie o produkcie — w tym wypadku o książce.

7.5. Opinie o książkach

Czy zdarzyło Ci się kiedykolwiek kupić coś w sklepie, bo usłyszałeś/-podśłuchałeś wcześniej pozytywną opinię jakiegoś przypadkowego klienta na temat danego produktu? Albo może znajoma poleciła Ci coś, z czego jest bardzo zadowolona, i postanowiłeś też to kupić? Nie ma chyba niczego, co bardziej zwiększałoby zaufanie i zachęcało do zakupu, niż opinia osoby, która już go dokonała i jest zadowolona.

Dostrzegły to już dawno wydawnictwa zagraniczne, które oferują swoje książki w normalnych księgarniach, np. w Empiku. Nie wiem, czy zauważyłeś — okładki książek anglojęzycznych roją się od pozytywnych opinii prasowych oraz opinii innych autorów. Czasem są to opinie jednowyrazowe, np. „Astonishing!” (tłum. „Zdumiewająca!”). A oto przykładowa opinia czytelniczki ZM na temat publikacji „Mowa zależna jest prosta”.

Nie spotkałam się jeszcze z tak profesjonalnym i jednocześnie zrozumiałym opracowaniem mowy zależnej. Pani Anna wyjaśnia poszczególne zagadnienia dopiero po upewnieniu się, że uczeń wie, co to jest podmiot, orzeczenie oraz jakie można rozróżnić szyki w zdaniu.

Porównuje wszystko do języka polskiego, dzięki czemu łatwiej jest się odnaleźć w konstrukcji mowy zależnej. Używa mnóstwa przykładów z tłumaczeniami, po każdym dziale umieszcza ćwiczenia. Po prostu genialne! Nie ma lepszego sposobu wyjaśnienia, na czym polega mowa zależna. Jestem w 100% przekonana, że będzie to zrozumiałe i dotrze do każdego, nawet najmniej lubiącego język angielski ucznia.

— Marta Falkowska,
absolwentka Nauczycielskiego Kolegium Języków Obcych, UAM

Dlatego właśnie większość naszych ebooków ma zakładkę „Opinie” po brzegi wypełnioną komentarzami czytelników, którzy zdążyli za-

poznać się z lekturą danej publikacji (oprócz nowych ebooków, o których czytelnicy jeszcze nie zdążyli nic napisać). Opinie są dla nas tak istotne, że nawet często umieszczamy je w ramach w samych tekstach promujących ebooki lub w mailingach! Gromadzimy je po to, żebyś i Ty mógł je umieszczać na aukcjach Allegro czy w innych miejscach, w których promujesz książki ZM. Zauważ pewną zależność — nie musisz poświęcać czasu na zbieranie opinii o książkach, które sprzedajesz. Nie musisz wymyślać mechanizmu czy formularza do opinii ani prosić czytelnika, żeby go wypełnił — my robimy to wszystko za Ciebie i dla Ciebie. Korzystaj więc :)

7.6. Aukcja — jak przygotować zachęcającą do kupna aukcję, wykorzystując narzędzia dostępne na Allegro?

W jaki sposób wystawiać aukcje, żeby się najlepiej sprzedawały?

Nie ma jednej, sprawdzonej metody na wysoką sprzedaż przedmiotów na aukcji. Składa się na to zbiór czynników, takich jak: opis, czcionki, grafika. Za dobry opis książki odpowiedzialni jesteśmy my, Wydawnictwo, a konkretnie — nasi copywriterzy. Myślę, że nasze teksty promocyjne są całkiem niezłe, ale oczywiście chętnie przyjmujemy wszelkie uwagi od Ciebie na ich temat :)

Jeśli chodzi o kolor, wielkość i rodzaj czcionki, których powinno się używać na aukcjach, to również nie ma tutaj reguł. Czasami sprzedają się aukcje, które posiadają rażące, kolorowe, duże i różnorodne czcionki. Inni wolą stonowane kolorystycznie i jednolite wielkościowo czcionki. Będzie to zależało od grupy odbiorców — warto się za-

stanowić nad tym, do jakiej grupy jest skierowana publikacja — i jej opis przygotować pod tę grupę.

Jeśli aukcja jest kierowana wyłącznie do ludzi młodych, wtedy można spróbować pisać za pomocą mieszania wielkich i małych liter oraz rżących kolorów. Można w tekście opisu pokolorować fragmenty tekstu, tak aby na długim opisie pojawił się jakiś napis z tych kolorowych liter. Młodzi nie lubią nudy i szablonowych opisów — są otwarci na to, co nowe, dziwne (a wręcz uduchowione).

Taka zabawa formą i kolorem nie sprawdzi się natomiast na aukcjach skierowanych do osób starszych, poważniejszych, które cenią stabilność i pewność — do nich trzeba racjonalnych argumentów i standardowych form.

Na aukcjach językowych można pokolorować tekst tak, aby układał się w kolory flagi danego państwa, co też może przyciągnąć uwagę osób z jednej strony najczęściej młodych, ale też myślących już racjonalnie o swojej przyszłości i chcących w nią inwestować. Zachęcam więc do eksperymentowania.

Grafika to sprawa bardziej zaawansowana. Mam na myśli ten pasek na górze aukcji, który jest takim ładnym „wprowadzeniem do aukcji” i ma na sobie różne przyciski — linki. Można zlecić przygotowanie takiego szablonu aukcji grafikowi... albo skorzystać z naszej propozycji :)

Postanowiliśmy przygotować dla Was specjalny szablon — szablon Partnera ZM, który sprawi, że Wasze aukcje będą graficznie ładniejsze i atrakcyjniejsze. Możecie z niego skorzystać lub nie — wybór jak zawsze należy do Was :)

Cały proces wdrażania szablonu opiszę w punkcie ostatnim, a na razie zajmę się samą aukcją.

Czy muszę znać język HTML, aby przygotować ładną aukcję?

Odpowiedź na to pytanie na pewno Cię usatysfakcjonuje: już nie :) Oczywiście jeśli chciałbyś używać na aukcji różnych ramek czy zaawansowanych rozwiązań, znajomość HTML-a jest jak najbardziej wskazana. Jednakże i bez niej świetnie sobie poradzisz. Miniporadnik HTML dostępny na Allegro — Poradnik Sprzedającego → Opis przedmiotu (mini-poradnik HTML) — odpowie na wiele Twoich pytań, takich jak:

- Jak wzbogacić opis przedmiotu? Co to jest HTML?
- Jak ułożyć tekst w linijki i akapity?
- Jak pogrubić lub pochylić tekst?
- Jak zmienić kolor tekstu?
- Jak zmienić tło?
- Jak dodać link (odnośnik)?
- Jak załadować zdjęcia z własnego serwera?
- Gdzie mogę dowiedzieć się więcej o HTML?
- Czy mogę wykorzystać informacje z tego poradnika na swojej stronie „O mnie”?
- Czy są jakieś ograniczenia w stosowaniu HTML w opisie / na stronie „O mnie”?

Jest też inny sposób. Oto jak: po kliknięciu w „Sprzedaj” i wybraniu kategorii przedmiotu dostajesz się do zakładki „Dane przedmiotu”. Pod tytułem jest duże białe okno, służące do wpisywania w nim treści aukcji. Klikasz w „**Edytor wizualny**” — i oto co się dzieje (skopiowane z pomocy Allegro).

Edytor wizualny

Dzięki edytorowi wizualnemu możesz z łatwością stworzyć opisu przedmiotu, nie zagłębiając się w tajniki kodu HTML.

Jak posługiwać się edytorem wizualnym?

W tworzeniu tekstu za pomocą edytora obowiązuje prosta zasada: zaznacz fragment tekstu i sformatuj go. Najlepiej wpisać w edytorze docelowy tekst opisu, a następnie nadać jego fragmentom odpowiednie formatowanie.

- czcionka -- **zmiana kroju czcionki**
Zmienia krój czcionki zaznaczonego tekstu.
- rozmiar -- **zmiana wielkości czcionki**
Zmienia wielkość czcionki zaznaczonego tekstu



wycięcie do schowka
Wycina zaznaczony tekst i wstawia go do schowka.



skopiowanie do schowka
Kopiuje zaznaczony tekst do schowka.



wklejenie ze schowka
Wkleja zawartość schowka w zaznaczone miejsce.



zmiana koloru tekstu
Zmienia kolor zaznaczonego tekstu.



zmiana koloru tła tekstu
Zmienia kolor tła zaznaczonego tekstu.



utworzenie linku WWW
Tworzy link z zaznaczonego tekstu.



utworzenie linku do adresu e-mail
Tworzy link do adresu e-mail z zaznaczonego tekstu.



wstawienie obrazka
Wstawia obrazek w zaznaczone miejsce (można wcześniej go podejrzeć).



wytluszczenie tekstu
Wytłuszcza zaznaczony tekst.



pochylenie tekstu
Pochyla zaznaczony tekst.



podkreślenie tekstu

Podkreśla zaznaczony tekst.



przekreślenie tekstu

Przekreśla zaznaczony tekst.



indeks dolny

Tworzy indeks dolny z zaznaczonego tekstu.



indeks górny

Tworzy indeks górny z zaznaczonego tekstu.



justowanie do lewej

Wyrównuje zaznaczony tekst do lewej strony.



wyśrodkowanie tekstu

Wyśrodkowuje zaznaczony tekst.



justowanie do prawej

Wyrównuje zaznaczony tekst do prawej strony.



justowanie obustronne

Wyrównuje zaznaczony tekst do lewej i do prawej strony.



zmniejszenie wcięcia

Zmniejsza wcięcie dla całego akapitu, w którym jest zaznaczony fragment.



zwiększenie wcięcia

Zwiększa wcięcie dla całego akapitu, w którym jest zaznaczony fragment.



lista numerowana

Tworzy listę numerowaną z zaznaczonego tekstu.



lista wypunktowana

Tworzy listę wypunktowaną zaznaczonego tekstu.

Korzystając z edytora, możesz wkleić fragment kodu źródłowego po przełączeniu na zakładkę **Kod źródłowy HTML**.

Przygotowany opis możesz podejrzeć w osobnym oknie, bez konieczności zatwierdzania całej aukcji (służy do tego link Podgląd w prawym rogu nad oknem edycyjnym).

Jeżeli chciałbyś korzystać ze „starej” wersji edytora, kliknij na link Edytor tekstowy (umieszczony nad oknem edycji, obok odnośnika Podgląd).

W ten oto sposób, nie znając tajników HTML-a, możesz przygotować bardzo ładną aukcję. Najpierw skopiuj tekst z naszej strony promocyjnej do Notatnika. Potem wklej go do tego białego okna w zakładce „Dane przedmiotu” i sformatuj edytorem wizualnym. Oczywiście jest to wersja, w której nie wybierasz przygotowanego przez nas szablonu Partnera ZM :) Gdy się na niego zdecydujesz, zajrzyj do punktu nr 7.

Kiedy jest największy ruch Allegrowiczów na aukcjach oraz największa sprzedaż?

Z moich obserwacji wynika, że największa sprzedaż na Allegro ma miejsce w niedzielę i poniedziałek w godzinach 19.00-23.00. Innym dobrym dniem jest czwartek w tych samych godzinach. Potwierdzają to wyniki badań innych internautów — blogerów, którzy sprzedają na Allegro. Dlatego najlepiej jest, abyś wystawiał aukcje tak, aby kończyły się:

- w poniedziałek w godz. 19.00-23.00;
- w niedzielę w godz. 19.00-23.00;
- w czwartek w godz. 19.00-23.00.

Największa oglądalność aukcji występuje tuż po jej wystawieniu i pod koniec. Nie warto jest więc kończyć aukcji przed czasem, bo można w ten sposób stracić klientów.

Niestety, jeśli chcesz wystawić aukcje o konkretnej godzinie, zazwyczaj oznacza to, że musisz w tym czasie być przed komputerem i to robić. Jak można tego uniknąć? Opcją jest wykupienie w Allegro

usługi, którą jest „Menedżer sprzedaży”. Pozwala on ustawiać, jakiego dnia i w jakiej godzinie ma się rozpocząć aukcja. Mankamentem jest to, że trzeba to robić kilka dni wcześniej, gdyż wiele osób korzysta z tej opcji, a Allegro ma swoje limity na dane dni i godziny.

Czym jest „Menedżer sprzedaży” i dlaczego warto z niego korzystać?

„Menedżer sprzedaży” to narzędzie do efektywnego zarządzania transakcjami. Dostarcza wiedzy i opcji w panelu Allegro, niezbędnych do dobrego funkcjonowania. Ułatwia i usprawnia cały proces sprzedaży na Allegro. Opłata za korzystanie z „Menedżera” jest stosunkowo niewielka i na pewno warta swojej ceny — **2,50 zł** za pierwsze 30 dni; **7,50 zł** za każde następne 30 dni. Jeśli jeszcze nie masz „Menedżera sprzedaży”, to wypróbuj go już teraz — inwestując tylko 2,50 zł :)

„Menedżer” ma wiele funkcji, które ułatwiają prowadzenie transakcji w Allegro. Oprócz funkcji służących do zarządzania transakcjami dostępne są również opcje, które pozwalają dostosować jego działanie do potrzeb Sprzedającego.

Oto kilka głównych zalet Menedżera (skopiowane z regulaminu Allegro) wraz z moim komentarzem:

Zarządzanie transakcjami

- *Przenoszenie transakcji do odpowiedniej sekcji w zależności od etapu transakcji — wszystkie transakcje zakończone sprzedażą znajdują się w zakładce Sprzedane. W zależności od etapu transakcji można je przenieść do wybranej sekcji, np. Oczekują na wpłatę (z góry). Wyszukiwarka dostępna w panelu Menedżera Sprzedaży pozwala na szybkie znalezienie*

transakcji po tytule, nazwie Użytkownika, numerze telefonu, miejscowości, itp.

Korzystam z tej funkcji najczęściej, wprowadzając porządek wśród Allegrowiczów, którzy potwierdzili kupno książki. Przenoszę ich do odpowiednich sekcji, np. gdy wiem, że zamierzają zapłacić przelewem za książkę — „Oczekują na wpłatę z góry”. Gdy przelew dotrze — do „Zapłacone do wysłania”. Po wysyłce książki — do „Zakończone”.

- *Wysyłanie powiadomień wprost z listy transakcji znajdujących się w danej sekcji, takich jak „Podziękowanie za zakup” lub „Informacja o wysyłce” — za jednym razem można wysłać dane powiadomienie do wielu Kupujących. Treść powiadomień można ustalić według własnych potrzeb lub wykorzystać gotowe teksty.*

W czasie przenoszenia Allegrowiczów do różnych sekcji „Menedżer sprzedaży” proponuje wysyłanie danym Allegrowiczom e-maili informujących np. o numerze konta, o tym, że dotarła do nas ich wpłata. W ostatnim etapie dowiadują się, że książka została już do nich wysłana. Dzięki temu nie muszę formułować za każdym razem tej samej treści e-maila, tylko mam ją gotową w „Menedżerze”. Bardzo się też przydaje możliwość wysyłania przypomnień i próśb o kontakt. Można je wysłać niezależnie od tego, czy przenosimy kogoś do innej sekcji, czy nie.

- *Ponowne wystawianie przedmiotu znajdującego się na liście transakcji — w zależności od sekcji można wystawić podobną ofertę sprzedaży lub ponownie wystawić przedmiot.*

Wprowadzono niedawno do „Menedżera” tę bardzo przydatną funkcję, którą jest możliwość ponownego wystawienia aukcji

od razu po jej zakończeniu, ze wszystkimi niesprzedanymi przedmiotami. Jest ona kolejnym sposobem na to, żeby aukcje wystawiane były w najlepszych godzinach i dniach, bez Twojego obowiązku bycia przed komputerem akurat w tych momentach.

- *Karta transakcji, gdzie można dokonać zmiany adresu wysyłki, dodać notatkę, wpisać numer przesyłki oraz sprawdzić, jakie czynności zostały wykonane w związku z daną transakcją.*

Również bardzo wygodna i przydatna funkcja. Wiem, kto już potwierdził aukcję, w jaki sposób zapłaci, mogę natychmiast zmienić jego adres wysyłki. Widzę każdy etap aukcji i mogę szybko odpowiedzieć na pytania Allegrowicza, który np. zastanawia się, dlaczego nie doszła jeszcze do niego książka. Korzystając z menedżera, natychmiast wiem, czy:

1. On wpłacił już za nią pieniądze
 2. My już mu wysłaliśmy książkę, a jeśli tak, to kiedy?
- *Tworzenie nieograniczonej liczby katalogów produktów (przedmiotów na sprzedaż) i zarządzanie nimi.*

Czyli masz możliwość przygotowania nieograniczonej liczby aukcji, które są zgromadzone w jednym miejscu. Możesz je wielokrotnie modyfikować i zmieniać on-line. Po przygotowaniu aukcji wystawiasz ją w dowolnym terminie.

- *Szablony produktów — wystawianie przedmiotów na wiele sposobów dzięki zdefiniowanym szablonom wystawiania.*

- *Statystyka pomagająca wybrać najlepszy sposób sprzedaży tego samego produktu (średnia cena sprzedaży, średnia sprzedaży).*

Gdy wystawiasz na Allegro wiele książek, warto, żebyś korzystał z „Menedżera sprzedaży”, którego funkcje wprowadzają prawdziwy porządek wśród aukcji, umożliwiają łatwe odnajdywanie użytkowników, dodawanie niezbędnych informacji o nich (np. zmiana adresu), próśb i wszystkiego, co jest niezbędne do sprawnego i skutecznego procesu sprzedaży.

Więcej informacji na temat menedżera sprzedaży znajdziesz tutaj: http://www.allegro.pl/country_pages/1/o/edukacja/narzedzia/help/index.php?page=1

A teraz zaproszę Cię do punktu ostatniego, w którym nauczysz się, jak wdrożyć i wykorzystywać przygotowany przez nas szablon Partnera ZM.

7.7. Szablon aukcji Partnera ZM

Poniżej widnieje szablon aukcji, który specjalnie dla Ciebie udostępniamy, z przygotowaną przeze mnie przykładową aukcją jednej z naszych publikacji.

7.7. Szablon aukcji Partnera ZM



Internetowa księgarnia **ZAPRASZA**

[Dodaj do ulubionych](#)
[Nasze książki](#)
[Zadaj pytanie](#)
[O sprzedawcy](#)



Jak stać się dwa razy lepszym – w czymkolwiek tylko chcesz – w ciągu jednej nocy?*

* Pięte, że tylko dwa razy lepszym, ale są osoby, które stały się nawet dziesięć razy lepsze w ciągu jednej nocy. Oczywiście wykorzystywały one potęgę twórczej podświadomości...



- Ilość stron: **292**
- Okładka: **kolorowa**, miękka
- Autor: **Ben Sweetland**
- Wydawnictwo: **"Złote Myśli"**
- ISBN: **978-83-7592-148-2**
- Format: **A5**
- Status książki: **nowa**

Co inni myślą o książce?

Drugim krokiem było... zajęcie się czymś innym i pozostawienie tej sugestii mojej podświadomości. Poszedłem i zrobiłem pranie. Całe pranie. (Jakieś 7 załadowań pralki). Poczytałem książki, jak na przykład „Bogac się, kiedy śpisz” („Grow Rich While You Sleep”) Bena Sweetlanda.

Joe Vitale – autor „Hipnotycznego marketingu”

Opis książki

Niektórzy ludzie nie mają pojęcia, jaki potencjał w nich drzemie...

Pozwól, że na początek poruszę odrobinę teorii, która jest niezbędna do zrozumienia całości tego, o czym mówię.

Cały nasz umysł jest podzielony na dwie części:

Świadomą

Odbiera ona wrażenia za pomocą zmysłów wzroku, słuchu, dotyku, smaku i węchu. Jest bardzo skuteczną w podejmowaniu tysięcy codziennych decyzji. Kiedy wykonyjesz jakąkolwiek świadomą czynność – bierzesz ze stołu ołówek, mówisz do kelnera, dzwonisz do kogoś – Twoja Świadomość wysła sygnały do Twojego ciała. Kiedy zasypiasz, Twoja Świadomość także zasypia.

7.7. Szablon aukcji Partnera ZM

Dzięki natłokowi swego umysłu zaczniesz automatycznie węgry pamiętać, wzmacniesz swoją pamięć oraz inne siły umysłu. **Pozwoli Ci to zbudować pewność siebie, wydobyc ukryte talenty oraz pokaże Ci, że możesz być bogaty.**

Jak już niedługo będziesz miał okazję się dowiedzieć, sam proces komunikowania się z Twórczym umysłem jest całkiem prosty. Niektórzy potrzebują kilku dni na poznanie tego cennego sekretu. Inni potrzebowali na to tylko jednej nocy. To naprawdę cudowne przetycie – **tak nagle znaleźć magicznego dżina wykonującego wszelkie nasze rozkazy.**

Dłć może zastanawiasz się, czy to, co tutaj opisuję, to prawda. Może brzmi to dla Ciebie zbyt dobrze, żeby było prawdziwe. Dlatego chciałbym, abyś przeszedł teraz historię ludzi, którzy nieświadomie wykorzystali swój Twórczy umysł.

✓ Pewna staruszka była otoczona przez osoby nieustannie przypominające jej o starości, prowadziły ją one do lekarza, pilnowały, żeby brała różne pigułki, i przypominają jej o wieku. Po wielu latach radeki z symem wyjechała z nimi do dużego miasta. Wszyscy myśleli, że ją to zabije, jednak chłopak był barczo entuzjastyczny i swoim entuzjazmem i radością życia zaraził także swoją „schorowaną” matkę. Okazało się, że staruszka – mimo swojego wieku – miała jeszcze w sobie dużo energii i dzięki jej było do siedzenia i czekania na śmierć. Udawali ockawe miejsca, starich znajomych i aktywnie spędzał czas.

✓ Pewien człowiek całe swoje życie pracował fizycznie i po sześćdziesiątce zaczął się szybko starzeć. Dzięki małemu posustwu „wykaszno” mu, że był w błęzie i jest o czosć lat młodszy, niż myślał. Niemal natychmiast zaczął wyglądać młodziej, młodej lat się poczuł i zachowywał. Znowu młód ciężko pracować i nie mu nie dolegało. Wyrażnie czuł w swej Twórczej Podświadomości, że sześćdziesiątka to czas, kiedy należy zwolnić i zacząć narzekać – dokładnie tak, jak to robili wszyscy jego kumple.

Słowo od Joe Vitale – autora „Hipnotycznego marketingu”

Drugim krokiem było... zajęcie się czymś innym i pozostawienie tej sugestii mojej podświadomości. Poszedłem i zmyłem pranie. Cawe pranie. (Jakiś 7 zaiadowań pralki). Przeczytałem książkę, jak na przykład: „Bogać się, kiedy śpisz” („Grow Rich While You Sleep”) Bena Sweetlanda.

Już niedługo dowiesz się wielu ciekawych rzeczy i poznasz sekrety Twórczej Podświadomości:

- ✓ **Dlaczego kluczem do Twojego sukcesu jest Twój własny Twórczy umysł** i jak go wykorzystać, aby osiągnąć swoje cele możliwe najszybciej?
- ✓ **Jak odnosić się do bogactwa?** Wiem, że to dziwne brzmi, ale aby być bogatym, trzeba mieć do tego odpowiedni stan umysłu i przekonania.
- ✓ **Jakiego nastawienia umysłu potrzebujesz**, aby stać się bogatym? Od czego zacząć swoją drogę do bogactwa?
- ✓ **Na czym polega prawo obfitości** i jak dokładnie działają jego mechanizmy? Poznaj to prawo, a dzięki niemu Twoja droga do sukcesu (szczególnie tego finansowego) znacznie się skróci.
- ✓ **Skąd pochodzą nasza siły umysłowe, kreatywność i inteligencja?** Dowiedz się, gdzie mają źródło te wszystkie najważniejsze w osiągnięciu sukcesu czynniki i jak wpłynąć na nie, aby jeszcze bardziej się rozwinięły.
- ✓ **Jak być dwa razy lepszym tylko dzięki zmianie toku i sposobu myślenia?** Uwierz mi albo nie, ale większość ludzi dzięki temu faktowi stała się nie tylko dwa, ale i nawet pięć, sześć, dziesięć razy lepsze.

7.7. Szablon aukcji Partnera ZM

✓ **Jak przestać się martwić?** Poznasz konkretne rozwiązania dotyczące takich problemów, jak: martwienie się, zrywanie o zrywaniu swojej pracy, zazdrość o jakąś osobę, wyrzuty sumienia, zawiść, lenistwo, nienawiść, planowanie przysięgi, lęk przed śmiercią.

No dobrze, ale co zrobić, jeśli mam poważne problemy ze sniem?

Skożo omawiamy teraz problem bogactwa się podczas snu, nie od rzeczy będzie powiedzieć kilka słów na temat sposobów przyspieszenia snu, regenerującego się snu.

Większość ludzi narzeka na trudności z zasypianiem. Niektórzy zasypiają niemal natychmiast, ale potem budzą się i nie mogą zmusić oka przez znaczną część nocy. Inni przez co najmniej godzinę po położeniu się do łóżka nie mogą zasnąć.

Wiesz już, że podświadomość najgorzej pracuje wtedy, gdy świadomość jest wyłączona, z czego wynika, że nauczenie się, jak szybko, bez wysiłku zasypiać, by spać spokojnie do samego rana, to naprawdę ważna sprawa. Z tej książki dowiesz się, jak tego dokonać. Co jest to w istocie całkiem proste.

Ile ta wiedza jest warta dla Ciebie?

Pomyśl, ile ta wiedza, może być warta dla Ciebie, skoro zanim skończysz czytać tę książkę, będziesz raz na zawsze wiedzieć:

- Jak rozpoznawać swoje prawdziwe życiowe cele – niezależnie od tego, co inni ludzie na ten temat chcą Ci wmówić?
- Jak poznać swoje prawdziwe ja – Twoje autentyczne zdolności i złoża ukrytych talentów?
- Jak zdobyć poczucie niewzruszonej pewności siebie?
- Jak poznać swoje prawdziwe ja – Twoje autentyczne zdolności i złoża ukrytych talentów?
- Jak zdobyć poczucie niewzruszonej pewności siebie?
- Jak nabrać cech, które sprawią, że ludzie zaczną z przyjemnością pomagać Ci osiągać to, czego pragniesz?
- Jak odrzeźbić i utrzymać w świadomości pełny, wyraźny, wspaniały obraz własnego sukcesu i rozwijać go każdym swym słowem i uczynkiem?

Nie czekaj. Jeśli odłożysz czytanie na później, to na pewno o nim zapomnisz i znowu stracisz swoją szansę na zmianę swojego życia. Kliknij w przycisk "Kup teraz!" i daj sobie właśnie teraz szansę.

Copyright (c) 2000 **Złote Myśli** designed by aazy.comanco 2000

O nas | Prasa | Reklama | Oferty pracy | Program Partnerski | Usługi i narzędzia | Bezpieczeństwo

Konieczność z serwisu oznacza akceptację [REGULAMINU](#)

Jeśli Ci się podoba ten szablon aukcji i chciałbyś/chtiałabyś, żeby tak wyglądały wszystkie Twoje aukcje, na których sprzedajesz książki Złotych Myśli, to nauczę Cię teraz, jak go używać.

Wszelkie aukcje będziesz przygotowywał w tym szablonie. Masz do wyboru dwie opcje:

1. Przygotowywanie ich w darmowym programie Nvu, a następnie wklejanie do Allegro i drobne modyfikacje (dodawanie enterów).
2. Wklejenie całego szablonu (jego kodu HTML) i przygotowywanie wszystkich aukcji bezpośrednio w Allegro.

Osobiście polecam opcję pierwszą, gdyż w programie Nvu zostały zdefiniowane dla Ciebie 4 style tekstu, co przyspiesza przygotowywanie aukcji. Jest to opcja według mnie wygodniejsza również z tego powodu, że okno edytora wizualnego na Allegro jest niewysokie i nie pozwala zobaczyć całej Twojej pracy, co sprawia, że co chwilę trzeba klikać w „Podgląd” — i jest to męczące. Jak zwykle — wybór należy do Ciebie.

Jeśli zdecydowałeś się na opcję pierwszą, to wyjaśnię Ci teraz krok po kroku, w jaki sposób, korzystając z darmowego programu Nvu, przygotowywać podobne aukcje, stosując powyższe style czcionki i ramki. Przygotowane w Nvu projekty będziesz wklejał do Allegro, lekko poprawiał (dodawał entery), co w efekcie da gotową do wystawienia aukcję. To naprawdę nietrudne — zapewniam Cię, że w ogóle nie musisz znać się na języku HTML :) Sama mam o nim ledwie podstawowe pojęcie, a przygotowałam tę aukcję ;) Tę możliwość daje prosty w obsłudze program Nvu, w którym wszystko robi się tak intuicyjnie, jak w MS WORD czy innym edytorze.

Jak korzystać z szablonu aukcji i strony „O mnie”?

KROK 1: Ściągnięcie na dysk spakowanych plików (szablon aukcji i strona „O mnie”) na dysk oraz ich rozpakowanie:

http://www.zlotemysli.pl/files/szablon_partnera.zip

http://www.zlotemysli.pl/files/szablon_partnera.rar

Po ściągnięciu powyższego ZIP-a/RAR-a rozpakuj go w dowolnym miejscu na Twoim dysku oraz je zapamiętaj.

KROK 2: Instalacja programu Nvu

Program Nvu można pobrać ze strony <http://Nvu.pl/>

Link do wersji pod system Windows:

<http://www.Nvu.pl/download/1.0/Nvu-1.0-win32-installer-full-pl-PL.exe>

Zainstaluj program Nvu.

KROK 3: Edycja szablonu w programie Nvu

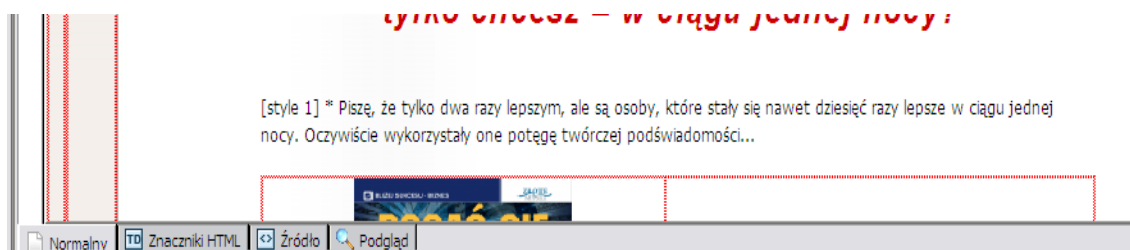
1. Włączamy program Nvu.
2. Klikamy w: Plik → Otwórz plik → Szablon partnera → allegro_partnerzm2_serw

Powinien nam się teraz wgrać gotowy do edycji szablon. Zanim zaczniemy cokolwiek w nim pisać, musimy zacząć od bardzo ważnej czynności, która opisana jest w kolejnym punkcie.

KROK 4: Prawidłowe podlinkowanie przycisków „Dodaj do ulubionych”, „Nasze książki”, „Zadaj pytanie”, „O sprzedawcy” — tak żeby po kliknięciu przez Allegrowiczów prowadziły do odpowiednich miejsc na Twoich aukcjach.



Już teraz pewnie widzisz załadowany szablon. Na dole znajdują się 4 zakładki: „Normalny”, „Znaczniki HTML”, „Źródło”, „Podgląd”.



Przygotowywanie strony „O mnie” (edycja szablonu) będzie się odbywać w zakładce „Normalny”, ale na razie musimy dopilnować, żeby górne przyciski „Dodaj do ulubionych”, „Nasze książki”, „Zadaj pytanie”, „O sprzedawcy” prowadziły w odpowiednie miejsca na Twoich aukcjach. Ta część jest najtrudniejsza, ale zrobisz ją tylko raz. Obiecuję Ci, że cała reszta będzie o wiele prostsza. Program Nvu pozostaw otwarty.





Na chwilę obecną górne przyciski mają takie linki:

1. Dodaj do ulubionych:
http://www.allegro.pl/my_favourites_edit.php?fav_id=000000&type=fav_sellers
2. Nasze książki:
http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=000000
3. Zadaj pytanie:
http://www.allegro.pl/email_to_user.php?uid=000000
4. O sprzedawcy http://www.allegro.pl/my_page.php?uid=000000

Nie prowadzą one do żadnego użytkownika Allegro.

Twoim zadaniem będzie sprawdzić, jaki masz UID (user ID — Twój unikalny numer użytkownika Allegro), a następnie wkleić go w miejsce cyfr 000000 w każdym z tych linków. Wejdź więc najpierw na którąkolwiek ze swoich wystawionych aukcji i najedź myszką na „Pokaż inne przedmioty sprzedającego”. Na dolnym, szarym pasku wyświetli Ci się link z numerem UID:

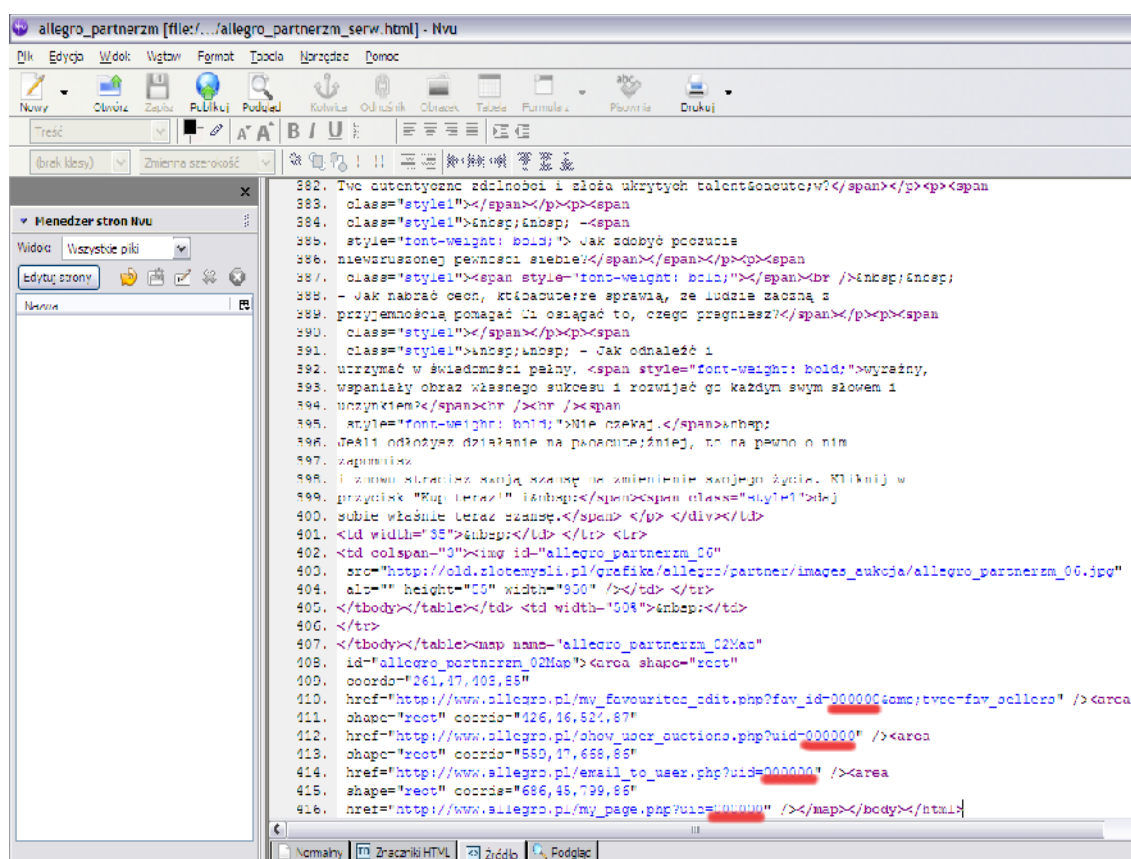
[http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=\[TWÓJ NUMER UID\]](http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=[TWÓJ NUMER UID])

Dane	
Cena Kup Teraz:	25,97 zł za sztukę
Dostępna liczba sztuk:	8 z 14 wystawionych
Do końca:	6 dni (czw 12 cze 2008 21:55:00 CEST) • Powiadom znajomego • Dodaj do obserwowanych aukcji
Sprzedający	zlotemysli.pl (2052)    • Zadaj pytanie Sprzedającemu • Pokaż inne przedmioty Sprzedającego
Limit 	Ograniczenie dla Użytkowników bez pełnej aktywacji konta Więcej informacji
Lokalizacja	Gliwice
Koszt przesyłki pokrywa	Kupujący
Transport i płatność	
Opcje transportu	
• Przesyłka pocztowa (list polecony/paczka)	
• Przesyłka pocztowa priorytetowa (list polecony/paczka)	
http://www.allegro.pl/show_user_auctions.php?uid=4024591	

7.7. Szablon aukcji Partnera ZM

Spisz go gdzieś. Wróć teraz do programu Nvu i kliknij w zakładkę „Źródło” na dolnym pasku. Zjedź na sam dół kodu HTML, a ujrzysz tam te cztery linki. Zamień w każdym z nich cyfry 000000 na Twój numer UID. Uwaga na odstępki — wklejamy sam numer! Nie dodajemy żadnych spacji ani nie usuwamy żadnego znaku!

Następnie w programie Nvu kliknij w Plik → Zapisz. Jeśli dobrze zamieniłeś 000000 na swój numer UID, to wszystko teraz będzie dobrze działać :)



KROK 5: Wybór książki Złotych Myśli, którą chcesz wystawić na Allegro

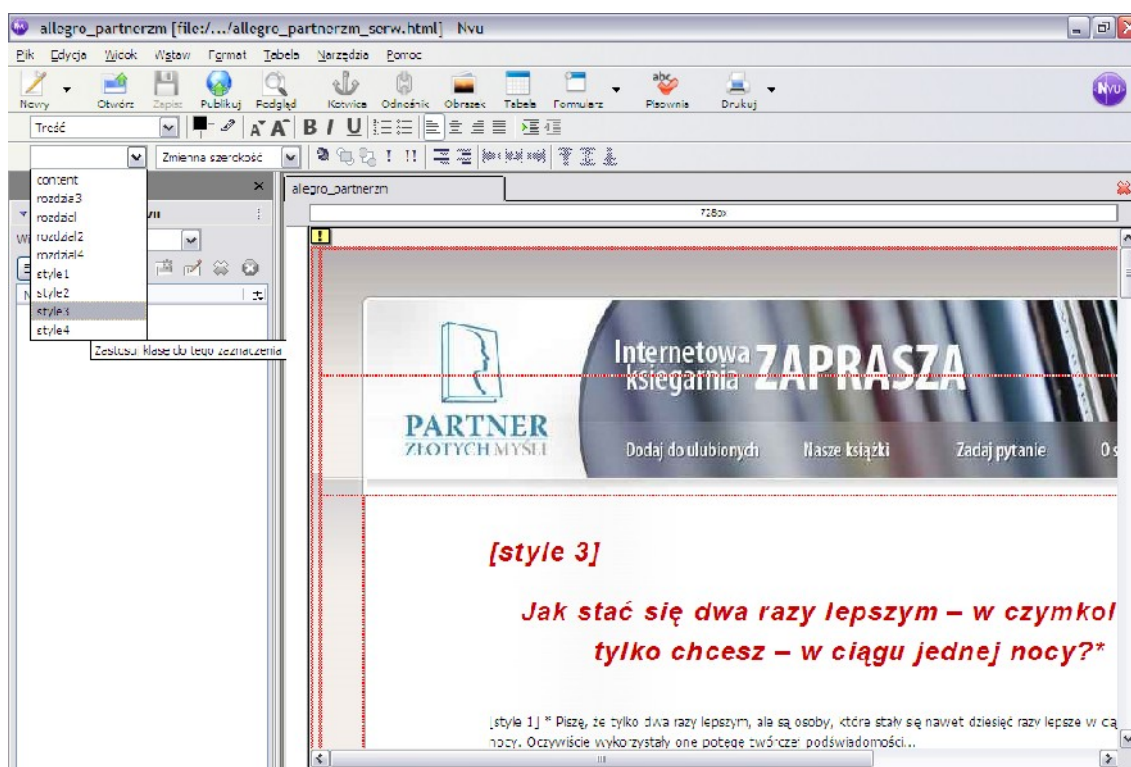
Wejdź na naszą stronę <http://www.zlotemysli.pl> i wybierz książkę, którą chciałbyś wystawiać na Allegro. Następnie skopiuj (Ctrl + C)

całą treść strony promocyjnej i wklej (Ctrl + V) do Notatnika (nie do MS Worda czy Open Office'a). Wszelką treść należy wklejać do Nvu **NIE BEZPOŚREDNIO ZE STRONY PROMOCYJNEJ, a Z NOTATNIKA**. To jest bardzo ważne, ponieważ gdybyś skopiował bezpośrednio tę treść, to skopiujesz ją razem ze stylami przeglądarki internetowej. Spowoduje to przemieszanie zdefiniowanych już w Nvu stylów i niepoprawne wyświetlanie Twojego projektu. Notatnik z kolei usuwa wszystkie style, umożliwiając edycję samej treści. Reasumując: cokolwiek wklejasz do Nvu, MUSI BYĆ NAJPIERW ZE STRONY INTERNETOWEJ SKOPIOWANE DO NOTATNIKA, dopiero z Notatnika kopiujesz (Ctrl + C) i wklejasz (Ctrl + V) do Nvu.

KROK 6: Edycja szablonu — przygotowywanie aukcji

Wracamy do otwartego szablonu w Nvu i klikamy w zakładkę „Normalny”. To w tej zakładce będziesz przygotowywał wszystkie aukcje. Na samej górze możesz dostrzec nagłówek „[style 3] Jak stać się dwa razy lepszym — w czymkolwiek tylko chcesz — w ciągu jednej nocy?*”. Na początku tego nagłówka moja podpowiedź — za taki wygląd nagłówka odpowiada style 3. Czyli: gdy wkleisz z notatnika jakąś treść, to wtedy ją zaznaczasz i w pasku na górze po lewej stronie wybierasz, że ma to być style 3.

7.7. Szablon aukcji Partnera ZM



W ten sam sposób definiujesz pozostałe style tekstu, które Ci opisałam — style 1, style 2 oraz style 4. Zachęcam Cię do eksperymentowania w tym zakresie. Im dłużej nad tym popracujesz, tym większą zdobędziesz wprawę. Pamiętaj, że jest to program darmowy, a więc niedoskonały. Gdy coś Ci się nie uda, kliknij w Edycja → Cofnij (niestety, nie działa standardowy skrót klawiszowy Ctrl + Z).

Gdy wybierzesz jeden z tych czterech stylów, nie możesz go już zmienić (zwiększyć czcionki, zmienić koloru itp.). Możesz to zrobić na niesformatowanym tekście (wklejonym bezpośrednio z notatnika.) Jeśli więc te kolory i style Ci się nie podobają, to możesz zastosować własne pomysły i stworzyć własne style :)

KROK 7: W jaki sposób umieszczać pliki graficzne?

Plikiem graficznym jest na przykład okładka książki. Jeśli chcesz, aby widniała w aukcji nie tylko jako miniaturka, to musisz zrobić tak:

- ściągasz okładkę książki (plik graficzny *.png) z naszej strony na swój dysk;
- wrzucasz ją na darmowy serwer, np. <http://imageshack.us/>;
- podajesz jej link w programie Nvu w taki sposób:

WSTAW → OBRAZEK → podajesz ADRES OBRAZKA i zaznaczasz „Nie używaj alternatywnego tekstu”.

Jeśli adres jest prawidłowy, to powinna wyświetlić Ci się dobrze okładka.

KROK 8: Co zrobić z przygotowaną aukcją?

Nvu umożliwia zapisywanie przygotowanego przez Ciebie projektu jako plik HTML. NIE POLECAM JEDNAK TEGO ROBIĆ przy pomocy funkcji Plik → Zapisz jako, ponieważ w programie tym często występują problemy z kodowaniem polskich znaków, np. ś, ź, ą. Na pewno już to wiesz, ale przypomnę: jest to program darmowy, więc nie można od niego zbyt dużo wymagać ;) Polecam za to dwie inne opcje:

Po przygotowaniu aukcji przechodzimy do zakładki „Źródło”, zaznaczamy wszystko (Ctrl + A), kopiujemy (Ctrl + C):

1. Wklejamy ją od razu do Allegro (Sprzedaj → Wybierasz kategorie → Opis).

Jeśli korzystasz z menedżera sprzedaży (chwała Ci za to ;)), to wklejasz ją jako osobny szablon do produktu i wystawiasz, kiedy chcesz.

2. Żeby zachować kopię projektu swojej aukcji — wklejasz cały kod do Notatnika i zapisujesz go na dysku jako plik *.txt Następnie już stamtąd wklejasz na Allegro tuż przed wystawieniem aukcji.

Po wklejeniu do Allegro będzie trzeba dokonać drobnych modyfikacji — głównie dodać trochę enterów. Kliknij w edytor wizualny i przejrzyj dokładnie aukcję, sprawdzając, czy wszystko wygląda tak, jak powinno.

Mam nadzieję, że wszelkie instrukcje są dla Ciebie jasne i sobie z nimi poradzisz. Trzymam kciuki za jak najbardziej owocne rezultaty wprowadzenia sugerowanych przeze mnie zmian podczas sprzedaży książek Złotych Myśli na Allegro.

8. Studium Przypadku, czyli ucz się od najlepszych

W tym rozdziale oddajemy głos naszym najlepszym Partnerom. Znajdziesz tu wypowiedzi czterech spośród naszych najlepiej zarabiających Partnerów. Odpowiadają oni na 9 pytań związanych z ich działaniami w ZPP. Ponadto zaprezentujemy dwa przydatne artykuły o zarabianiu, których autorami są również nasi Partnerzy z TOP 10⁶.

Zachęcamy do zapoznania się z tym, co mają Ci do przekazania osoby, do których grona zapewne chcesz dołączyć.

8.1. Najlepsi odpowiadają na pytania

Aby pokazać Ci, że tutaj naprawdę dużo się zarabia, poprosiliśmy o pomoc naszych najlepszych Partnerów i zapytaliśmy ich o ich drogę do wysokich zarobków. Wybraliśmy pytania, które często zadają osoby dopiero rozpoczynające współpracę, zaś odpowiedzieć na nie zgodzili się: Arkadiusz Czapla, „Makler”, Arkadiusz Podlaski oraz Sebastian Schabowski.

8.1.1. Pierwsze poważne pieniądze

Każdy Partner z niecierpliwością czeka na pierwsze poważne prowi-zje. Również Najlepsi kiedyś byli w tym miejscu drogi na szczyt. O swoich początkach oraz o celach, jakie sobie wtedy stawiali, mówią w odpowiedzi na pytanie: **Ile czasu minęło od rozpoczęcia**

⁶ **TOP 10** — Lista 10 najlepszych Partnerów w Złotym Programie Partnerskim.

Twojego udziału w programach partnerskich do zarobienia satysfakcjonujących Cię pieniędzy? Jaka to była początkowo kwota?

Arkadiusz Podlaski: Na poważnie zacząłem się interesować programami partnerskimi pod koniec 2006 roku. Po kilku miesiącach dostawałem już pierwsze prowizje. Były to bardzo małe kwoty. Nie mogę powiedzieć, że te pieniądze mnie satysfakcjonowały, ale byłem zadowolony. ***Wiedziałem, że w programach partnerskich są pieniądze i teraz tylko ode mnie zależy, ile będę zarabiał.***

Arkadiusz Czapla: Gdy zaczynałem swój e-biznes oparty o programy partnerskie, moim celem było zarobienie 1000 zł w miesiącu (w sumie ze wszystkich programów partnerskich, w których biorę udział). Udało mi się to po 8 miesiącach aktywnego działania. Obecnie, ***po trzech latach, moje zarobki przekroczyły 5 tysięcy miesięcznie***, a te wymarzone 1000 zł to kwota, którą udaje mi się zarobić w programie partnerskim Złotych Myśli.

Makler: Programy partnerskie zacząłem testować jakieś 4 lata temu. Początkowo zarobki oscylowały w granicach 200–300 złotych. Obecnie jest to sporo więcej, jednak, jako że PP to tylko ułamek dochodów z e-biznesu, mało czasu poświęcam na zwiększanie efektywności. Dlatego te pieniądze zarabiają się same.

Sebastian Schabowski: Zapisalem się, zanim zacząłem pracę nad serwisem Osiagacz.info, więc minęło ok. 4 miesiące, zanim zacząłem zarabiać po kilkadziesiąt złotych miesięcznie.

8.1.2. Sekret sukcesu

Co robić, aby dużo zarabiać? Pewnie Ty też zadajesz sobie właśnie to pytanie, korzystając z okazji zapytaliśmy więc Najlepszych wprost:

Jakie działania podjąłeś, że udało Ci się zejść tak daleko we współpracy partnerskiej?

Arkadiusz Czapla: Podstawą była **budowa i promocja tematycznego serwisu WWW**. Z racji tego, że moje wykształcenie związane jest z prawem pracy, postanowiłem, że ten temat będzie przewodnim. Na początku nie za bardzo wierzyłem, że prawo pracy może kogoś zainteresować, że ludzie będą chcieli to czytać, ale zostałem mile zaskoczony. Obecnie serwis ma około 8 tysięcy odwiedzin dziennie i wielu czytelników to osoby powracające.

Makler: Efekt skali. Nie ma się co oszukiwać. Im więcej serwisów się posiada, tym więcej ofert wyświetla się Klientom. Ostatnio tworzyłem też testowo mocno stargetowane Presell Pages⁷ dla e-booków ze Złotych Myśli. Efekty były różne, jedne pozycje sprzedają się świetnie, inne bardzo słabo, jednak dla osób, które nie mają swoich własnych stron, takie Presell Pages sprawdzają się bardzo dobrze. Pracy jest przy nich niewiele, a po stworzeniu kilku stron zarobki mogą być satysfakcjonujące.

Arkadiusz Podlaski: Przede wszystkim zacząłem działać i cokolwiek robić. Większość Partnerów nie robi nic i myśli, że pieniądze same przyjdą. Potem z rozczarowaniem stwierdzają, że programy partnerskie to jakaś ściema. Partnerom polecam zakup hostingu i własnej domeny. Ja tak zaczynałem. **Pamiętam, zainwestowałem wtedy swoje ciężko zarobione pieniądze** (ponad 300 zł) na hosting i domenę. **Wówczas jest presja na działanie, można się łatwiej zmotywować.** Mówiłem sobie — muszę zarobić cho-

⁷ **Targetowanie** — dobór produktu i reklamy do odpowiedniej grupy docelowej.

Presell Pages (Precle) — specjalny rodzaj strony internetowej, stworzony z myślą o skutecznym pozycjonowaniu. Cała idea Pressell Pages polega na stworzeniu strony z wartościowym artykułem i umieszczaniu w jego treści linków do strony, którą chcemy wypozycjonować.

ciaż te 300 zł na zwrot kosztów. W przeciwnym razie uznałbym, że były to pieniądze wyrzucone w błoto. Z każdym miesiącem szło mi jednak coraz lepiej i nie tylko zwróciły mi się koszty, ale wyszedłem zdecydowanie ponad kreskę. Oczywiście można zacząć od darmowego hostingu. Internet daje nam dzisiaj bardzo duże możliwości. Nie ma znaczenia, czy zaczynasz z 0 zł, czy z 5000 zł na koncie. Jeśli jesteś odpowiednio zmotywowany i wierzysz w swój sukces — to musi Ci się udać!

Sebastian Schabowski: Stworzyłem rozbudowany serwis oferujący ludziom zainteresowanym psychologią osiągnąć wiele wartościowych materiałów.

8.1.3. Jak zarabiać więcej niż inni?

Pewnie zastanawiasz się, co takiego zrobili i nadal robią Partnerzy z TOP 10, że udało im się zejść tak daleko? Postanowiliśmy więc zapytać ich: **Co konkretnie robisz, że udaje Ci się zarabiać więcej, niż zarabia przeciętny Partner?**

Arkadiusz Czapla:

1. Regularna aktualizacja treści na swoich stronach.
2. Udzielanie się na forach tematycznych, a w odpowiedziach umieszczanie linków do swoich artykułów (nigdy nie zapomnę, jak jeden link na forum Gazeta.pl dał mi 11 tysięcy odwiedzin w jeden dzień!).
3. Budowa własnej bazy adresów e-mail (absolutna konieczność).
4. Zdobywanie wiedzy i wykorzystywanie tej wiedzy w praktyce (jeżeli nie chcesz zainwestować w wiedzę, to daj sobie spokój z tym biznesem).
5. Cierpliwość, cierpliwość i jeszcze raz cierpliwość.

Makler: Wykorzystuję efekt skali, wyświetlam linki tematycznie, mam bazę mailingową liczącą kilkanaście tysięcy osób — swoją własną, czystą, potwierdzoną double-opt-in⁸. Poza tym do każdego listu z [autorespondera](#) doczepiana jest stopka ze stargetowaną ofertą.

Arkadiusz Podlaski: Przede wszystkim ciągle się uczę i działam. Marketing internetowy i psychologia to moje pasje. Zrozumieć ludzi — czego potrzebują i jak im to dać w możliwie najprostszy sposób — to jest moje zadanie. Robiąc stronę internetową, trzeba wczuć się w rolę zwykłego użytkownika Internetu. Jeżeli kogoś boli głowa i szuka on rozwiązania swojego problemu w Internecie — to musisz poczuć ten ból razem z nim i zastanowić się, co taka osoba wpisze w wyszukiwarce internetowej i jak będzie dalej działać. Następnie postaraj się, aby po wpisaniu odpowiednich fraz do wyszukiwarki (np. bóle głowy) Twoja strona wyskakiwała jako pierwsza. Potem na swojej witrynie daj użytkownikowi gotowe rozwiązanie jego problemu, prezentując mu w umiejętny sposób określony produkt.

Sebastian Schabowski: Daję wiele wartości odwiedzającym moje strony i prenumerującym cytat dnia / biuletyn sukcesu. Staram się być coraz lepszy w tym, co robię, i coraz lepiej pomagać innym.

⁸ **Double-opt-in** (potwierdzona prośba o wpisanie na listę) — system weryfikacji subskrybentów, którzy zapisują się na [listę mailingową](#). Jeżeli internauta chce zapisać się na daną listę, to najpierw musi zaakceptować Politykę Prywatności, a następnie otrzymuje na swoją skrzynkę pocztową specjalny list, dzięki któremu może aktywować swój adres. Metoda ta skutecznie rozwiązała problem zapisywania cudzych adresów (np. dla żartów) w różnych bazach mailingowych, a dodatkowo pozwala na zbudowanie 100% legalnej listy mailingowej.

8.1.4. Promocja nie musi być droga

Czy można się skutecznie promować i sprzedawać bez zainwestowania nawet złotówki w reklamę? Jak pokazuje przykład najlepszych Partnerów — można, i to z bardzo dobrym skutkiem. Pytamy ich: **Jak promujesz swoje strony? Czy robisz to tanim kosztem?**

Arkadiusz Czapla: Promocja moich stron to umieszczanie artykułów z prawem do przedruku w serwisach typu Artelis.pl, udzielanie się na forach tematycznych, grupach dyskusyjnych, a w odpowiedziach umieszczanie linków do wybranych artykułów, linkowanie między swoimi serwisami, promocja serwisów wśród osób z [list mailingowych](#). A więc — jak widać — promocja bez jakichkolwiek kosztów.

Makler: Korzystałem z Google AdSense, dla testów, ale traffic był słabo targetowany. Wolę jednak sam walczyć o pozycje w Google, dopóki jest to możliwe. Gdy ma się serwisy tematyczne, nie jest to takie trudne.

Arkadiusz Podlaski: Tak, robię to tanim kosztem. Wydaje mi się, że niezwykle istotne jest poznanie chociaż podstaw pozycjonowania stron internetowych. Wyszukiwarki internetowe to moim zdaniem najefektywniejsza forma promocji — stosunkowo tania, jeśli znasz się na rzeczy. Użytkownicy moich stron internetowych w ponad 90% trafiają do mnie właśnie z wyszukiwarek.

Sebastian Schabowski: Najlepszą formą promocji jest dla mnie w tej chwili polecanie znajomym — zadowoleni użytkownicy mówią o Osiągaczu innym osobom, którym on również może pomóc.

8.1.5. Praktyczne techniki zwiększające sprzedaż

Jak można zwiększyć swoją sprzedaż, co należy robić i jakie techniki wykorzystywać, aby osiągnąć ponadprzeciętny zysk w programach partnerskich? Przeczytaj, co odpowiedzieli najlepsi na pytanie: **Jakie są Twoje praktyczne techniki, które zwiększają Twoją sprzedaż?**

Arkadiusz Czapla: Nie stosuję jakichś magicznych sztuczek zwiększających sprzedaż. Stawiam na treść na stronach, na pomoc swoim czytelnikom w znalezieniu odpowiedzi na nurtujące ich pytania. Uważam, że jeżeli osoba odwiedzająca moją stronę znajdzie na niej to, czego szukała, znajdzie interesujące ją informacje, odpowiedzi na swoje pytanie, to buszując po serwisie, na pewno zainteresuje się produktami, które promuję, kliknie w link do strony ofertowej, a to już krok od sprzedaży.

Makler: Przede wszystkim dobranie odpowiedniej oferty pod odpowiedniego Klienta. Poza tym testuję wszystko, co się da.

Arkadiusz Podlaski: Oprócz wiedzy na temat pozycjonowania — warto też posiadać [listę mailingową](#). To właśnie dzięki dobremu kontaktowi z Klientem możesz sprawić, że będzie do Ciebie wracał. **Jeżeli dasz mu to, czego on pragnie, i uczynisz go szczęśliwym człowiekiem, to prawdopodobnie kupi od Ciebie ponownie i przyprowadzi swoich znajomych.** Takich technik jest naprawdę wiele i mógłbym napisać o nich książkę. Trudno powiedzieć, co jest najważniejsze, bo w różnych e-biznesach różne techniki mogą mieć inną skuteczność. Na pewno warto zbierać adresy e-mail i być w stałym kontakcie ze swoimi Klientami. To Ci się na pewno opłaci.

Sebastian Schabowski: Mam bardzo częsty (codzienny) kontakt mailowy z moją listą, polecam czasami darmowe fragmenty ebooków i audiobooków, buduję relację z subskrybentami i zaufanie.

8.1.6. Udoskonalanie ofert

Najlepsi zachęcają do testowania, odpowiadając na pytanie: **Jak udoskonalasz swoje oferty?**

Arkadiusz Czapla: W swoich artykułach próbuję jak najbardziej zainteresować czytelnika danym tematem — jeżeli mi się to uda i osoba czytająca artykuł będzie chciała poszerzyć swoją wiedzę, zawsze znajdzie odpowiednie informacje, gdzie takiej wiedzy szukać.

Makler: Testy, testy, testy... Badam wszystko, liczę, sprawdzam, zmieniam.

Arkadiusz Podlaski: Testuję i słucham uwag swoich Klientów. Czasem jest tak, że zdarzy się jakiś agresywny użytkownik Twojej witryny. Wypowiada się bardzo negatywnie na temat Twojej strony, rzuca bluzgami i wytyka Ci wszystkie błędy. Zamiast na agresję odpowiadać agresją, podziękuj mu za cenne wskazówki i sprawdź, czy czasem nie ma racji. W takim przypadku **krytyczny Klient — to dar niebios**. Za darmo pokaże Ci, jak jeszcze możesz usprawnić swój e-biznes. Wykorzystaj to! Powiedzmy sobie szczerze — gdy jesteś właścicielem serwisu internetowego, to nie patrzysz na niego obiektywnie. Jesteś związany z nim emocjonalnie i zwracasz uwagę na inne rzeczy niż Twój Klient. Dlatego też często daję swoim znajomym (muszą to być osoby z Twojej grupy docelowej — potencjalni klienci) do przetestowania kilka wersji oferty i rozmawiam z nimi na temat ich odczuć. Gdy robię serwis tylko dla kobiet — to pytam kobiety, co jest dla nich najważniejsze i co chcą mieć w serwisie. Pamię-

taj, że nie tworzysz strony internetowej dla siebie, lecz dla swoich Klientów. To oni mają być zadowoleni. Jeśli oni będą, to gwarantuję, że Ty również — bo wzbogacisz się o kolejne złotówki.

Sebastian Schabowski: Nieustannie uczę się marketingu internetowego.

8.1.7. Współpraca z innymi stronami WWW

Czy opłaca się współpracować z innymi stronami WWW? Partnerzy z TOP 10, bazując na swoim doświadczeniu, odpowiadają na pytanie: **Czy współpraca między serwisami oraz portalami to dobre źródło dodatkowego ruchu na stronie?**

Arkadiusz Czapla: Uważam, że tak, o ile serwisy są powiązane ze sobą tematycznie.

Makler: Raczej nie. Testowałem to na swoich serwisach i lepszy traffic daje ruch z Google. Chyba że tworzymy swoją stronę, która ma napędzać traffic innej stronie — to tak, taka opcja sprawdza się bardzo dobrze. A po co tworzyć serwisy napędzające ruch na innej stronie? Tworząc taki serwis, tworzymy jednocześnie serwis tematyczny, z którego linki będą pozycjonować inne nasze serwisy

Bezpieczniej jest pozycjonować serwis, na którym nam mniej zależy, niż serwis główny. Gdyby coś nie wyszło (ban⁹, filtr), strata będzie niewielka.

⁹ **Ban** strony WWW przez internetowe wyszukiwarki — sytuacja, w której strona jest ignorowana przez roboty indeksujące, a co za tym idzie: jej pozycja w wyszukiwarkach znacząco spada. Bana można otrzymać za pozycjonowanie niezgodne z zasadami etyki (np. spam wyszukiwarek).

Arkadiusz Podlaski: Oczywiście, że tak. Dzięki takiej współpracy uzyskujemy efekt synergii, czyli $2+2=5$. Współpraca daje nam więcej niż działanie w pojedynkę. Nie mam co do tego żadnych wątpliwości.

Sebastian Schabowski: W przypadku własnego produktu — tak. W przypadku programów partnerskich — jest to dość dyskusyjny pomysł, by serwisy promujące produkty z tego samego programu współpracowały ze sobą.

8.1.8. Pozycjonowanie

Jak wygląda sprawa z pozycjonowaniem stron WWW — czy można robić to tanio i skutecznie. Pytanie tym razem brzmiało: **Czy pozycjonujesz własne strony? Jak to robisz?**

Arkadiusz Czapla: Tak, ostatnio robiłem to tylko przez swoje zaplecze stron WWW. Ale kiedyś było też i katalogowanie, i systemy wymiany linków, na pewno dużo dały też artykuły z prawem do przedruku.

Makler: Tak. Jak wspomniałem — linki tematyczne z innych moich serwisów, linki z artykułów w innych serwisach, Precle. Część robi za mnie Adder¹⁰, na którego zakupiłem licencję.

Sebastian Schabowski: Kiedyś zwracałem na to większą uwagę — dziś to moi Użytkownicy sami dbają o to, by inni zainteresowani dowiadawali się o Osiągaczu (a ja dbam o nich). Stosowałem i stosuję system wymiany linków linkme.pl, ostatnio dodałem trochę artykułów na Artelis.pl.

¹⁰ **Adder** — specjalne oprogramowanie służące do pozycjonowania stron WWW. Program ten codziennie rozsyła linki do różnych katalogów ze stronami internetowymi i automatycznie je dodaje, pozwalając na zaoszczędzenie czasu.

8.1.9. Ile naprawdę można zarobić w programach partnerskich?

I ostatnie pytanie: **Ile pieniędzy realnie można zarobić, skutecznie działając w PP?**

Arkadiusz Czapla: Myślę, że te 1000 zł miesięcznie to minimum, które można spokojnie osiągnąć, ale tylko wtedy, gdy będziemy spokojnie, cierpliwie działać, wykorzystywać wiedzę osób, które są ekspertami w temacie. Wtedy nie ma siły, pieniądze się pojawiają.

Makler: Trudno ocenić. Wszystko zależy od pomysłowości i wspomnianego efektu skali. Jeśli Partner ma dużo stron lub podstron jednego serwisu, a przez to duży ruch — sprzeda więcej niż ten, który ma jedynie bloga.

Trzeba pamiętać też, że **każdy zaczynał od zera**. Nawet ten z ogromnym serwisem i dużą sprzedażą. Ja ani nie jestem grafikiem, ani programistą, a jakoś w tym wirtualnym świecie funkcjonuję. Wiedzę nabywa się z doświadczenia.

Co do zarobków — myślę, że przy dobrych serwisach można „wycisnąć” z PP nawet kilka tysięcy złotych. Mnie się to jakoś udaje, a jak wspomniałem — PP to u mnie bardzo poboczna działalność.

Dla mnie PP to głównie pasywny dochód. Robię coś, puszczam w ruch — i to coś dla mnie zarabia. Przy tym minimum pracy, jaką wkładam, zarobek jest dość dobry. Co to by było, gdybym skupił się tylko na PP!

Arkadiusz Podlaski: Trudno to określić. W zasadzie **sam sobie stawiasz w tym momencie ograniczenia**. Jeżeli zarabiasz 1000 zł miesięcznie, to kilka miesięcy później możesz zarabiać już 2000 zł. Myślę, że przez rok jesteś w stanie spokojnie wypracować sobie pasywny dochód rzędu 1000 zł miesięcznie. Jeżeli masz dużo wolnego czasu i skupisz się tylko na zarabianiu przez programy partnerskie — to mogą to być zdecydowanie większe kwoty. Jeśli natomiast poświęcisz tylko kilka godzin tygodniowo — jest oczywiste, że zarobisz mniej. Ważne jest to, że im dłużej siedzisz w programach partnerskich, tym masz większą wiedzę i wiesz, co jest skuteczne. Początki są naprawdę trudne, ale później jest już z górki.

Sebastian Schabowski: Jak pokazuje czysto polskie doświadczenie — zwykle kilka tysięcy złotych miesięcznie (no, chyba że założysz się nasza-klasa.pl ;)). W amerykańskim Internecie można zarobić zdecydowanie więcej, ale i poziom umiejętności, których potrzebujesz, by się przebić, jest o wiele wyższy.

8.2. Rady od Najlepszych dla Początkujących Partnerów

Zapoznałeś się już z odpowiedziami naszych najlepszych Partnerów na nasze pytania — zobacz więc, co jeszcze oni chcieliby Ci przekazać. Zapraszamy do lektury dwóch artykułów o zarabianiu w programach partnerskich, których autorami są ludzie, którzy już od dawna żyją z tego e-biznesu!

Wykorzystaj ich wiedzę i doświadczenie, by również zarabiać dużo pieniędzy w Internecie!

8.2.1. Zbuduj swój serwis, a potem pomyśl o zarabianiu

Autorem artykułu jest [Arek Czapla](#).

Praktycznie każdy początkujący uczestnik programów partnerskich popełnia ten sam karygodny błąd — zamiast budować swój serwis WWW, na pierwszym miejscu stawia na reklamę produktów, które oferują programy partnerskie, do których przystąpił.

Trzaśnie na szybko jakąś stronkę, umieści na niej produkty, przeważnie z opisami skopiowanymi ze stron ofertowych organizatorów, i czeka na efekty, a jak ich nie widać, to się dziwi, dlaczego nie zarabia: „Co ja robię nie tak...?” :)

Zapamiętaj!

Na początku zajmij się stworzeniem swojego serwisu, bloga, popracuj nad jego oglądalnością, zadbaj o treść, która przyciągnie i zarazem utrzyma czytelnika, zdobądź jego zaufanie, stań się wiarygodny jako ekspert w danym temacie. A produkty, które będziesz promował w ramach programów partnerskich, dodawaj na stronę stopniowo, oswajaj czytelnika z tym, że masz zamiar także zarabiać na stronie...

Zbudowanie i promocja serwisu WWW statystycznie trwa około pół roku...

Tyle czasu zajmuje stworzenie, promocja w wyszukiwarkach, zdobycie czytelników i — co najważniejsze — powracających czytelników... Ale to statystycznie, niektórym udaje się to wcześniej, niektórym zajmuje to więcej czasu...

Ale ta praca przyniesie Ci wymierne korzyści...

Mój serwis [§Blog Prawo Pracy W Praktyce](#) budowałem i nadal buduję bardzo starannie.

1000 unikalnych wizyt osiągnął on po kilku miesiącach istnienia, obecnie odwiedza go codziennie od 5 do 8 tysięcy osób, większość to osoby powracające. I to właśnie one generują mi największe dochody. Mam ten komfort, że mogę promować produkty wielu programów partnerskich — właśnie dlatego, że czytelnicy dobrze wiedzą, że produkty są dodatkiem do serwisu, a nie jego priorytetem.

Stworzyłem tzw. „butik tematyczny”, w którym oprócz wiedzy można także znaleźć różne ciekawe produkty...

A więc jeżeli chcesz osiągnąć dochody, z których można by się spokojnie utrzymać, to pomyśl o stworzeniu takiego „butiku tematycznego”. Najpierw skoncentruj się na budowie serwisu, relacji z czytelnikiem, a później dodawaj powoli produkty, które chcesz promować w ramach programów partnerskich.

Polecam także ebook Angusa Mcleoda „[Marketing internetowy w praktyce](#)” — dowiesz się z niego, jak zbudować dochodowy biznes w Internecie. Podstawowe źródło informacji, jeżeli myślisz o tym na poważnie..

Życzę powodzenia w dążeniu do celu... :)

Arek Czapla jest sp. ds. kadr, administracji i rozrachunków.

Sprawdź jego stronę: [Programy partnerskie od A do Z](#)

8.2.2. 3840 zł miesięcznie z programów partnerskich?

Autorem artykułu jest [Tomek Urban](#).

Jeździłem ostatnio na rowerze — stwierdziłem, że znacznie lepiej mi się jedzie, kiedy ktoś jedzie przede mną, staram się wtedy utrzymać jakieś tempo. Dostosowywałem swoje tempo do drugiego rowerzysty, który z kolei trzymał prędkość zgodną z tym, co miał na liczniku. Po tej jeździe stwierdziłem, że muszę sobie do roweru podobny licznik sprawić, znacznie łatwiej wtedy trzymać rytm jazdy, widząc cyferki na wyświetlaczu.

Bez licznika, gdy jeżdżę sam, to tak jakoś mi się ta jazda rozwleka...

Z tą jazdą na rowerze jest podobnie jak z zabawą w programy partnerskie. Gdy nie uświadamiamy sobie efektów, gdy ich nie widać od razu, ta zabawa nam się jakoś tak rozwleka. I nie najlepiej to wychodzi...

Założ sobie zatem licznik!

Proponuję zatem zrobić sobie małe wyliczenie, którego się będziesz trzymał. Ustal sobie jakąś stawkę, którą jesteś w stanie w ciągu godziny zarobić.

Założyłem tak na oko, że przeciętny partner jest w stanie z jednej godziny pracy zyskać dochód rzędu 1 zł na miesiąc przez najbliższe dwa lata (czyli stawka 24 zł na godzinę). To naprawdę niewiele... Da się znacznie więcej, ale założmy taką średnią.

Weźmy zatem pod uwagę, że w roku mamy 12 miesięcy, w miesiącu 4 tygodnie, a w każdym tygodniu pracujemy po 40 godzin, znaczy się — 8 godzin dziennie bez weekendów.

Po pierwszym miesiącu mamy zarobioną kwotę rzędu 3840 zł, rozłożoną na najbliższe 2 lata. Rzecz jasna można to modyfikować, pracować przykładowo mniej, a bardziej efektywnie, ale to są szczegóły. Swoją drogą — jak dla mnie, praca po 8 godzin dziennie to zdecydowanie zbyt wiele... Robię więc znacznie mniej, a efektywniej. Poza tym wieczne prowizje, stali klienci sprawiają, że pracy dla utrzymania tej złotówki jest coraz mniej...

Fakt jest faktem — jeśli potrafisz w ciągu godziny zrobić w ramach programów partnerskich coś, co zarobi na ciebie 1 zł miesięcznie przez najbliższe dwa lata, potrafisz też osiągnąć dochód w wysokości prawie 4 tys. zł miesięcznie, pracując tyle czasu, jakbyś pracował na etacie.

To naprawdę bardzo realne wyliczenie... Wystarczy **trzymać się licznika — 1 zł z godziny miesięcznie przez 2 lata.**

Dlaczego zatem tak mało osób decyduje się na takie zajęcie?

Dlaczego tak niewielu się to udaje, jak już się zdecydują?

Dlaczego spośród tysięcy partnerów w polskich programach partnerskich tylko kilkoro może cieszyć się zadowalającymi dochodami?

Dlaczego tak niewielu ma motywację, by działać w ramach programów partnerskich?

PS Jeśli nie masz ochoty zastanawiać się nad tymi pytaniami, a masz ochotę zacząć w końcu działać w ramach programów partners-

kich, zapraszam do lektury: <http://programy-partnerskie.zlote-mysli.pl>

Tomek Urban jest autorem książki [Programy partnerskie w praktyce](#) oraz właścicielem bloga [Programy Partnerskie](#)

Jeśli osiągasz wysokie wyniki finansowe (czyli takie ponad 1500 zł) w Złotym Programie Partnerskim i chcesz, aby Twoje wypowiedzi docierały do naszych Partnerów, a Twój serwis był promowane na łamach niniejszego podręcznika, napisz do nas pp@zlotemysli.pl

9. Źródła dodatkowej wiedzy

Zapewne już wiesz, że informacje na temat współpracy oraz wskazówki dotyczące zarabiania z nami możesz znaleźć w swoim Panelu Partnera, gdzie masz do dyspozycji sekcje „Pomoc” oraz „Edukacja” (opisaliśmy je w [rozdziale 3](#)). To nie są jednak jedyne miejsca, które przygotowaliśmy z myślą o Tobie.

Odpowiedzi na swoje pytania oraz najświeższe informacje z naszego Złotego Programu Partnerskiego znajdziesz na Forum ZPP. Innym wspaniałym źródłem wiedzy o e-biznesie mogą być dla Ciebie również poradniki naszego Wydawnictwa — zapoznaj się przynajmniej z ich darmowymi fragmentami.

9.1. Forum ZPP

[Forum Złotego Programu Partnerskiego](#) stworzyliśmy przede wszystkim po to, aby umożliwić Ci jeszcze szybsze zdobywanie praktycznej wiedzy. Jest to możliwe dzięki nieograniczonym kontaktom z innymi Partnerami, którzy posiadają już pewne doświadczenia związane z zarabianiem w ZPP.

Możesz tutaj dyskutować o różnych aspektach ZPP — od omawiania działania tego programu aż po dzielenie się wiedzą na temat zaawansowanych metod promocji i sprzedaży. Forum ZPP to miejsce, które z założenia służy do wymiany doświadczeń, w szczególności tych dotyczących skutecznego promowania naszych produktów. Wejdź więc na nasze forum i daj sobie możliwość darmowych konsultacji z inny-

mi Partnerami oraz z nami — osobami odpowiedzialnymi za poprawne funkcjonowanie ZPP.

9.1.1. Czytanie postów to zbieranie dodatkowego doświadczenia

Już samo przeglądanie Forum ZPP dostarczy Ci ogromnej ilości informacji. Od chwili powstania forum nasi Partnerzy napisali już **ponad 11 000 postów, które zawierają praktyczną wiedzę o tym, jak działa Złoty Program oraz jak można w nim skutecznie zarabiać**. Dlatego też zachęcamy Cię do znalezienia np. godziny na zapoznanie się z wybranymi dyskusjami na forum oraz, jeśli zechcesz, do przyłączenia się do tych dyskusji.

Po zalogowaniu się na forum zobaczysz, że jest ono podzielone na kategorie oraz sekcje tematyczne. Kategorie mają następujące nazwy:

- *Przed rejestracją;*
- *Złoty Program Partnerski;*
- *Nowe Produkty w ZPP;*
- *Skuteczna współpraca;*
- *Niekoniecznie na temat.*

Przyjrzyjmy się więc wybranym sekcjom znajdującym się w tych kategoriach.

Jeszcze przed rejestracją mogłeś skorzystać z jedynej sekcji dostępnej dla wszystkich odwiedzających forum — ***Zanim przystąpię do Złotego Programu...*** Pojawiają się tam bardzo różnorodne pytania zadawane zwykle przez osoby dopiero zastanawiające się nad przystąpieniem do ZPP. Nie zakładaj jednak z góry, że w tym dziale nie znajdziesz nic ciekawego, gdyż jest tam między innymi dyskusja

zawierająca porady dotyczące zakładania własnego bloga (może Ty też się nad tym zastanawiasz?), a najczęściej czytany temat w tym dziale jest rozpoczęty w czerwcu 2005 r. wątek o chwytliwym tytule: „Ktoś zarobił tu cokolwiek?” — zajrzyj tam koniecznie, jeśli wciąż masz wątpliwości, czy zarabianie jest możliwe ;)

Z kolei kategoria forum o nazwie *Złoty Program Partnerski* zawiera działy poświęcone naszemu programowi i jego funkcjonowaniu. Jako pierwszą umieściliśmy sekcję tematyczną ***Zasady działania Złotego Programu***, w której każdy Partner może zgłaszać uwagi odnośnie do tego, jak jest zbudowany i na jakich zasadach działa Złoty Program. Przeczytaj najnowsze wpisy z tej sekcji, a dowiesz się, jakie propozycje są obecnie przedmiotem dyskusji. Jeśli masz własne sugestie, wątpliwości lub uwagi — podziel się nimi.

Drugi dział — ***Dokumenty i rozliczenia*** — służy do dyskusji o formalnościach, które są niezbędne dla prawidłowego (zgodnego z polskim prawem) przebiegu naszej współpracy. Znajdziesz w nim odpowiedzi na pytania dotyczące umów, numeru NIP czy rozliczeń z urzędem skarbowym. Nawet jeśli w tej chwili nie interesuje Cię ten temat — pamiętaj, że możesz tu zajrzeć, gdy będziesz miał jakieś wątpliwości. Jeśli natomiast już dziś masz pytania dotyczące dokumentów i rozliczeń, których żaden Partner jeszcze nie zadał — tu jest dla nich właściwe miejsce.

W sekcji ***Złoty Program w działaniu*** możesz powiedzieć nam, czy Twoim zdaniem Złoty Program to dobrze naoliwiona maszyna, czy może czasem słyszysz (i widzisz) w tym mechanizmie mniej lub bardziej poważne zgrzyty? Bardzo ważne są dla nas Twoje wskazówki! Jeśli będziesz miał jakieś uwagi — pisz tu śmiało, gdyż Złoty Program może działać coraz lepiej tylko dzięki opiniom Twoim i innych Partnerów.

Ostatni dział drugiej kategorii — **Akcje promocyjne i harmonogramy** — będzie dla Ciebie bardzo ważny, gdyż tam z wyprzedzeniem zamieszczamy opisy i zasady przyszłych akcji promocyjnych oraz miesięczne harmonogramy informujące o naszych najbliższych planach wydawniczych, szkoleniowych i promocyjnych. Wiedza, którą tam Ci udostępniamy, pomoże Ci z wyprzedzeniem planować i przygotowywać teksty, którymi będziesz reklamować nowe tytuły z naszej oferty lub specjalne akcje promocyjne.

Podobne znaczenie dla Ciebie będą miały informacje pojawiające się w trzech działach należących do kategorii *Nowe produkty w ZPP*, czyli w sekcjach: **Informacje wydawnicze dla Partnerów** (ebooki, audiobooki), **Zapowiedzi i uwagi do ebooków** oraz **Szkolenia**. Śledź zamieszczane tu przez nas informacje, aby reklamowanie nowych produktów zaczynać przed innymi. Ci, którzy nie zaglądają na forum, pozwalają Ci się wyprzedzić, więc nie zmarnuj tej szansy.

Zachęcamy również do odwiedzenia sekcji **Marketing produktów**. Dyskutujemy w niej o tym, jak skutecznie promować ebooki, audiobooki i szkolenia w ramach Złotego Programu Partnerskiego. Znajdziesz tu naprawdę skuteczne metody. Odnajdziesz praktyczne rozwiązania problemów, z jakimi borykali się inni Partnerzy, gdy zaczęli swoją przygodę z ZPP. Dzięki lekturze wybranych wątków sam unikniesz niepotrzebnych błędów. I — oczywiście — tu także możesz zadać swoje pytania dotyczące metod promowania.

Sekcje **Narzędzia partnerskie** oraz **Materiały marketingowe** przeznaczone są do dyskusji o tym, co znajdziesz w swoim Panelu Partnera, czyli o narzędziach ułatwiających współpracę oraz o udostępnianych przez nas materiałach marketingowych. Jeśli masz jakieś sugestie dotyczące narzędzi lub materiałów — może czegoś po-

trzebujesz, powinniśmy coś dodać lub zmienić? — zapraszamy do tych dwóch działów forum.

Wejdź więc na forum i czytaj. Na początku współpracy z nami szczególnie przydatne dla Ciebie będą dyskusje rozpoczęte jakiś czas temu przez osoby, które wtedy były także na początku drogi. Porady udzielone im przez innych Partnerów mogą dzisiaj przydać się także Tobie.

Jeśli jednak nie znajdziesz pytania dotyczącego Twojego problemu, nie martw się — możesz przecież to pytanie zadać jako pierwszy. Zapytaj, zakładając nowy temat na forum, lub zadaj pytanie w istniejącym podobnym temacie. Na pewno otrzymasz odpowiedź.

9.1.2. Konstruktywna krytyka pomoże Ci zwiększyć sprzedaż

Forum daje Ci szansę nie tylko na dyskusję o metodach promowania, materiałach czy narzędziach. Korzystając z forum, masz również możliwość poddania swoich projektów konstruktywnej krytyce innych Partnerów, co pozwoli Ci na ich ulepszenie. Dokładnie tak — inni Partnerzy podpowiedzą Ci, jak możesz zarabiać więcej!

Jest to wspaniała szansa na darmowe konsultacje z ludźmi, którzy tak jak Ty zajmują się zarabianiem w programach partnerskich, ale ich wiedza i doświadczenie mogą być większe od Twoich. Nie zmarnuj szansy na tę wymianę poglądów. Nie bój się, że ktoś Cię wyśmiej — moderatorzy troszczą się o zapewnienie wysokich standardów kultury dyskusji, a wszelkie niewłaściwe zachowania możesz im zgłaszać.

Krytyka — oczywiście konstruktywna — jest błogosławieństwem. Dzięki niej zwiększysz swoją skuteczność i zarobisz więcej. Pozwól

innym ocenić Twoje działania promocyjne i przedyskutować je w większym gronie!

To chyba jedna z największych zalet forum, ponieważ za darmo uzyskujesz wiedzę, co poprawić na stronie WWW, w swoich e-mailach i innych reklamach, żeby zarabiać więcej w programach partnerskich. Załóż nowy temat w sekcji **Ocena moich działań** i pokaż to, co robisz. Opisz swoją koncepcję strony lub daj link do istniejącego już serwisu. Przedstaw koncepcję promowania konkretnego ebooka. Zaprezentuj tekst e-maila, który planujesz wysłać, oraz napisz, do kogo chcesz go wysłać. Po prostu przedstaw swoje działania, które przynoszą niezadowolające Cię efekty, a inni pomogą Ci znaleźć przyczynę problemu i doradzą, jak go rozwiązać.

9.2. Ebooki o tematyce e-biznesowej

Chcielibyśmy polecić Ci kilkanaście bardzo dobrych ebooków poświęconych tematyce e-biznesu oraz zarabiania w programach partnerskich z katalogu Wydawnictwa Złote Myśli. Zawarta w nich wiedza pozwoli Ci na jeszcze skuteczniejsze zarabianie w Internecie. Oczywiście nie musisz kupować tych publikacji już dziś, na początek na pewno wystarczą Ci ich darmowe fragmenty.

Gdy zapoznasz się z darmowym fragmentem i spisem treści, będziesz w stanie ocenić, czy w Twojej sytuacji opłaca Ci się kupić pełną wersję. Kupuj tylko wtedy, gdy będziesz pewien, że informacje, których źródłem jest ten, ebook pozwolą Ci zarobić co najmniej kwotę, którą zainwestujesz w zakup. **My jesteśmy pewni jakości naszych poradników**, ale w chwili zakupu to Ty powinienes mieć pewność, że jest to właściwy sposób wydania pieniędzy.

Oto polecane przez nas tytuły:

- [Blogi od A do... sławy i pieniędzy](#)

Blogi jako sposób na internetowy biznes, który przyciągnie tysiące Klientów pragnących usłyszeć, co masz im do powiedzenia.

- [CzasNaE-Biznes](#)

Poznaj sprawdzone i skuteczne metody zarabiania w Internecie, spisane na 652 stronach przez specjalistę od marketingu internetowego.

- [Domeny internetowe](#)

Jak skutecznie zarabiać na domenach internetowych? Dowiedz się, jaką domenę wybrać, aby zwrot z inwestycji był jak najwyższy, a koszty jak najniższe.

- [E-społeczność](#)

Jak budować i wykorzystywać społeczności internetowe w nowoczesnych działaniach [e-marketingowych](#).

- [Forum dyskusyjne – Przewodnik od A do Z](#)

Jak wybrać, zainstalować i prowadzić popularne forum dyskusyjne.

- [Google AdSense](#)

Poznaj sekrety Google AdSense. Dowiedz się, jak zarabiać kilkadziesiąt dolarów dziennie za pomocą własnej strony internetowej...

– [Google — AdSense](#)

Jak sprawić, by reklamy były dobrze widoczne, a jednocześnie wpasowały się w otoczenie i nie były zbyt natarczywe, czyli tajemnica sukcesu wysokich zarobków w Google AdSense.

– [Hipnotyczny marketing](#)

Jak dzięki trzem krokom strategii hipnotycznego marketingu autorstwa Joe Vitale zarobić fortunę on-line.

– [Jak zwiększyć ruch na stronie WWW?](#) (darmowy!)

Poznaj 120 praktycznych wskazówek, które pozwolą Ci zwiększyć ruch na Twojej stronie WWW...

– [Marketing internetowy w praktyce](#)

Marketing internetowy dla każdego. Dowiedz się krok po kroku, jak rozkręcić dochodowy biznes w Internecie.

– [Najważniejsze narzędzia w ebiznesie](#) (darmowy!)

Wszystko, co musisz wiedzieć, by odnieść sukces w e-biznesie...

– [Potęga jedneg e-maila](#)

Odkryj, jak — wykorzystując e-mail — zdobyć pracę, kontakty, klientów, partnerów i wiele innych rzeczy... Odkryj potęgę e-maila...

– [Pozycjonowanie dla początkujących](#)

Dlaczego pozycjonowanie jest ważne? Chciałbyś wiedzieć, jak sprawić, aby Twoja strona znajdowała się w pierwszych wynikach wyszukiwarki Google?

– [Programy partnerskie w praktyce](#)

Poradnik napisany przez doświadczonego Partnera, który zarabia ponad 1000 zł miesięcznie w Złotym Programie Partnerskim.

– [Spam — profilaktyka i obrona](#)

Koniec z niechcianą pocztą — oszczędzaj swój czas i nerwy...

– [Sztuka pisania perswazyjnych tekstów](#)

Czym są teksty perswazyjne i jak wykorzystać skuteczny copywriting do zwiększenia zysków nawet kilkakrotnie...

– [Wykorzystaj potęgę artykułów](#) (darmowy!)

Jak za darmo stworzyć ekspercki wizerunek i wypromować się w Sieci...

– [Zostań SuperPartnerem](#)

Poznaj sposoby, dzięki którym autor tej publikacji zwiększył swoje zyski z programów partnerskich o 387%...

10. FAQ

— wybór najczęściej zadawanych pytań

10.1. Konto Partnera

10.1.1. Rejestracja

Czy każdy może zostać Partnerem?

Niestety nie. Chcielibyśmy, aby każdy mógł zarabiać z nami, ale zgodnie z polskim prawem Partnerami mogą zostać tylko:

- osoby mające miejsce zameldowania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, które ukończyły co najmniej 16 lat i rozliczają się w Polsce z podatków

oraz

- firmy mające siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i rozliczające się w Polsce z podatków.

Ile muszę mieć lat, aby zarabiać w Złotym Programie Partnerskim?

Musisz mieć co najmniej 16 lat.

Jeśli masz ukończone 18 lat i posiadasz numer NIP oraz stały adres zameldowania na terytorium Polski, możesz zapisać się do naszego Programu Partnerskiego i podpisać z nami umowę.

Natomiast jeśli nie ukończyłeś jeszcze 18 lat, to:

- jeśli ukończyłeś 16 lat i spełniasz pozostałe warunki, możesz zarejestrować się u nas na własne dane za zgodą swojego rodzica lub opiekuna wyrażoną na piśmie;
- jeśli nie masz jeszcze 16 lat, możesz namówić do zarejestrowania się w Złotym Programie Partnerskim i podpisania z nami umowy swojego rodzica lub opiekuna — z Tobą w tej chwili nie możemy podpisać umowy.

Czy mogę mieć dwa konta w programie partnerskim?

Nie, jeden Partner może mieć tylko jedno konto.

10.1.2. Obsługa konta

Mam problem z zalogowaniem się

Sprawdź, czy logujesz się, używając wielkich lub małych liter. Twój adres e-mail został zapisany dokładnie tak, jak podałeś go podczas rejestracji. Upewnij się też, że korzystasz z prawidłowego hasła oraz że logujesz się na stronie <http://pp.zlotemysli.pl>. Jeżeli nie pamiętasz hasła, to możesz w prosty sposób uzyskać nowe, [klikając tutaj](#).

Jakie jest moje hasło do konta w Złotym Programie Partnerskim?

Hasło do swojego konta wybrałeś przy rejestracji. My nie znamy tego hasła, gdyż jest zakodowane. Jeśli nie pamiętasz hasła, skorzystaj z opcji generowania nowego hasła. W tym celu kliknij w ten link: <http://pp.zlotemysli.pl/?c=haslo>.

Jak mogę zmienić swoje hasło?

Hasło możesz zmienić w Panelu Partnera, klikając w odnośnik „Mój Profil”, a następnie wybierając opcję „Twoje konto” w Żłotym Programie.

Czy istnieje możliwość zmiany nazwy partnerskiej?

Nie. Twoja Nazwa jest przypisywana nierozdzielnie do danego konta. Nie da się przypisać nowej nazwy do istniejącego konta, aby mieć nową nazwę musisz się wyrejestrować (skasować konto) i zarejestrować ponownie. Niestety, oznacza to start od zera, więc jeśli poleciłeś już jakichś klientów lub coś sprzedawałeś, zastanów się, zanim skasujesz swoje konto.

W statystykach widnieją opłacone zamówienia, ale nie otrzymałem e-maila z informacjami

Być może e-maile wysyłane przez nas do Ciebie są traktowane przez Twoją skrzynkę pocztową jako niechciane wiadomości — sprawdź folder „Spam”.

10.1.3. Naruszanie Regulaminu

Jakie są konsekwencje łamania Regulaminu Żłotego Programu Partnerskiego?

W przypadku stwierdzenia łamania Regulaminu Żłotego Programu Partnerskiego mamy prawo zakończyć współpracę z Tobą. Wówczas Twoje konto jest blokowane i nie masz możliwości wypłacenia

pieniędzy zarobionych wskutek działań niezgodnych z Regulaminem.

Za co blokowane są konta partnerskie?

Konta partnerskie blokujemy, jeżeli:

- działasz ewidentnie na szkodę Wydawnictwa Złote Myśli,
- promujesz produkty Wydawnictwa Złote Myśli w sposób niedozwolony,
- zamieszczasz w sieci spam,
- działasz na szkodę innych Partnerów,
- w inny sposób naruszasz Regulamin Złotego Programu Partnerskiego.

10.2. Zarabianie w Złotym Programie Partnerskim

10.2.1. Linki partnerskie

Czym różni się nazwa typu /TwojaNazwa,1/ od nazwy typu /TwojaNazwa.php?

Nazwa /TwojaNazwa,1/ to nowa forma nazwy Partnera, natomiast nazwa TwojaNazwa.php to stara forma.

Obydwie formy działają prawidłowo dla subdomen. Jeśli chodzi o strony sklepowe, to stare końcówki „php” działają tylko dla ebooków wydanych przed końcem 2007 roku, dlatego zalecamy stosowanie wszędzie nowej formy nazwy, czyli /TwojaNazwa,1/.

Jak stworzyć link partnerski do pakietów tematycznych?

Linki partnerskie do pakietów mogą przybrać postać:

<http://pakiet-inwestowanie.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/>;

<http://www.zlotemysli.pl/TwojaNazwa,1/packets/show/21/Pakiet-Skuteczny-Marketing.html>.

W pierwszym przypadku tworzy się je tak jak dla subdomen, w drugim natomiast — tak samo, jak dla strony sklepowej.

Pamiętaj, aby w miejsce /TwojaNazwa,1/ wstawić swoją unikalną Nazwę.

10.2.2. Przypisywanie Klientów i Partnerów

Czy pliki cookies są kasowane?

Twoje cookies są wieczne — nie są automatycznie kasowane po określonym czasie, ale mogą zostać skasowane przez Klienta.

Jak sprawdzić, czy link partnerski, którego używam podczas promowania, zapisuje poprawnie pliki cookies?

Poprawność zapisywania się cookies sprawdzisz, odnajdując w swojej przeglądarce odpowiednie ciasteczko (ciasteczko to polski odpowiednik angielskiego słowa cookie):

W przeglądarce FF: Narzędzia → Opcje → Wyświetl ciasteczka

W Internet Explorer: Widok → Zasady prywatności strony sieci Web

Szukaj ciasteczka „af” w domenie zlotemysli.pl, w którym powinien być zapisany Twój numer ID Partnera.

W przykładowym pliku cookie zawierającym wpis:

o%3DidPartner%3DXXXXXXX%3Bdate%3D26-01-2008%3BexpireDays%3D100%3B%7Cfirst_ — w miejscu XXXXXX powinien się znajdować Twój numer ID Partnera.

10.2.3. Prowizje

W którym momencie naliczana jest prowizja?

Prowizja jest obliczana w momencie składania zamówienia, ale na Twoim koncie pojawia się dopiero w chwili opłacenia zamówienia przez Klienta.

Kiedy będę wiedział, że Klient zapłacił?

Gdy poprawnie polecony przez Ciebie Klient opłaci zamówienie, otrzymasz e-mailem informację o naliczeniu Ci prowizji.

Dlaczego nie dostałem prowizji?

Prowizji nie otrzymasz, gdy Klient nie zostanie zaliczony jako Twój polecony.

Po pierwsze — Ty sam nie możesz być swoim poleconym, bo już dawno polecił Cię ktoś inny i to tamtej osobie należy się prowizja od Twoich zakupów.

Po drugie — prowizja jest naliczana, gdy Klient przed zakupem przejdzie przez Twój poprawnie działający link partnerski, więc nie otrzymasz prowizji, jeśli podasz zły link lub gdy Klient skasuje z linku [Twoją Nazwę](#).

I po trzecie — prowizja nie zostanie naliczona, gdy Klient korzysta z przeglądarki nieobsługującej technologii cookies.

Co się dzieje z prowizją w przypadku, gdy Klient skorzysta z możliwości zwrotu ebooka?

Prowizja zostaje odjęta od stanu Twojego konta i w związku z tym kolejna Twoja wypłata będzie niższa o taką kwotę. Jeżeli w momencie cofania prowizji nie masz na koncie w Złotym Programie Partnerskim zgromadzonych środków, to Twoje konto przez jakiś czas będzie miało ujemny bilans, ale nie musisz się obawiać — nigdy nie zażądamy od Ciebie zwrotu już wypłaconych Ci pieniędzy.

Czy za naliczone prowizje mogę kupić ebooka w Złotych Myślach bez wypłacania tych pieniędzy?

Nie, zakup ebooków za pieniądze z konta w Złotym Programie Partnerskim nie jest możliwy ze względu na podatki. Musisz najpierw wypłacić zgromadzone środki, a dopiero później możesz zakupić jakiegokolwiek ebooka.

10.3. Umowy oraz system wypłat

10.3.1. Informacje ogólne

W jaki sposób będziecie się ze mną rozliczać?

Forma rozliczeń zależy od tego, czy chcesz współpracować z nami jako osoba fizyczna, czy jako firma. Jeśli zamierzasz współpracować jako osoba fizyczna, podstawą do rozliczeń będzie umowa o dzieło oraz rachunki do tej umowy wystawiane przez Ciebie. Jeśli chcesz współpracować z nami jako firma, podpisujesz umowę o współpracy, a następnie na podstawie tej umowy wystawiasz nam faktury.

Co mam właściwie zrobić, aby wypłacić zgromadzone środki?

Aby wypłacić zgromadzone środki, musisz podpisać z nami umowę oraz wystawić nam rachunek/fakturę na kwotę znajdującą się na Twoim koncie Partnera (jednak nie mniej niż 50 złotych). Jeśli nie uzbierałeś jeszcze 50 złotych lub nie podpisałeś z nami umowy, nie możesz wypłacić pieniędzy.

Czy konieczne jest podpisanie umowy?

Tak, aby zarabiać w Złotym Programie Partnerskim, nie wystarczy tylko zarejestrować się jako Partner. Wypłata zgromadzonych na koncie środków wymaga wygenerowania i podpisania umowy partnerskiej.

Czy nie moglibyście po prostu dać mi moich pieniędzy?

Nie, każde pomniejszenie sumy prowizji na koncie Partnera musi odbyć się na podstawie dokumentów, czyli umowy partnerskiej i wy-

stawionego do niej rachunku. Dopiero gdy poprawnie wypełniony i podpisany komplet tych dokumentów znajdzie się w biurze w Gliwicach, możemy z konta w PP potrącić wypłacaną kwotę, której część trafi do Partnera, a druga część, jako podatek, do Urzędu Skarbowego.

10.3.2. Umowa partnerska

Jaki rodzaj umowy podpisują Partnerzy?

Osoby fizyczne podpisują umowę o dzieło, z firmami zawieramy umowy o współpracy.

Gdzie mogę obejrzeć umowę, którą mam podpisać?

Odpowiednią dla Ciebie umowę możesz zobaczyć, klikając w jeden z poniższych linków:

Umowa dla osób fizycznych:

<http://www.zlotemysli.pl/?c=get&idFile=221>

Umowa dla firm: <http://www.zlotemysli.pl/?c=get&idFile=222>

Gdzie mogę wygenerować umowę?

Jeśli w swoim profilu podasz wszystkie dane niezbędne do wygenerowania umowy, w sekcji Wypłaty zobaczysz przycisk „Wygeneruj umowę”. Każde kliknięcie w niego spowoduje wygenerowanie jednej kopii umowy i wysłanie na Twój adres e-mail linku służącego do jej ściągnięcia na dysk.

Czy otrzymam swój egzemplarz umowy partnerskiej?

Tak, umowę sporządza się w dwóch egzemplarzach — po jednym dla każdej ze stron.

Czy umowę muszę podpisać od razu po rozpoczęciu współpracy?

Nie, nie musisz od razu podpisywać umowy. Aby zacząć zarabiać w Złotym Programie Partnerskim, wystarczy zarejestrować się jako Partner. Dopiero wypłata zgromadzonych na koncie środków wymaga wygenerowania i podpisania umowy partnerskiej.

Czy moje prowizje będą naliczane poprawnie, pomimo że nie wypełniłem jeszcze formularza z danymi i nie podpisałem umowy?

Tak, Twoje prowizje będą naliczane poprawnie. Wypełnić formularz i podpisać umowę musisz najpóźniej w momencie, gdy będziesz chciał wypłacić zgromadzone środki.

Czy muszę mieć 18 lat, aby podpisać umowę?

Tak, aby we własnym imieniu podpisać z nami umowę, musisz mieć ukończone 18 lat, posiadać numer NIP i rozliczać się z podatków w Polsce.

Za zgodą Rodziców możesz podpisać z nami umowę już po skończeniu 16 lat, ale tylko pod warunkiem, że masz już swój NIP. Jeżeli jeszcze nie masz NIP-u, złóż wniosek o nadanie go Ci we właściwym dla Twojego miejsca zamieszkania Urzędzie Skarbowym.

Jeżeli masz mniej niż 16 lat, nie możemy podpisać z Tobą umowy — współpracować mogą z nami natomiast Twoi rodzice i dorosłe rodzęństwo.

Jestem niepełnoletni. Czy pisemną zgodę od rodziców mogę wysłać razem z umową?

Tak, zgodę na uczestnictwo w Złotym Programie Partnerskim wyślij razem z umową i pierwszym rachunkiem. Wysyłanie jej jeszcze przed wysłaniem umowy nie ma sensu.

Co zrobić, jeśli moi rodzice nie chcą podpisać zgody, a ja nie mam 18 lat?

Jeśli do pełnoletności brakuje Ci już niewiele — po prostu poczekaj. Na początku współpracy możesz promować nas, nie mając jeszcze podpisanej z nami umowy. Gdy uzyskasz już pełnoletność i Urząd Skarbowy nada Ci numer NIP, podpiszesz z nami umowę bez konieczności otrzymania zgody od rodziców, a my wypłacimy Ci całe zarobki.

Czy w Złotym Programie Partnerskim mogą zarabiać moi rodzice?

Tak, mogą, jeśli podadzą swoje dane w profilu konta i prześlą umowę ze swoimi danymi oraz podpisem.

10.3.3. Wypłata prowizji**Kiedy będę mógł wypłacić zgromadzone środki?**

Aby wypłacić zgromadzone środki, musisz mieć podpisaną z nami umowę oraz wystawić nam rachunek na kwotę znajdującą się na Twoim koncie Partnera (jednak nie mniej niż 50 złotych). Jeśli nie uzbierałeś jeszcze 50 złotych lub nie podpisałeś z nami umowy, nie możesz wypłacić pieniędzy.

Kiedy dostanę wypłatę?

Wypłat dokonujemy zawsze po 10 dniu każdego miesiąca i dotyczą one tych rachunków i faktur, które są w Gliwicach 10 dnia miesiąca. Jeżeli Twoje dokumenty dotrą do nas po tym terminie, to pieniądze otrzymasz dopiero po 10 dniu kolejnego miesiąca.

Jaki jest okres oczekiwania na wypłatę pieniędzy?

Czas oczekiwania na wypłatę zależy od tego, kiedy trafi do nas Twój rachunek. Pieniądze wypłacamy po 10 dniu każdego miesiąca i w danej transzy wypłat opłacamy faktury i rachunki otrzymane do 10. Aby czekać najkrócej, musisz więc wysłać rachunek odpowiednio wcześniej przed tym terminem, gdyż jeżeli otrzymamy rachunek po 10 dniu miesiąca, to wypłatę otrzymasz dopiero w następnym miesiącu.

Czy kwota podana w sekcji Wypłaty jest kwotą, która trafi na moje konto?

Nie, to jest kwota, od której w przypadku wypłat dla osób fizycznych odprowadzimy jeszcze podatek dochodowy. W przypadku firm — płatników VAT — do kwoty tej natomiast doliczymy podatek.

Czy jest jakiś termin, po którym stracę zbierane środki?

Nie, nie ma takiego terminu. Pieniądze czekają na Twoim koncie na moment, gdy zdecydujesz się podpisać z nami umowę i wystawić nam rachunek lub fakturę. Nie ma tu żadnego ograniczenia czasowego.

Czy możliwe jest, abym zarobione w Złotym Programie Partnerskim pieniądze wymienił na ebooki, które mnie interesują?

Nie jest to możliwe.

10.3.4. Rachunki

Jak i gdzie mogę wygenerować rachunek?

Jeśli w swoim profilu podasz wszystkie dane niezbędne do wygenerowania umowy, w sekcji Wypłaty zobaczysz przyciski „Wygeneruj umowę” oraz „Wygeneruj rachunek”. Każde kliknięcie w przycisk „Wygeneruj rachunek” spowoduje wygenerowanie jednej kopii rachunku i wysłanie na Twój adres e-mail linku służącego do jej ściągnięcia na dysk.

Ściągnięty plik wydrukuj, podpisz i wyślij do nas.

Pod jaki adres mam wysłać rachunki?

Rachunek wyślij na następujący adres:

Złote Myśli sp. z o.o.
ul. Daszyńskiego 5
44-100 Gliwice

Czy umowę i rachunek mogę przesłać razem?

Umowę partnerską oraz pierwszy wygenerowany rachunek najlepiej jest wysłać razem. Nie wprowadzamy żadnych ograniczeń czasowych, dlatego zarówno umowę, jak i rachunek możesz przesłać do nas dopiero wtedy, gdy uznasz to za stosowne.

Czy na rachunku mogę podać dowolny numer konta?

Masz prawo podać dowolny numer polskiego konta bankowego i my na ten numer przelejemy Twoje pieniądze. Nie przelewamy pieniędzy na rachunki za granicą ani na eGold i PayPal. Pamiętaj też, że zlecenie wypłaty swoich pieniędzy na cudze konto nie jest dobrym pomysłem, więc dokładnie sprawdzaj poprawność numeru konta.

10.3.5. Rozliczenia z Partnerem-Firmą

Współpracuję z Wami jako firma — czy również mam wygenerować rachunek?

Nie. W przypadku, gdy w profilu podałeś, że reprezentujesz firmę, kliknięcie w link „Wygeneruj rachunek” przeniesie Cię na stronę z danymi, na podstawie których możesz nam wystawić fakturę.

Pod jaki adres mam wysyłać faktury?

Fakturę wyślij na adres:

Złote Myśli Sp. z o.o.
ul. Daszyńskiego 5
44-100 Gliwice

Jak mogę wystawić fakturę, jeżeli moja firma nie ma siedziby w Polsce?

Jeżeli Twoja firma ma siedzibę za granicą, to zgodnie z Regulaminem nie możesz być naszym Partnerem. Obecnie współpracujemy

tylko z osobami mającymi miejsce zamieszkania na terenie RP i firmami mającymi siedzibę w Polsce.

**Na jaką kwotę mam wystawić fakturę,
jeżeli jako firma zarobię
w Złotym Programie Partnerskim 100 złotych?**

Jeśli jesteś płatnikiem podatku VAT, wystawiasz fakturę na 100 złotych + 22% podatku VAT. Jeśli nie jesteś płatnikiem tego podatku, na fakturze umieszczasz po prostu kwotę 100 złotych.

**Czy na fakturze VAT muszę umieścić
numer ID użytkownika?**

Tak, zawsze umieszczaj swój numer [ID](#) na fakturze VAT. To znacznie skraca czas weryfikacji danych z faktury.

10.3.6. Podatki

Czy moje zarobki będą wliczane do podatku dochodowego?

Tak, przychody ze Złotego Programu Partnerskiego powinny być uwzględnione w rocznym rozliczeniu z Urzędem Skarbowym za rok, w którym miała miejsce wypłata. Firma Złote Myśli sp. z o.o. na początku kolejnego roku prześle Ci roczne zestawienie dochodów, tak abyś mógł się bez problemu rozliczyć z Urzędem Skarbowym.

**Czy współpracując z Wami i nie mając innych dochodów,
będę musiał się rozliczać z podatków?**

Tak, jeśli w danym roku otrzymasz od nas wypłatę. Wypłata oznacza odprowadzenie przez Wydawnictwo do Urzędu Skarbowego podatku dochodowego, z którego musisz się rozliczyć.

Jaki jest limit zarobków dla Partnerów, którzy korzystają z umowy o dzieło?

Nie ma żadnego limitu zarobków — im więcej zarobisz, tym lepiej i dla Ciebie, i dla nas.

Czy wystawiacie comiesięcznie PIT-y?

Nie, PIT-y są wysyłane tylko raz w roku, osoby fizyczne nie prowadzą miesięcznych rozliczeń.

Jak wygląda sprawa z rozliczeniami podatkowymi dla Firm?

Firmy wystawiają nam faktury i rozliczają je jak inne faktury za swoje usługi.

10.4. Inne pytania**10.4.1. Sprzedaż bezpośrednia produktów Wydawnictwa Złote Myśli****Czy w Złotym Programie Partnerskim istnieje możliwość sprzedaży bezpośredniej produktów Wydawnictwa Złote Myśli?**

Aktualnie takie rozwiązanie nie jest możliwe z przyczyn technicznych. Program Partnerski polega przede wszystkim na przedsprzedaży, polecaniu, rekomendowaniu produktów.

Na jakiej zasadzie mogę sprzedawać książki na Allegro.pl?

Na Allegro możesz sprzedawać tylko wersje drukowane ebooków Złotych Myśli. Handlując na Allegro albo sam obsługujesz sprzedaż, kupując hurtowo książki od Wydawnictwa, albo kierujesz Klienta do formularza zamówienia i sprzedaż obsługuje Wydawnictwo Złote Myśli, a Ty dostajesz prowizję.

Czy mogę odsprzedawać ebooki zakupione w Złotych Myślach?

Nie, ebooków zakupionych w Złotych Myślach, w związku z ochroną praw autorskich, nie możesz odsprzedawać dalej. Jest to zabronione przez nasz Regulamin. Możesz natomiast odsprzedawać wersje drukowane — pod warunkiem skasowania z dysku dołączanego do tej wersji ebooka.

10.4.2. Inne**Czy jest możliwość ukrywania linku partnerskiego poprzez np. tinyurl?**

Tak, jest taka możliwość. Dla osób posiadających własne strony lepszym rozwiązaniem będzie jednak utworzenie automatycznego przekierowania na swoim serwerze (czyli umieszczenia podstrony nazwanej w odpowiedni sposób, np. forex.html, zawierającej automatyczne przekierowanie na link partnerski).

Czy legalne jest stworzenie strony, na której umieszczałbym oferty z kilku Programów Partnerskich?

Takie działania są legalne, jeżeli firma, która jest organizatorem programu partnerskiego, na to zezwala. Uczestnicy Złotego Programu

Partnerskiego mogą promować dowolne produkty z innych programów partnerskich na swoich stronach bez żadnych ograniczeń.

Skąd wziąć adresy e-mail potencjalnych subskrybentów?

Zacznij budować bazę mailingową, publikując własną stronę WWW lub blog i tworząc kurs mailowy. Zachęcaj użytkowników do zapisania się na Twoją listę, wykorzystując darmowe ebooki, które możesz rozdawać, będąc naszym Partnerem. Jeżeli Twój kurs będzie ciekawy, to Twoja lista mailingowa będzie się powiększała.

Jakie materiały z Waszej strony mogę wykorzystać w celu promocji Złotego Programu Partnerskiego i produktów Wydawnictwa?

Promując nas i nasze produkty, możesz używać:

- logo Złotych Myśli,
- logo Złotego Programu Partnerskiego,
- darmowych fragmentów (w całości i w częściach, ale tylko pod warunkiem podania informacji o tym, kto jest autorem),
- tekstów ofert,
- okładek ebooków.

Każde użycie powyższych materiałów do celów innych niż promocja Wydawnictwa i jego produktów wymaga osobnej zgody.

Jeśli chciałbyś wykorzystać inne materiały, po prostu zapytaj. Pamiętaj, że zgoda dotyczy wykorzystania tych materiałów do promocji konkretnego ebooka lub naszej firmy — nie zgadzamy się na wykorzystanie tych materiałów do innych celów.

Czy mogę tworzyć własne okładki dla darmowych ebooków?

Nie ma przeszkód, żeby tworzyć własne okładki jako linki graficzne, banery, buttony.

Czy mogę dostać adresy e-mail do poleconych przeze mnie Partnerów?

Niestety nie, danych Partnerów i Klientów nie pozwala nam udostępniać nasza Polityka Prywatności.

Minisłownik

Autoresponder — program lub opcja w programie pocztowym służąca do automatycznego odpowiadania na e-maile. Przy próbie kontaktu autoresponder wysyła odpowiedź w postaci e-maila zawierającego z góry ustaloną treść. Jednokrotny autoresponder może wysyłać w odpowiedzi na e-maile aktualną wersję jakiegoś pliku (np. oferty, cennika itp.). Zobacz też: [wielokrotny autoresponder](#).

CMS (skrót od angielskiego *Content Management System* — *System Zarządzania Treścią*) — system umożliwiający bieżące zarządzanie treścią znajdującą się na stronie WWW — najczęściej za pomocą przeglądarki. System CMS pozwala na zdalną modyfikację, aktualizację i rozbudowę strony.

Cookies (ciasteczka) — niewielkie pliki tekstowe, wysyłane przez [serwer](#) WWW i zapisywane po stronie użytkownika (zazwyczaj na dysku twardym jego komputera). Domyślne parametry ciasteczek pozwalają na odczytanie informacji w nich zawartych jedynie serwerowi, który je utworzył. Ciasteczka są stosowane do identyfikacji użytkowników w celu np. poprawnego zliczania odwiedzających, różnicowania uczestników sond czy klientów sklepów internetowych.

Copywriting — pisanie tekstów i sloganów reklamowych.

CR (skrót od angielskiego *Conversion Rate*) — wyrażona w procentach liczba osób, które po przekierowaniu dokonały zakupu. Aby obliczyć wartość CR, musisz podzielić przez siebie liczbę osób, które coś kupią z Twojego polecenia przez liczbę wszystkich osób, które nakło-

niłeś do przejścia na nasze strony i zapoznania się z ofertą, a potem uzyskany wynik pomnożyć przez 100%.

CTR (skrót od angielskiego *Click-Through Rate*) — wyrażona najczęściej w procentach liczba osób, które zostały przekonane przez Ciebie do określonego zachowania (np. wejścia z Twojego polecenia na nasze strony). Aby obliczyć CTR, dzielimy przez siebie liczbę osób, które wykonały oczekiwaną akcję, oraz liczbę osób, które do tego namawiałeś, a potem uzyskany wynik mnożymy przez 100%.

CSS (skrót od angielskiego *Cascading Style Sheets* — *kaskadowe arkusze treści*) — język służący do opisu formy prezentacji (wyświetlania) stron WWW. Więcej o CSS przeczytasz w [Wikipedii](#).

Domena — unikalna nazwa pozwalająca łatwo dotrzeć w jakieś miejsce w Sieci — np. miejsce, gdzie znajdują się pliki Twojej strony. Domenę możesz sobie wykupić. Więcej o domenach przeczytasz [tu-taj](#). Zobacz też: [subdomena](#).

E-marketing — zespół działań i strategii mających na celu sprzedaż lub wsparcie sprzedaży produktów, zrealizowany w oparciu o technologię internetową i metody pokrewne. Wiedza e-marketingowa to wiedza o tym, jakie działania należy podejmować w Internecie, aby zwiększać swoje zyski lub poprawić swój wizerunek.

Hosting — usługa, która zapewnia dostępność w Sieci Twojej strony tematycznej, bloga bądź forum. To dzięki hostingowi inne osoby mogą zobaczyć Twoją stronę. Hosting możesz mieć za darmo (najczęściej w zamian za umieszczenie na Twojej stronie reklam firmy, która udostępni Ci miejsce na stronę) lub w postaci płatnej. W ramach usługi hostingowej otrzymujesz odpowiednią ilość miejsca na serwerze i możesz tam trzymać pliki swojej strony oraz materiały, które

chcesz udostępnić internautom. O tym, na co zwracać uwagę, wybierając hosting, przeczytasz w [podrozdziale 5.3.4](#).

HTML (skrót od angielskiego. *HyperText Markup Language*) — specjalny język stworzony do tworzenia stron WWW. Więcej o HTML przeczytasz w [Wikipedii](#).

Identyfikator (ID) — specjalny cyfrowy identyfikator, który nadawany jest każdemu Partnerowi przy rejestracji w Złotym Programie Partnerskim. ID jest zapisywane w plikach cookies i pozwala na poprawne naliczenie prowizji. Raz nadanego Identyfikatora nie można zmieniać.

Kampania reklamowa — reklamowanie danego produktu bądź grupy produktów na szeroką skalę, często z wykorzystaniem różnych narzędzi i technik oraz za pośrednictwem różnego rodzaju środków przekazu (Internet, telewizja, prasa itp.).

Kampanie — narzędzie służące do śledzenia skuteczności podejmowanych działań. Tworzy się je poprzez dodanie odpowiedniego unikalnego elementu do linku umieszczanego w jakimś miejscu (w jakiejś reklamie). Dzięki nim możesz śledzić, ile osób przyszło do nas dzięki tej reklamie (z tego miejsca), gdyż w statystykach zobaczysz informacje o wejściach i zakupach dokonanych w ramach danej kampanii.

Link partnerski — specjalny odnośnik zawierający w sobie unikalną [Twoją Nazwę](#). Dzięki linkom partnerskim nasz system jest w stanie naliczyć Ci prowizję za sprzedaż danego produktu. Gotowe odnośniki do promowania każdego z naszych produktów znajdziesz w [Panelu Partnera](#).

Lista mailingowa — spis adresów e-mail subskrybentów, czyli osób, które wyraziły zgodę na otrzymywanie od Ciebie jako właściciela/administratora listy wiadomości e-mail określonego typu. Do osób zapisanych na listę możesz wysłać jakiś kurs, regularny newsletter lub tylko jednorazową informację o jakimś wydarzeniu. Pod pojęciem listy mailingowej niekiedy rozumiany jest także system informatyczny służący do przechowywania adresów oraz do wysyłania na zdefiniowane wcześniej adresy e-mail listów do wielu adresatów jednocześnie.

Mailing — kampania reklamowa przeprowadzana za pośrednictwem poczty elektronicznej i polegająca na wysłaniu wiadomości do osób, których adresy znajdują się w bazie właściciela listy mailingowej.

Ministrona — rodzaj strony internetowej złożonej z niewielkiej liczby podstron (często nawet tylko z jednej podstrony), która jest stworzona wyłącznie w celu sprzedania konkretnego produktu (maksymalnie kilku powiązanych ze sobą produktów). Treścią ministrony jest po prostu tekst reklamowy mający za zadanie przekonać odwiedzających do dokonania zakupu.

Marketing wirusowy — strategia promocji polegająca na zainicjowaniu sytuacji, w której potencjalni klienci będą sami między sobą rozpowszechniać informacje dotyczące firmy, usług czy produktów. Przykładem marketingu wirusowego mogą być zabawne lub intrygujące filmiki lub zdjęcia (często stylizowane na quasi-amatorskie) reklamowe, które użytkownicy Internetu rozsyłają między sobą.

Newsletter — list bądź biuletyn z nowościami na stronie WWW, który jest cyklicznie wysyłany do bazy subskrybentów.

PageRank — jest to całkowita liczba od 0 do 10, którą Google nadaje każdej stronie. Im jego wartość jest wyższa, tym lepiej. PageRank nie jest wartością stałą — jest obliczany raz na kilka miesięcy na podstawie niejawnego i zmieniającego się skryptu Google.

PDF (skrót od angielskiego *Portable Document Format*) — specjalny format, w którym wydawane są ebooki. Więcej o PDF przeczytasz w [Wikipedii](#).

Pozycjonowanie — działania zmierzające do wypromowania strony na jak najwyższe pozycje w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych dla wybranych słów kluczowych.

Przedsprzedaż — wykorzystanie artykułów na stronach tematycznych, wpisów na blogach czy postów na forach do subtelnej przekazania odwiedzającemu informacji o produkcie i zaspokajanych przez niego potrzebach. Celem przedsprzedaży jest skierowanie potencjalnego Klienta do strony zawierającej właściwą ofertę sprzedaży, dlatego w tekście przedsprzedażowym musi znaleźć się link.

Serwer — specjalny komputer przystosowany do pracy ciągłej, wyposażony w duże i szybkie dyski twarde, dużą ilość pamięci RAM oraz wydajne procesory. Na dyskach twardych serwera umieszczane są wszystkie pliki strony odpowiedzialne za jej poprawne wyświetlanie, dzięki temu internauci mogą ją w każdym momencie przeglądać.

Skrypt — program napisany w języku skryptowym, np. w PHP, który może być wykorzystany do zwiększenia funkcjonalności i interaktywności strony internetowej.

Słowa kluczowe — najważniejsze słowa opisujące tematykę strony.

Spam — to niezamówiona informacja handlowa, jest to po prostu wysyłanie reklam do ludzi którzy nie wyrazili zgody na otrzymywanie tego typu wiadomości. Spam jest nieetyczny, nielegalny i bardzo nieskuteczny. Kary za rozsyłanie spamu mogą dochodzić nawet do 5000 zł!!! Dodatkowo zawsze blokujemy konto partnerskie osobie, która stosowała spam i została wykryta.

Subdomena — część adresu internetowego znajdująca się pomiędzy „http://” a [domeną](#) wraz z końcówką. W adresie <http://forex.zlotemysli.pl> „zlotemysli.pl” to domena, a „forex” to subdomena.

Traffic — ruch na stronie WWW, czyli liczba odwiedzin witryny.

Twoja Nazwa — unikalny identyfikator wybierany przy rejestracji w Złotym Programie Partnerskim, który jest później dodawany do linków partnerskich. Nazwa raz przypisana do konta nie może zostać zmieniona.

Webmaster (ang. *mistrz sieci*) — osoba zajmująca się tworzeniem strony internetowej. Więcej o webmasterze przeczytasz w [Wikipedii](#).

Wielkość transferu — liczba MB danych, które w postaci plików są pobierane z serwera lub wysyłane na [serwer](#) przez Ciebie i osoby odwiedzające Twoją stronę w określonym czasie.

Wielokrotny autoresponder — narzędzie, które potrafi w pełni automatycznie i bardzo skutecznie przekazać Klientowi wiele informacji. Przy jego pomocy możesz przekazać Klientom dowolną ilość informacji za pomocą serii e-maili niosących znośną dla czytelników ilość treści. E-maile te są wysyłane automatycznie w zadanych odstępach czasu i zawierają zdefiniowaną przez Ciebie wcześniej treść. Przy pomocy wielokrotnego autorespondera pocztowego możesz

w kolejnych odpowiedziach na jeden otrzymany e-mail przysyłać zainteresowanej osobie treść kolejnych odcinków jakiegoś kursu.

XML (skrót od angielskiego *Extensible Markup Language*) — język programowania, stworzony specjalnie do opisywania różnego rodzaju danych. Więcej o XML przeczytasz w [Wikipedii](#).

Złoty Klub — program lojalnościowy Wydawnictwa Złote Myśli, w którym zarejestrowani Klienci za dokonane zakupy nagradzani są tzw. Złotymi Punktami. Złote Punkty można wymienić na zniżkę przy zakupie kolejnych produktów.

Jeśli masz uwagi na temat podręcznika — uważasz, że brakuje w nim ważnych informacji, coś jest opisane niejasno lub Twoim zdaniem wymaga szerszego opisu — pisz na adres pp@zlotemysli.pl.

Jeśli nie znalazłeś w podręczniku odpowiedzi na swoje pytania, odwiedź stronę <http://pp.zlotemysli.pl>, zapytaj na <http://forumpp.zlotemysli.pl> lub napisz e-mail na adres pp@zlotemysli.pl.