

Indice

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------|------|----|
| <i>Caro lettore</i> di <i>Vulmaro Doronzo</i> | pag. | 15 |
| 1. Il guadagno online | » | 19 |
| 1.1. Le infinite opportunità che offre il mercato | » | 20 |
| 1.2. Il giusto atteggiamento mentale per avere successo | » | 25 |
| 2. Come ho iniziato io | » | 29 |
| 2.1. Dalle more a Roma ai business online | » | 29 |
| 2.2. Perché le affiliazioni online? | » | 32 |
| 2.3. Come avviare un'attività online (senza computer o internet) | » | 35 |
| 2.4. La scoperta delle affiliazioni | » | 44 |
| 2.5. La trappola dei clienti | » | 50 |
| 2.6. L'arrivo del revenue share in Italia | » | 53 |
| 2.7. Un'idea geniale: POO PO PO PO PO POO PO POOO POOO | » | 56 |
| 2.8. L'origine di Goldhat | » | 59 |
| 2.9. Il mio trasferimento all'estero | » | 61 |
| 2.10. Il futuro | » | 63 |

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------|---|-----|
| 3. Come funziona l'affiliate marketing | » | 67 |
| 3.1. I guadagni | » | 68 |
| 3.1.1. Partiamo dalle basi: cos'è un programma di affiliazione? | » | 68 |
| 3.2. I protagonisti dell'affiliate marketing | » | 69 |
| 3.3. Le pagine di conversione | » | 72 |
| 3.4. Le fonti di traffico..... | » | 73 |
| 3.4.1. Il traffico organico | » | 74 |
| 3.4.2. Il traffico a pagamento..... | » | 74 |
| 3.5. Affiliate network..... | » | 75 |
| 3.5.1. I vantaggi per gli affiliati | » | 75 |
| 3.5.2. I vantaggi dei merchant..... | » | 76 |
| 3.5.3. Come funziona..... | » | 76 |
| 3.6. Il tuo link affiliato..... | » | 77 |
| 3.7. Le caratteristiche di un buon affiliato | » | 78 |
| 3.8. Come partire..... | » | 79 |
| 3.9. Il rapporto con l'affiliate manager | » | 81 |
| 3.9.1. Intuito e stagionalità..... | » | 81 |
| | | |
| 4. La ricerca del ROI | » | 83 |
| | | |
| 5. I migliori programmi di affiliazione | » | 85 |
| 5.1. Indice dei programmi consigliati | » | 86 |
| 5.2. Amazon..... | » | 86 |
| 5.3. Booking.com..... | » | 88 |
| 5.4. Il Giardino dei Libri | » | 90 |
| 5.5. Zalando | » | 93 |
| 5.6. Google AdSense..... | » | 94 |
| 5.7. Prelinker | » | 96 |
| 5.8. ROI Affiliation | » | 98 |
| 5.9. Worldfilia..... | » | 100 |
| 5.10. Executive Affiliation..... | » | 102 |
| 5.11. Pronto Campaign..... | » | 103 |
| 5.12. Dating factory | » | 105 |
| 5.13. 24 Option | » | 107 |

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------|---|-----|
| 6. Affiliate marketing con Google | » | 109 |
| 6.1. Tipi di traffico nel search marketing | » | 110 |
| 6.1.1. Sfruttare Google Adwords per la SEO | » | 115 |
| 6.1.2. Traffico organico | » | 117 |
| 6.2. Fare affiliate marketing con la SEO | » | 118 |
| 6.3. Analisi di mercato e dei competitor | » | 119 |
| 6.3.1. Analisi dei trend di ricerca con Google Trends..... | » | 120 |
| 6.4. Analisi delle parole chiave con Seozoom e SEMrush..... | » | 124 |
| 6.5. Registrazione del dominio | » | 126 |
| 6.6. Installazione CMS per gestire un blog..... | » | 126 |
| 6.7. Scrittura articoli SEO oriented | » | 127 |
| 6.8. Spinta esterna con la link building | » | 127 |
| 6.9. Analisi dei dati e miglioramento continuo..... | » | 128 |
| | | |
| 7. ADS su FACEBOOK: traffico “freddo” ma non troppo | | |
| di <i>Mattia Scattolin</i> | » | 131 |
| 7.1. Cosa promuovere | » | 132 |
| 7.2. Gli strumenti per fare ads..... | » | 133 |
| 7.2.1. Il Business Manager e gli strumenti forniti da Facebook | » | 133 |
| 7.2.2. Tool esterni..... | » | 134 |
| 7.3. Creare una campagna..... | » | 135 |
| 7.3.1. Analisi del target | » | 137 |
| 7.3.2. Creatività e leve | » | 140 |
| 7.3.3. Pubblico, budget e placement..... | » | 142 |
| 7.4. Ottimizzare le campagne | » | 145 |
| 7.4.1. I KPI..... | » | 145 |
| 7.4.2. Uso del Pixel | » | 146 |
| 7.4.3. Scalare le campagne..... | » | 149 |
| 7.5. Conclusioni..... | » | 151 |
| | | |
| 8. Casi studio | » | 153 |
| 8.1. Da affiliato a imprenditore - di <i>Simone Righini</i> | » | 154 |
| 8.1.1. Nei panni altrui | » | 156 |
| 8.1.2. Parliamo di traffico e soldi..... | » | 159 |

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|
| 8.1.3. Cos'è un accordo di affiliazione diretto | » | 161 |
| 8.1.4. Cosa ne penso dell'affiliazione | » | 163 |
| 8.1.5. Cosa vuol dire trasparenza | » | 163 |
| 8.1.6. Simone, ma sei scemo? | » | 165 |
| 8.1.7. Quando fare il passo decisivo | » | 166 |
| 8.2. Come ho creato un network di affiliazione innovativo e a misura di affiliato - di <i>Andrea Marangia</i> | » | 167 |
| 8.2.1. Strategie di pre-lancio..... | » | 169 |
| 8.2.2. I vantaggi per l'affiliato..... | » | 171 |
| 8.2.3. I vantaggi per aziende..... | » | 172 |
| 8.2.4. Il futuro..... | » | 173 |
| 8.3. Come ho generato 30.000 € in commissioni in 10 mesi con un blog - di <i>Valerio Novelli</i> | » | 173 |
| 8.3.1. Come è possibile creare campagne CPS e pagarle CPA?..... | » | 175 |
| 8.4. Caso studio affiliate con Google AdWords di <i>Angelo Laudati</i> | » | 178 |
| 8.4.1. Fare affiliate con il PPC | » | 178 |
| 8.4.2. Il dating in affiliazione | » | 179 |
| 8.4.3. La pianificazione delle parole chiave e la scelta della nicchia | » | 181 |
| 8.4.4. La campagna dating su Adwords | » | 183 |
| 8.4.5. Risultati con Google AdWords..... | » | 184 |
| 8.4.6. Perché fermarsi ad AdWords?..... | » | 185 |
| 8.4.6.1. La strategia su Bing Ads..... | » | 185 |
| 8.4.6.2. I risultati con Bing Ads..... | » | 186 |
| 8.4.7. Consigli finali | » | 186 |
| 8.5. Come avere successo in un mercato competitivo come quello turistico - di <i>Claudio Marchetti</i> | » | 187 |
| 8.5.1. Non affidarsi a un solo partner commerciale | » | 187 |
| 8.5.2. Sviluppa una strategia SEO rivolta alla conversione | » | 188 |
| 8.5.3. Blogging e contenuti legati al territorio | » | 189 |
| 8.5.4. Creare una presenza social efficace | » | 190 |

| | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------|
| 8.5.5. Cura le pagine categoria e le singole schede delle strutture..... | » | 190 |
| 8.5.6. Sviluppa widget e call to action su misura..... | » | 191 |
| 8.6. Come gestire il rapporto con gli affiliati nel settore adult di <i>Silvia Francese</i> | » | 191 |
| 8.7. Da publisher ad advertiser: l'idea di creare un prodotto e la sua realizzazione - di <i>Giorgio Lombardi</i> | » | 197 |
| 8.7.1. Il potere della parola gratis | » | 202 |
| 8.7.2. Il regalo..... | » | 203 |
| 9. Come diventare un super affiliato..... | » | 205 |
| Glossario | » | 207 |