

La afiliación: el fenómeno de moda para comprar y vender en Internet

¿Se ha oído hablar del marketing de afiliación? Recomendaciones y Tendencias, una web referente en el sector español, descubre la nueva fórmula para hacer negocio en Internet

Recomendaciones y Tendencias, una de las webs de comparativas de productos y servicios referente en España, explica su experiencia en el negocio de la afiliación y cómo empresas y usuarios se pueden beneficiar de él.

Este tipo de marketing se está sofisticando pero sigue funcionando en torno a su filosofía central: el usuario solo gana cuando gana el vendedor.

El e-commerce ha superado, según un estudio de la CNMC, la cifra de 40.000 millones de euros de facturación en España, por primera vez en su historia. Los gigantes tecnológicos, las redes sociales, las pequeñas y medianas empresas, los freelances, etc. compiten por diferenciar y vender su producto en Internet.

Detrás, hay un universo de plataformas y personas buscando impulsar su propio negocio. Uno de los que más está creciendo en España (aunque todavía es desconocido por el gran público) es el marketing de afiliación. Este modelo consiste en un acuerdo entre una empresa y unos generadores de contenido (webs con artículos, descuentos, chollos, etc.) para que estos incluyan los enlaces de compra de sus productos a cambio de una comisión de la venta. En la última parte de la frase está su verdadera esencia: solo se gana si también gana el vendedor, algo que no ocurre, por ejemplo, con herramientas de promoción como Google AdSense o Branded Content.

Aunque no se conoce el origen exacto del marketing de afiliación, muchos consideran que su inventor fue Jezz Bezos cuando en 1996 inventó con Amazon una fórmula que ha cambiado Internet para siempre: insertar en su propia plataforma páginas de terceros para que estas vendieran sus libros e invitar a otras personas a recomendarlos a cambio de una comisión.

El valor de la recomendación

Pero, ¿dónde reside el valor de la recomendación? ¿Qué le diferencia de un comparador normal? Imagine que un usuario quiere comprar un secador de pelo por internet, ¿qué hace? Lo habitual es que vaya a Google, Amazon o su tienda online favorita, introduzca "secador de pelo" en el buscador y navegue esperando encontrar uno o varios resultados que le satisfagan. ¿La realidad? No suele haber dos o tres productos sino decenas, a veces centenas, de diferentes marcas, precios y características. Parálisis por análisis.

La saturación de oferta se resuelve con fenómenos como la recomendación. Un estudio reciente de la

consultora Nielsen subraya la tendencia que se venía produciendo desde hace años: la recomendación se ha convertido en el factor principal de decisión de compra, por delante de otros como los artículos en medios, las webs o la publicidad tradicional.

Como explica el creador de RecomendacionesyTendencias.com, Antonio Herrero, esta labor humana de recomendación permite “separar el grano de la paja para ofrecer lo que realmente merece la pena.” El equipo analiza muchos de esos productos, busca opiniones, lee comparativas y finalmente ofrece un veredicto con las dos o tres mejores opciones.

Y para empezar en el marketing de afiliación, ¿qué conocimientos son necesarios? Al menos a un nivel básico, se necesita saber al menos de dos a tres disciplinas/profesiones que están en auge en estos tiempos: S.E.O. (posicionamiento en buscadores), redacción de contenidos, linkbuilding (creación de enlaces) y creación de páginas web. ¿Cómo se puede aprender? Existen cursos de pago de todos los precios creados por particulares, pero Herrero asegura que la inquietud y las ganas son la esencia de este aprendizaje: “Si el alumno sabe encontrar información por su cuenta, hallará una ingente y valiosa cantidad de contenido gratuito. Lo primero: empezar con una sencilla búsqueda en la red: "Páginas nicho", o, "cómo ganar dinero con Amazon afiliados"”.

"Recomendaciones y Tendencias, un modelo cada vez más sofisticado"

Los segmentos de público que cubren portales como “Recomendaciones y Tendencias” son cada vez mayores. La plataforma, por ejemplo, cuenta en cinco años con categorías como salud, hogar, electrónica, sonido, cuerpo y mente, belleza, cosmética, deporte, meditación y yoga, por poner algunos ejemplos, donde podrán encontrar artículos sobre las mejores aspiradoras del año, los mejores secadores de pelo, o incluso el mejor osteópata de Madrid. Tal y como subraya Herrero, “En marketing de afiliación todo es válido, la única regla es informar y aportar valor”. Porque, como decía Wendy Piersall, "Google solo te ama cuando todos los demás te han amado primero".

Si se desea más información, ponerse en contacto con:

Antonio Herrero Estévez
Móvil :+34 675 600 670
contacto@recomendacionesytendencias.com
www.recomendacionesytendencias.com

Datos de contacto:

Recomendaciones y Tendencias
675600670

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>