

## **Marketing de afiliación: la forma de generar ingresos online al alcance de todos**

**El marketing online está de moda, y son muchas las partes que lo conforman. Publicidad por correo electrónico, anuncios en buscadores como Google, publicaciones en redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter y un sinfín de otros soportes. En este artículo nos vamos a centrar en una rama del marketing online que hace uso de todos los soportes publicitarios citados en el párrafo anterior, el marketing de afiliación (un mercado accesible para todo el mundo que genera 4 billones de dólares anuales)**

Hay tres actores fundamentales que son los pilares básicos del marketing de afiliación: anunciantes (marcas comerciales), soportes (propietarios de paginas web, profesionales del marketing online) y consumidores (usuarios de Internet).

### **Anunciantes**

En el marketing de afiliación, un anunciante es una empresa que vende productos o servicios de cualquier tipo. Tanto si su objetivo es conseguir ventas o bien darse a conocer, un anunciante es aquel que está dispuesto a pagar una comisión a otras personas para que le ayuden a cumplir su fin.

### **Soportes**

Los soportes pueden ser personas propietarias de una página web, profesionales del marketing online o empresas que promocionan productos o servicios de anunciantes a cambio de una comisión. Los anunciantes facilitan un conjunto de elementos publicitarios a los soportes para que promocionen sus productos o servicios y una URL donde redirigir a los usuarios que hagan clic en los anuncios.

### **Usuarios**

Los usuarios son consumidores que interactúan con los anuncios publicitarios y llevan a cabo acciones como hacer clic sobre los anuncios desde la página web de un soporte, ser redirigidos a la pagina web de un anunciante y realizar una compra, que en el marketing de afiliación se llama conversión.

La relación entre estos tres actores es sencilla. Los soportes promocionan a los anunciantes y reciben una comisión cada vez que uno de sus usuarios realiza una conversión.

Pero la relación entre los anunciantes y los soportes se ha vuelto mas compleja a medida que estos han ido creciendo en número. Para solucionar esta problemática aparecieron las plataformas de afiliación como Addiliate. Estas plataformas actúan como marketplaces donde anunciantes y soportes se pueden poner en contacto. Desde un único punto de contacto, un anunciante puede acceder a un número ilimitado de soportes y difundir sus campañas publicitarias. Los soportes a su vez pueden acceder a un sinfín de campañas desde un único punto de contacto, en lugar de tener que contactar con cada anunciante por separado y negociar las condiciones.

Addiliate es una plataforma de afiliación activa desde el 2012 que ofrece a sus soportes más de 600 campañas publicitarias de anunciantes de diversos sectores de actividad disponibles para mas de 150 países. Sus ejecutivos de cuentas ofrecen un servicio personalizado e integral a sus soportes a la hora de escoger qué campañas publicitarias promocionar y cómo optimizar sus resultados. Recientemente ha sido nominada para el Top 20 del Performance Marketing Blue Book, ranking que reconoce a las 20 mejores empresas de marketing digital a nivel mundial.

Para más información sobre Addiliate no dudes en consultar su web: [www.addiliate.com](http://www.addiliate.com)

¿Sabías qué? La aparición en los años 90 de Internet y su creciente aceptación por el gran público hizo que las marcas comerciales empezaran a mostrar interés por esta nueva tecnología como medio para publicitarse. Pero no fue hasta mediados de los 90, con la emergencia de buscadores como Webcrawler, Lycos o Altavista, que Internet se convirtió definitivamente en una fuente de información y comercio a escala mundial. Estas herramientas permitían a los usuarios buscar páginas web relacionadas con sus intereses. Los propietarios de páginas web ofrecían contenido de calidad a los usuarios, y pronto se dieron cuenta que la publicidad podía ofrecer una compensación monetaria a su esfuerzo. En este contexto se encuadra la aparición del marketing de afiliación.

**Datos de contacto:**

Gerard Celma Osta

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

Categorías: [Internacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>