

Evolución del marketing de afiliación

Pese a que el marketing de afiliación pertenece a la generación de los 90s aún se encuentra en una primera fase crecimiento

Pese a que el marketing de afiliación pertenece a la generación de los 90s aún se encuentra en una primera fase crecimiento. Han pasado casi 20 años desde que Amazon lanzara su primera red de afiliados y, según los analistas, todavía parece quedar mucho hasta que el marketing de afiliación gane en madurez y revolucione la forma de vender de las empresas.

En la actualidad, la coyuntura económica, la desconfianza y la falta de liquidez en el sistema ahogan cualquier evolución posible. La constante e inmediata búsqueda de ROI, el escaso feedback por parte de la agencia anunciante y la falta de nuevas estrategias son las grandes barreras que impiden su crecimiento.

Sin embargo, las perspectivas son buenas. En un futuro, en el marketing de afiliación el anunciante tomará el control y mantendrá una relación directa con el afiliado, fomentando el intercambio de información y erradicando esa imagen de red dudosa. La tendencia es la especialización en redes verticales y la internacionalización a través de redes con servicio a nivel mundial.

Una red de afiliación son los soportes online que ponen a disposición de una empresa espacios publicitarios en otros webs y blogs para que la empresa promocióne sus productos y servicios.

Datos de contacto:

maite
marketing

Nota de prensa publicada en: [29590](#)

Categorías: [Marketing](#)